

**Universidade Federal Fluminense**

**Faculdade de Educação**

**Revista Querubim**

**Ano 16**

**Letras – Humanas – Sociais**

**Coletânea**

**Administração – Ciências Contábeis – Ensino**

**Lidiane dos Santos Silva  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros  
(Org.)**

**Aroldo Magno de Oliveira  
(Ed./Org. Geral)**

**Niterói/RJ  
2020/UFF**

Revista Querubim 2020 – Ano 16 Coletânea Administração – Ciências Contábeis – Ensino – 124 p. (março – 2020)

Rio de Janeiro: Querubim, 2020 – 1. Linguagem 2. Ciências Humanas 3. Ciências Sociais Periódicos. I - Título: Revista Querubim Digital

### **Conselho Científico**

Alessio Surian (Universidade de Padova - Itália)

Darcília Simoes (UERJ – Brasil)

Evarina Deulofeu (Universidade de Havana – Cuba)

Madalena Mendes (Universidade de Lisboa - Portugal)

Vicente Manzano (Universidade de Sevilla – Espanha)

Virginia Fontes (UFF – Brasil)

### **Conselho Editorial**

#### **Presidente e Editor**

Aroldo Magno de Oliveira

#### **Consultores**

Alice Akemi Yamasaki

Andre Silva Martins

Elanir França Carvalho

Enéas Farias Tavares

Guilherme Wyllie

Hugo Carvalho Sobrinho

Janete Silva dos Santos

João Carlos de Carvalho

José Carlos de Freitas

Jussara Bittencourt de Sá

Luiza Helena Oliveira da Silva

Marcos Pinheiro Barreto

Mayara Ferreira de Farias

Paolo Vittoria

Pedro Alberice da Rocha

Ruth Luz dos Santos Silva

Shirley Gomes de Souza Carreira

Vânia do Carmo Nóbile

Venício da Cunha Fernandes

## SUMÁRIO

01	<b>Alana Alves Caminha et al</b> – O marketing em evidência: a influência da publicidade na escolha de produtos	04
02	<b>Alane Pereira Dias e Lidiane dos Santos Silva</b> – Viabilidade econômica financeira: a relevância da análise das demonstrações contábeis nas fintechs	12
03	<b>Ananda Brenda Rossi et al</b> – Um estudo da satisfação dos clientes/usuários do transporte aéreo no aeroporto de Palmas no Estado do Tocantins	19
04	<b>Andréia Pereira de Macedo França et al</b> – Colocação profissional e inserção no mercado de trabalho: um estudo com os administradores egressos da UFT	27
05	<b>Angra Maria Rodrigues Monteiro, Lidiane dos Santos Silva e Jorge Fernando Silvestre Medeiros</b> – A relevância da controladoria na secretaria municipal de saúde de uma cidade do Maranhão	34
06	<b>Antônia Borges Rocha, Lidiane dos Santos Silva e Jorge Fernando Silvestre Medeiros</b> – Compliance tributário para uma entidade prestadora de serviço educacional	41
07	<b>Catarina Coelho Menezes, Lidiane dos Santos Silva e Jorge Fernando Silvestre Medeiros</b> – Controle interno: análise em uma instituição financeira	49
08	<b>Cleidiane Cruz de Souza, Lidiane dos Santos Silva e Jorge Fernando Silvestre Medeiros</b> – Controle e gerenciamento de custos	55
09	<b>Érika Simara Gomes de Souza, Valdirene Cássia da Silva e Igor de Andrade Barbosa</b> – A Condenação Midiática no Palco da Justiça	63
10	<b>Érika Simara Gomes de Souza, Valdirene Cássia da Silva e Igor de Andrade Barbosa</b> – Influência Midiática na Condenação Popular Antecipada	70
11	<b>Jadna Saraiva de Sousa Ambrósio, Lidiane dos Santos Silva e Jorge Fernando Silvestre Medeiros</b> – Gestão financeira em micro e pequena empresa à luz do fluxo de caixa	77
12	<b>Jhôlistay Rodrigues Fonseca, Lidiane dos Santos Silva e Flávio Augustus da Mota Pacheco</b> – O perfil empreendedor: um estudo sobre os empresários de indústrias na cidade de Palmas –TO	84
13	<b>Jorge Fernando Silvestre Medeiros, José Fernando Bezerra Miranda e Lidiane dos Santos Silva</b> – A qualidade dos serviços contábeis prestados pelo escritório de contabilidade em Palmas –TO: um estudo de caso	92
14	<b>Junio de Souza Cruz et al</b> – Qualidade no atendimento: um estudo em uma distribuidora de bebidas na cidade de Porto Nacional – TO	99
15	<b>Kaique Trindade Pires, Lidiane dos Santos Silva e Jorge Fernando Silvestre Medeiros</b> – Controladoria interna: ênfase no agronegócio	106
16	<b>Maurício Massami Okabaishi et al</b> – Juros de financiamentos de automóveis: um estudo feito com os acadêmicos do curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins	111
17	<b>Wáhylla Rodrigues Fonseca Cursino, Lidiane dos Santos Silva e Flávio Augustus da Mota Pacheco</b> – Dislexia e discalculia transtornos de aprendizagem	118

## O MARKETING EM EVIDÊNCIA: A INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE NA ESCOLHA DE PRODUTOS.

Alana Alves Caminha<sup>1</sup>  
Flavio Augustus da Mota Pacheco<sup>2</sup>  
Flaviane Aparecida Barbosa<sup>3</sup>  
Tâmara Gracielle M. Soares<sup>4</sup>  
Geovanna F. Carneiro<sup>5</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>6</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>7</sup>

### Resumo

O constante desenvolvimento dos meios de comunicação permitiu à publicidade percorrer de forma bastante ampla e difusa na esfera social, agindo intensamente nos costumes e padrões do seu destinatário. Assim, este trabalho objetiva analisar a influência que a mensagem publicitária exerce sobre o consumidor na decisão de escolha de um produto na região de Palmas, tendo como resultado que a influência da publicidade na decisão de escolha do consumidor é evidente, pois os anunciantes são incisivos em realizar tal empreitada. Para isto, eles utilizam todas as ferramentas possíveis de comunicação, desde a televisão ao outdoor. Assim, para o consumidor torna-se uma tarefa difícil, se não impossível, resistir aos inúmeros apelos publicitários que surgem no dia-a-dia

**Palavras-Chave:** Publicidade, Influência, Meios de Comunicação.

### Abstract

The constant development of the media has allowed advertising to travel widely and diffusely in the social sphere, acting intensely in the customs and standards of its recipient. Thus, this paper aims to analyze the influence that the advertising message has on the consumer in the decision to choose a product in the region of Palmas. result that the influence of advertising on consumer choice is evident, as advertisers are keen to undertake such an endeavor. For this, they use all possible communication tools, from television to outdoor. Thus, for the consumer it becomes a difficult, if not impossible, task to resist the numerous advertising appeals that arise in everyday life.

**Key-words:** Advertising; Influence; Media.

### Introdução

Atualmente, a publicidade é uma das ferramentas fundamentais para a consolidação de empresas. Conceituando, ela consiste em tudo o que se difunde pelos veículos de comunicação, a fim de despertar o interesse de compra/uso nos consumidores, visando ainda pela persuasão, promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza.

---

<sup>1</sup> Graduado (a) em Administração de Empresas pela UFT.

<sup>2</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor do Curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins e Universidade Federal do Tocantins (UFT).

<sup>3</sup> Graduado (a) em Administração de Empresas pela UFT.

<sup>4</sup> Graduado (a) em Administração de Empresas pela UFT.

<sup>5</sup> Graduado (a) em Administração de Empresas pela UFT.

<sup>6</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>7</sup> Formado em Ciências Contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP – GO.

Esta prática adquiriu ao longo dos anos uma expressiva importância no processo econômico, uma vez que ela funciona como elemento vital na conquista de clientes, pelas empresas, e os deixam melhor informados sobre o produto a ser comercializado. Desta forma, é oferecido ao consumidor, o conhecimento necessário para uma adequada escolha do quê e como consumir. Sendo assim, discute-se a questão: até que ponto a publicidade influencia na decisão de escolha dos consumidores, particularmente na região central do município de Palmas?

Assim, o presente estudo irá analisar a influência da publicidade na decisão de escolha dos consumidores, na região central de Palmas, apontando também quais das ferramentas mais usadas pelos anunciantes atingem o seu objetivo final, que é o de “atrair” cada vez mais compradores.

### **Definindo a propaganda e o seu funcionamento**

Propaganda deriva do verbo propagar, neste caso, o que se propaga são as qualidades de uma mercadoria, ou ainda uma ideia; com o objetivo maior de vendê-las. (PREDEBON *et al*, 2008). É possível conceituá-la também “... como toda forma paga de comunicação impessoal sobre uma organização, produto, serviço ou ideia por parte de um patrocinador identificado” (BELCH *et al* 2008, p.17). Assim entende-se que o espaço e/ou o tempo cedido para este tipo de atividade deve ser comprado. Logo percebe-se, que propaganda é essencialmente o ato de atrair e influenciar o receptor da mensagem, fazendo com que o mesmo se torne um potencial consumidor e que possa adquirir o produto e\ou os serviços divulgados.

“A função da propaganda, e objetivo do anunciante, é a persuasão, a tentativa explícita de provocar mudanças nas crenças, atitudes e intenções de comportamento do consumidor” (VIDIGAL 2008, p.122).

Ela ainda vincula ao produto ou à marca um conjunto de imagens que possuem significado cultural e social. Em outras palavras, constrói para os produtos ou as marcas um sentido (razão de ser) e um significado (representar algo) que são compartilhados pela sociedade (VIDIGAL, 2008, p.123).

Propaganda e Publicidade eram citadas, até um tempo atrás, como assuntos diferentes, hoje são praticamente sinônimos. Tudo é apenas uma questão de nomenclatura, podendo haver alguma distinção quando o grande diferencial considerado é que propaganda tem sempre um emissor revelado, enquanto em publicidade isso não acontece (PREDEBON *et al* 2008). Logo, pode-se entender que a principal diferença existente entre propaganda e publicidade é que a primeira depende de recurso financeiro para a sua divulgação, enquanto a segunda não está sujeita a este critério.

### **O surgimento da propaganda e o Comportamento do Consumidor**

Um exemplo muito claro de como isto surgiu foram os famosos cartazes de Toulouse Lautrec, no século XIX, que tornavam a público o Moulin Rouge. Este talvez tenha sido o precursor das propagandas atuais, pois eles harmonizavam as mensagens comerciais com as artes (PREDEBON *et al* 2008).

A propaganda surgiu, portanto, a partir do momento em que a persuasão começou a ser utilizada com o objetivo de conseguir a atenção do público. Esta prática adquiriu ao longo dos anos significativa importância, e foi sendo remodelada até chegar ao modelo utilizado atualmente.

Pode ser definido como “o processo e as atividades que pessoas desempenham quando estão procurando, selecionando, comprando, avaliando e descartando produtos e serviços para satisfazer suas necessidades e desejos” (BELCH *et al*, 2008, p.105).

O comportamento do consumidor é ainda exposto como um grupo de reações ou respostas dos indivíduos a determinados estímulos, decorrentes de fatores pessoais, ambientais e de marketing (VIDIGAL, 2008).

Percebe-se então que tal comportamento pode ser entendido como todas as atividades praticadas pelos consumidores visando conhecer e comparar as características dos produtos disponíveis no mercado. O sucesso de anunciantes em influenciar o comportamento de compra depende, principalmente, da quantidade de conhecimento que eles possuem do comportamento dos consumidores. Anunciantes precisam conhecer as necessidades específicas dos clientes, inclusive as que eles estão tentando satisfazer. Eles devem, sobretudo, entender como os clientes tomam a decisão de compra (BELCH *et al*, 2008).

O emissor faz uso da persuasão no processo de compra e venda de um produto, ele tenta influenciar os clientes a fim de que consumam. É interessante notar que tanto a publicidade quanto a propaganda visam reforçar ou modificar o pensamento e as ações do consumidor.

### **Principais meios de divulgação de propagandas**

Televisão- é um meio publicitário único e extremamente poderoso, sendo atualmente o mais utilizado, pois contém os elementos da visão, som e movimentos, que podem ser ajustados de forma a criar diversos apelos e execuções publicitárias. (BELCH *et al*, 2008).

Rádio- depende mais da repetição da mensagem, simplesmente porque não possui ao seu dispor as poderosas ferramentas visuais que a mídia impressa e outras formas possuem. De acordo com *Mark Wollaeger, Ph.D.* da Universidade *Vanderbilt*, a propaganda usa tipicamente a música e as imagens para conseguir uma resposta emocional, mas é mentalizada de uma maneira que o público não perceba que está sendo manipulado por especialistas como redatores de discursos, publicitários, relações públicas e porta-vozes (BELCH *et al*, 2008).

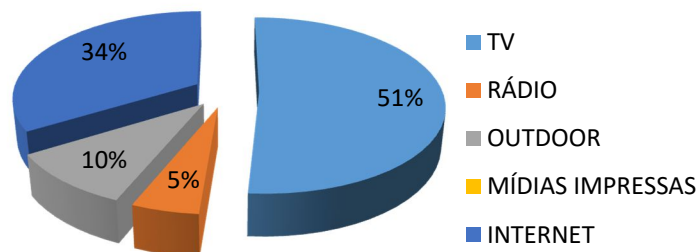
Outdoor- importante instrumento de persuasão, é cada vez mais utilizado por possuir forte apelo visual e linguagem direta e objetiva. São construídos baseados na geografia das cidades e no poder aquisitivo do público que circula nas proximidades. Internet- a publicidade online é um meio de promoção com vantagens bastante apelativas, através dela pode-se selecionar a quem direcionar a promoção de um produto ou serviço. Tem grande possibilidade de segmentação do público alvo e evita a dispersão da comunicação.

Mídias Impressas- revistas e jornais tem sido veículo de propaganda há mais de dois séculos; por muitos anos eles foram a única grande mídia disponível para os anunciantes. Com o crescimento das mídias de radiodifusão, particularmente da televisão, os hábitos de leitura diminuíram (BELCH *et al*, 2008).

### **Análise dos Resultados**

Segundo levantamento de dados, 60% dos entrevistados eram do sexo feminino e 40% do sexo masculino. Quanto à faixa etária, 31% tinham de 19 a 24 anos, 25% até 18 anos, 24% possuíam a idade de 36 anos ou mais, 11% de 25 a 30 e 9% de 30 a 35 anos. Já o nível de escolaridade dividiu-se em 26% com ensino médio completo, 24% com nível superior incompleto, 16% possuíam ensino médio incompleto, 14% eram graduados com nível superior completo, 11% com ensino fundamental completo e 9% incompleto. Serão apresentados por meio de gráficos os resultados obtidos com a aplicação dos formulários.

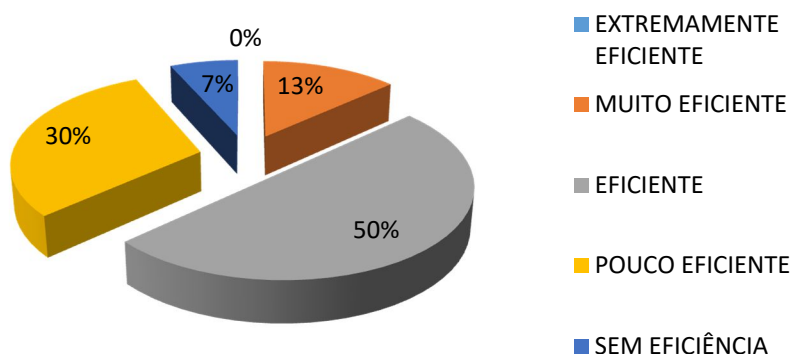
**Figura 1:** ferramentas de publicidade que mais captam a atenção no momento de compra



Fonte: da pesquisa (2019)

Neste gráfico vê-se que das 80 pessoas entrevistadas 51% revelou que a televisão é o meio de publicidade que mais chama a sua atenção ao desejar comprar algo, seguido pela internet com 34%, outdoor com 10% e o rádio com 5% das escolhas. Nenhum dos entrevistados escolheu as mídias impressas.

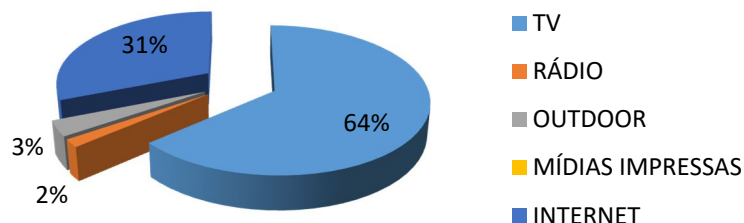
**Figura 2:** eficiência do outdoor



Fonte: da pesquisa (2019)

É possível perceber aqui que 50% dos consumidores questionados afirmam a eficiência dos outdoors. Já 30% dizem que eles são pouco eficientes, enquanto 13% os avaliam como muito eficiente e 7% sem eficiência.

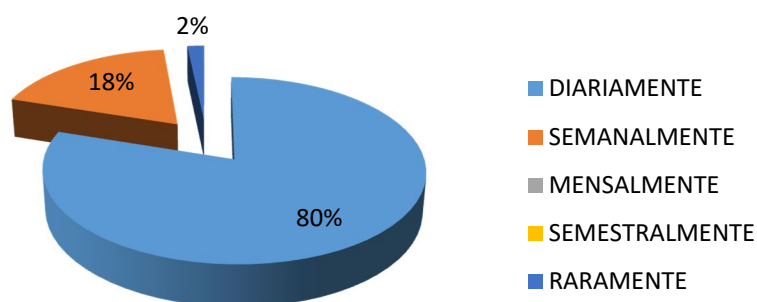
**Figura 3:** meio de publicidade de maior influência



**Fonte:** da pesquisa (2012)

Nota-se que o meio de publicidade que exerce maior influência é a televisão, escolhida por 64% dos entrevistados, ao passo que 31% afirmam ser a internet. O outdoor e o rádio aparecem com 3% e 2% respectivamente. Nenhuma das pessoas citou as mídias impressas.

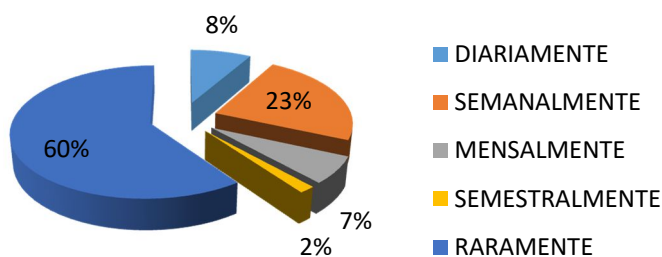
**Figura 4:** frequência com que assistem à televisão



**Fonte:** da pesquisa (2019)

Conforme o gráfico 80% assistem à televisão diariamente. 18% afirmaram fazer uso deste meio semanalmente e apenas 2% disseram raramente.

**Figura 5:** frequência com que tem acesso a jornais impressos

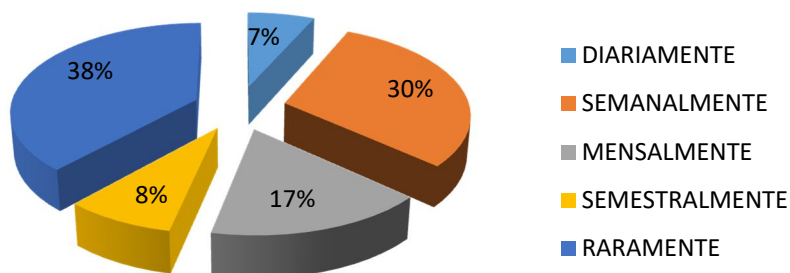


**Fonte:** da pesquisa (2019)



60% informaram que raramente leem jornais impressos. Já 23% tem acesso a estas ferramentas semanalmente e 8% afirmaram ler diariamente. Ainda 7% escolheram mensalmente e 2% semestralmente.

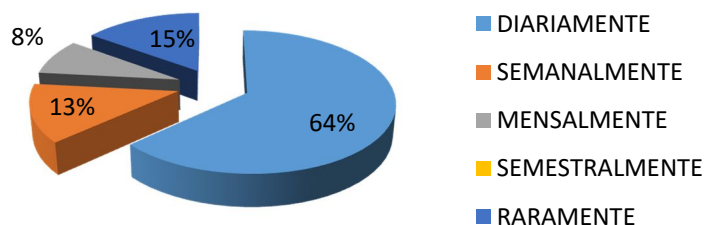
**Figura 6:** frequência que tem acesso às revistas impressas.



Fonte: (2019)

38% leem revistas impressas raramente, 30% semanalmente, 17% mensalmente, enquanto 8% e 7% leem semestralmente e diariamente.

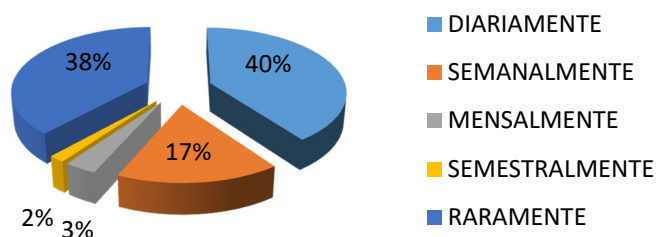
**Figura 7:** frequência de acesso à internet



Fonte: da pesquisa (2019)

Neste gráfico nota-se que 64% acessam a internet diariamente, ao passo que 15% raramente, 13% semanalmente e 8% acessam mensalmente. Nenhum dos entrevistados afirmou semestralmente.

**Figura 8:** frequência de uso de rádio



**Fonte:** da pesquisa (2019)

Foi possível identificar que 40% dos entrevistados escutam ao rádio diariamente, 38% informaram que ouvem raramente, 17% semanalmente, 3% mensalmente e 2% fazem uso deste meio semestralmente.

### **Considerações Finais**

Este trabalho buscou analisar a influência da publicidade na decisão de escolha dos consumidores na região central de Palmas. Levando-se em consideração que a maioria dos entrevistados era pertencente à faixa etária de 19 a 24 anos e enquadrava-se no nível médio completo de escolaridade; foi possível notar que dentre os principais meios de publicidade, o que exerce maior influência no consumidor é a televisão. Através das propagandas, esta ferramenta capta a atenção dos mais variados públicos de forma instantânea e imperativa. O *outdoor* vem tornando-se um canal de comunicação cada vez mais utilizado por empresas que buscam divulgar os seus produtos e/ou serviços, sobre isto observamos que os entrevistados o avaliam como um meio eficiente. Porém, ainda houve um resultado considerável afirmando a sua pouca eficiência, o que demonstra que o seu alcance não é universal.

A periodicidade com a qual as pessoas fazem uso das ferramentas de publicidade afeta diretamente o nível de influência exercido pelas mesmas, já que quanto mais acesso elas têm a estes meios, maior é a quantidade de anúncios visualizados. Daí a relação entre a frequência com que os consumidores assistem à televisão, segundo a pesquisa, diariamente, e o alto grau de persuasão que ela consegue desempenhar nos telespectadores. Tal fato justifica também o crescente aumento de propagandas online, visto que a maioria dos entrevistados alegou acessar a internet diariamente.

Em razão do rádio e as mídias impressas terem sido os menos citados durante a realização da pesquisa, entendemos que estes meios exercem certo controle nos compradores, contudo em menor grau. A influência da publicidade na decisão de escolha do consumidor é evidente, pois os anunciantes são incisivos em realizar tal empreitada. Para isto, eles utilizam todas as ferramentas possíveis de comunicação, desde a televisão ao *outdoor*. Assim, para o consumidor torna-se uma tarefa difícil, se não impossível, resistir aos inúmeros apelos publicitários que surgem no dia-a-dia.

### **Referências Bibliográficas**

- BELCH, George *et al.* **Propaganda e Promoção**. 2º edição, editora Mc grau, São Paulo: 2008.
- LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3º edição, editora Atlas, São Paulo: 2001.
- PREDEBON, José *et al.* **Curso de Propaganda**. 12º edição, editora Atlas, São Paulo: 2004.
- UOL. **Meios Utilizados para Comunicar a Propaganda**, disponível em <http://pessoas.hsw.uol.com.br/propaganda2.htm>, acessado em 08/12/2011.
- UOL. **Propaganda é Isso Aqui**, disponível em <http://jblppespm.zip.net/>, acessado em 10/02/2019.
- VIDIGAL, Tânia Maria. **Comportamento do Consumidor Brasileiro**. 1º edição, editora Saraiva. São Paulo: 2008

## VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA: A RELEVÂNCIA DA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS NAS FINTECHS

Alane Pereira Dias<sup>8</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>9</sup>

### Resumo

O objetivo desta pesquisa é mostrar a relevância da Análise das demonstrações nas fintechs. As fintechs vêm se posicionando em destaque no mercado brasileiro, de maneira que tanto o número de empresas nessas características quanto os investimentos direcionados a esse modelo de organização estão aumentando constantemente. Grande parte delas movimentam montantes significativos de capital diariamente, justamente por causa do seu nicho ser focado nas áreas financeiras. Atualmente, com o mercado brasileiro apresentando o cenário de intervenção bancária feitas entre o Banco Central do Brasil e bancos, como foi o caso do banco Neon em 2018, percebe-se um receio das camadas mais abastardas, em aderir a esse modelo. Por meio de uma revisão bibliográfica, é possível entender a importância da Análise das Demonstrações Contábeis de maneira específica a saúde financeira dessas instituições, apresentando assim até mesmo para os seus investidores, a verdadeira situação dessas empresas e desta maneira, passando maior segurança tanto para seus investidores, quanto para seus clientes.

**Palavras chaves:** Análise; Contabilidade; Fintechs; Viabilidade.

### Abstract

The purpose of this research is to show the relevance of Fintech's Statement Analysis. Fintechs have been taking a prominent position in the Brazilian market, so that both the number of companies with these characteristics and the investments directed to this organization model are constantly increasing. Most of them move significant amounts of capital daily, precisely because their niche is focused on the financial areas. Currently, with the Brazilian market presenting the scenario of bank intervention made between the Central Bank of Brazil and banks, as was the case of the bank Neon in 2018, there is a fear of the wealthier layers, to adhere to this model. Through a bibliographic review, it is possible to understand the importance of Financial Statements Analysis in a specific way the financial health of these institutions, thus presenting even to their investors, the true situation of these companies and thus giving greater security to both their investors as well as their clients.

**Keywords:** Analysis; Accounting; Fintechs; Viability.

### Introdução

Surgindo de uma breve junção entre tecnologia, técnicas bancárias avançadas de administração e computação, as Fintechs estão presentes no mercado financeiro como uma inovação tecnológica da atualidade, facilitando a atuação tanto de bancos, como de todos os tipos de instituições financeiras. Atualmente, sua evolução no mercado seja nacional ou internacional tornou-se algo notório, uma vez que, seu nicho abrange todo o leque de serviços financeiros existentes, desde pagamentos, até cartões e investimentos, fazendo com que assim não só sua presença no mercado, como sua movimentação de capitais seja perceptível.

---

<sup>8</sup> Graduanda em Ciências Contábeis - Unicatólica

<sup>9</sup> Graduação em Ciências Contábeis pela PUC -GO. Especialista em Gerência Contábil, Auditoria e Controladoria pela Faculdade Internacional de Curitiba - PR. Mestre em Ciências da Religião FUV ES

Como consequência desse grande fluxo monetário presente nestas empresas, estima-se que seus resultados e ativos sejam tão expressivos quanto sua própria movimentação. Partindo disso, a análise das demonstrações contábeis busca apurar os saldos e em contas presentes nos relatórios contábeis, como medida de levantamento de percentuais financeiros (de liquidez e endividamento) e econômicos (de rentabilidade).

A medida que esses percentuais vão sendo levantados, já é possível observar algumas características da saúde financeira das empresas, observando assim sua capacidade, seja de custear suas dívidas de curto prazo, seja os percentuais de capitais de terceiros que vem sendo utilizados ou até mesmo os índices de lucro que a empresa possui a medida que vende seus produtos ou comercializa seus serviços.

### **Análise Das Demonstrações Contábeis**

A análise das demonstrações contábeis surge tão propecta quanto a própria contabilidade, estima-se que seu surgimento seja por volta de 4000 a.C., na época em que a análise das riquezas era baseada na comparação de dois inventários em momentos distintos, porém se desenvolveu mais com a chegada dos Bancos Governamentais, que estavam interessados na situação econômica-financeira das empresas tomadoras de financiamentos (MARION, 2012). Desde então, os esforços para o desenvolvimento dessa ferramenta contabil não cessaram e hoje ela é um dos principais meios de estudo econômico-financeiro.

O estudo dos documentos contábeis também é conceitualizado como análise de balanços, esse termo remete á “ técnica e arte de extrair relações úteis, para o objetivo econômico que tivermos em mente, dos relatórios contábeis tradicionais e de suas extensões e detalhamentos, se for o caso” (IUDICIBUS, MARION E PEREIRA, 2003, p.18), ou seja, a prática de interpretação das informações contidas nas demonstrações contábeis. Assaf Neto (2010, p.35) conceituava que ela

visa relatar, com base nas informações contábeis fornecidas pela empresa, a posição econômico-financeira atual, as causas que determinaram a evolução apresentada e as tendências futuras. Em outras palavras, pela análise de balanços extraem-se informações sobre a posição passada, presente e futura (projetada) de uma empresa.

Os principais objetos de estudo dessas análises são as demonstrações contábeis (ou financeiras), delimitadas como obrigatórias pelo Art. 176 da Lei nº 6.404/76, denominada Lei das S/A (Sociedades por Ações). As demonstrações obrigatórias a serem publicadas, no final de cada exercício social são balanço patrimonial, demonstração do resultado do exercício, demonstração de lucros ou prejuízos acumulados ou mutações do patrimônio líquido, demonstração do fluxo de caixa e demonstração de valor adicionado.

Dentre todas as demonstrações contábeis citadas “[...] maior ênfase é dada para as duas primeiras demonstrações, uma vez que, por meio delas, são evidenciadas de forma objetiva a situação financeira ( identificada no BP) e a situação econômica (identificada no BP e, em conjunto, na DRE) (MARION, 2012, p.9). Ainda segundo o autor, para se iniciar uma análise o primeiro passo que tomamos é averiguar se estamos sob posse de todas as Demonstrações Contábeis, uma delas sendo o balanço patrimonial.

Identifica-se o balanço patrimonial sendo um reflexo da empresa e elemento indispensável para a continuidade dos estudos. O BP compõe-se de três partes essenciais, sendo elas: ativo, passivo e patrimônio líquido, cada parte com suas diversas contas classificadas em “grupos”, dos quais, por sua vez, encontram-se distribuídos de maneira própria, de modo que para o ativo,apresentam-se de forma decrescente em relação ao grau de liquidez e para o passivo, em ordem decrescente de

exigibilidade (ASSAF NETO, 2010). O próprio dicionário de termos de contabilidade (IUDICIBUS, MARION E PEREIRA, 2003, P.30) define esse termo como a

[...] demonstração contábil fundamental constituída de duas partes: a coluna do lado direito, denominada Passivo e Patrimônio Líquido; a coluna do lado esquerdo, denominada Ativo. Conforme a Lei nº 6.404/76, no balanço as contas serão classificadas segundo os elementos do patrimônio que registrem, e agrupados de modo que facilite o conhecimento e a análise da situação da empresa.

Antagônico ao BP, a DRE se formula como sendo uma síntese ordenada das entradas em receitas e saídas em despesas da empresa durante determinado período (12 meses). Apresentando-se de modo redutivo na vertical, ou seja, das receitas irão subtrair as despesas e, em seguida, apresenta-se o resultado do exercício, sendo ele lucro ou prejuízo. Assaf Neto (2010) complementa ao definir que a demonstração de resultados do exercício visa fornecer, de forma estruturada, os resultados, sejam lucros ou prejuízos auferidos pela empresa em determinado exercício social, os quais serão incorporados às contas de patrimônio líquido.

O lucro ou prejuízo é o produto das receitas, custos e despesas incorridos pela empresa durante o período e apropriados segundo o regime de competência, ou seja, são adicionados independentemente de terem ou não entrado no caixa da empresa. Sua estrutura também é definida pela Lei 6.404/76.

Dessarte, podemos entender que este demonstrativo abrange as receitas, lucros, participações em debêntures, até o lucro ou prejuízo do exercício. E essa estrutura pode ser melhor compreendida da seguinte maneira:

### **Tipos De Análise**

A análise de balanços encontra-se esquematizada em diversas etapas, para que a partir dessas venham surgir os dados, desde os mais simples, como o percentual de lucro durante o período, até o próprio retorno sobre o patrimônio líquido. Deste modo, Iudícibus (2010) afirma que na análise de balanços o cálculo e avaliação do significado de quocientes seja o ponto mais importante dessa pesquisa, uma vez que, esta parte associa, principalmente, itens do balanço e da DRE. Entre eles, as mais reconhecidas são as análises de liquidez, endividamento e rentabilidade, dos quais poderemos apurar nesses três aspectos a posição das empresas.

A análise de liquidez também é conhecida como análise de curto prazo, uma vez que ela é a principal referência a ser utilizada em meios de liberação de crédito, Braga (2012, p.145) define esse modelo de análise como algo que “[...] tem o objetivo de avaliar a capacidade de financiamento da empresa em relação as suas exigibilidades.” E ainda afirma que essa análise interna de liquidez compõe-se como um dos mais importantes e valiosos instrumentos de controle financeiro, em especial quando realizada em períodos mais reduzidos (meses, semanas, dias), porém, a mesma não se configura como a competência de pagamento da entidade e sim, como os índices de consistência financeira.

Para extrair-se os resultados necessários para a conclusão dessa pesquisa, será utilizada algumas fórmulas de cálculo, de determinados graus de liquidez, sendo eles: liquidez imediata, liquidez corrente, liquidez seca e liquidez geral. Braga (2012) conceitua esses termos da seguinte maneira: Liquidez imediata (LI) é a proporção monetária que deve ser mantida na empresa para atender seus compromissos imediatos. Liquidez corrente (LC) é o valor em reais que a empresa tem para custear as suas dívidas de curto prazo. Liquidez seca (LS) é identificada como o índice que mede a capacidade da empresa de pagar suas obrigações, sem se desfazer dos seus estoques. Liquidez geral (LG) é

expressa como o quociente indicativo da capacidade financeira da empresa para custear todas as suas despesas, seja em curto ou longo prazo. Desta maneira percebe-se que todos os índices de liquidez encontram-se essencialmente conectados aos ativos e passivos circulantes e que de diversas formas trata-se dos indicativos de valores responsáveis pelo custeio das despesas de curto prazo. Como consequência disso, também percebe-se a indispensabilidade de termos conhecimento dos percentuais de endividamento da organização, quer dizer, o quanto ela depende do capital de terceiros, para manter-se estável.

O grau de endividamento tornou-se uma linha de observação para a visualização do verdadeiro posicionamento da entidade, uma vez que a partir dele é possível detectar as seguintes características destes indicadores: ou as empresas recorrem às dívidas como uma complementação de seus recursos próprios, para realizar aplicações positivas aos seus ativos (modernização tecnológica, ampliações de mercado, expansão da empresa), ou recorrem como tática para custear as dívidas que estão vencendo, já que não possuem condições de pagá-las. “ Também são os indicadores de endividamento que nos informam se a empresa se utiliza mais de recursos de terceiros ou de recursos dos proprietários” (MARION, 2012, p.95).

Para apurar esses dados é necessária a utilização de equações do quociente de endividamento, sendo elas: o índice de endividamento total, a de garantia de capitais de terceiros e a de composição do endividamento.

O Índice de endividamento total (ET) representa o percentual de utilização dos recursos obtidos pela empresa (BRAGA, 2012). A garantia de capitais de terceiros (GT) é utilizado como um indicativo do posicionamento da organização, em relação ao capital de terceiros (IUDICIBUS, 2010). E a composição do endividamento (CE) é apresenta o percentual de dívidas em curto prazo que a empresa possui, identificando deste modo a situação da sua liquidez corrente (MARION, 2012).

Percebe-se assim que, os quocientes de endividamento retratam de forma direta a situação financeira da empresa, abordando desde a utilização dos capitais de terceiros, até a apropriada condição da sua liquidez corrente. Partindo dessas informações, nota-se a necessidade de também serem observados os percentuais de retorno, em forma de rentabilidade dessas empresas. Sendo assim, converteremos de indicadores financeiros como liquidez e endividamento, para indicadores econômicos que será a própria rentabilidade da empresa apresentada na DRE, para que agora possamos focar mais nos resultados econômicos da entidade, com uma visão mais empresarial. Nosso foco será a rentabilidade da empresa, sua competência em relação as vendas, sua capacidade de produzir resultados e o desenvolvimento de suas despesas.

A análise de rentabilidade é uma forma de “[...] relacionar um lucro de um empreendimento com algum valor que expresse a dimensão relativa do mesmo, para analisar quão bem saiu a empresa em determinado período (IUDÍBUS, 2010, p.105)”, ou seja, comparar o próprio lucro da entidade com montantes que se relacionam de alguma maneira com o mesmo. Assim sendo, serão calculadas a margem líquida da empresa, o retorno sobre o patrimônio líquido e a rentabilidade sobre os ativos totais da empresa.

A margem de lucro sobre as vendas (ML) se caracteriza por fazer um comparativo entre o lucro da empresa e suas vendas líquidas. O retorno sobre o patrimônio líquido (RPL) é um quociente bastante relevante da análise de balanços, uma vez que ele rateia o lucro líquido com o próprio patrimônio líquido. O retorno sobre ativos totais (RAT) é considerado um dos mais relevantes índices da análise de balanços, pois relaciona o lucro líquido com os ativos totais da empresa, gerando assim o também denominado quociente de retorno sobre o investimento (IUDICIBUS, 2010). Assim podemos compreender de uma forma mais abrangente tanto as demonstrações contábeis, como os indicadores que serão utilizados durante a análise delas e a relevância deles para as entidades. A partir

desses entendimentos surge agora a imprescindibilidade do conhecimento do objeto do estudo, para que possamos compreender melhor seus conceitos, origens e seu desempenho na atualidade.

### **Estudo Das Fintechs**

É importante deste modo entender o quanto a análise é importante para a análise da viabilidade e as Fintechs fazem parte desta necessidade rigorosa de estudos. Mas o que vem a ser uma fintech? A Fintech é um standart de empresa digital, canalizada para a área de finanças e tecnologia. Atualmente encontram-se bem posicionadas no mercado como fortes modelos de *startups* (modelo de empresa que busca inovação em determinada área) e como um novo modelo de instituição financeira. Desde a crise de 2008, quando elas se expandiram e começaram a se integrar ao mercado global até hoje essas empresas vem expandindo e se fortalecendo de forma diferenciada. Segundo a Associação Brasileira de Fintechs (s/d), também denominada de ABFintechs, essas *startups* são aquelas empresas que usam tecnologia de forma intensiva para oferecer produtos na área de serviços financeiros de uma forma inovadora, sempre focada na experiência e necessidade do usuário.

Apesar de parecer, este termo não surgiu recentemente, uma vez que encontram-se resquícios de sua utilização desde o as ultimas décadas do século passado, além disso, seu significado remete a “um acrônimo que significa financeiro tecnologia, combinando a experiência do banco com os técnicas de ciência da administração e o computador” (BETTINGER *apud* COETZEE, 2018, p.3, tradução livre). Por conta disso, elas operam em todas as abrangências do mercado financeiro, entende-se que essas empresas trabalham como pontes em transferências de dinheiro, compras e vendas de títulos financeiros, empréstimos, bem como assessoria financeira em diferentes serviços: pagamentos e remessas, gestão financeira tanto de negócios, como de finanças pessoais, *crowdfunding* (financiamento de projetos), gestão de investimentos e seguros, entre outros (CARBELLIDO, 2018). Logo entende-se que esse modelo de empresa trabalha diretamente ligada ao mercado financeiro e aos serviços relacionados a esse mercado, por isso percebe-se esse vasto crescimento nesse modelo de *statup*, pelo nicho em que ela se relaciona e sua busca por se desenvolver junto com a tecnologia, como uma forma de desburocratização desses serviços.

Em 2018 o crescimento nos investimentos em fintechs tanto no Brasil, como no restante do mundo, faz com que novas empresas nesse ramo nascessem e as já existentes se consolidassem, para tornarem-se ainda mais fortes no mercado. Por exemplo, segundo a KPMG (2018), ocorreu a fusão de empresas na Dinamarca e Alemanha em um acordo de vários bilhões de dólares, ao mesmo tempo, também aconteceram vários outros negócios, incluindo a aquisição de uma empresas de pagamentos com sede na Polônia. Em 2018, vários bancos desafiadores fizeram grandes apostas para expandir além de suas fronteiras – incluindo empresas no Brasil, na Alemanha e vários bancos desafiantes sediados no Reino Unido. Nota-se também que o foco de algumas dessas empresas não é mais apenas ser um novo e mais cômodo modelo de banco, já que algumas dessas entidades não atuam diretamente como competidoras de instituições financeiras, pelo contrário, concentraram-se principalmente no desenvolvimento de produtos de nuvem, IA (Inteligência Artificial) e aprendizado de máquinas para permitir que bancos e outros instituições possam lançar suas próprias soluções fintech ou até mesmo aprimorar suas eficiências internas (KPMG, 2018).

No Brasil, esse modelo de empresa vem se consolidando faz pouco tempo, em relação a outros mercados, uma vez que o sistema nacional ainda é bastante conservantista e condensado, porém mesmo com esses dados há empresas que revolucionam e conseguem conquistar seu espaço nesse mercado, e acabam sendo denominadas fintechs unicórnio. Segundo Mariana Fonseca (2019) esse termo se dá pelo fato delas terem alcançado um valor de mercado de um bilhão de dólares ou pouco mais, ou por estarem próximas do marco.



## Considerações Finais

Durante os últimos anos foi feito um mapeamento das principais fintechs presentes no mercado nacional. Segundo dados da FintechLab (p.9), apenas no ano de 2016 foram “[...] mais de 130 iniciativas mapeadas nas categorias Pagamentos, Gerenciamento Financeiro, Empréstimos e Negociação de Dívidas, Investimento, Funding, Seguros, Eficiência Financeira, Segurança, Conectividade e Bitcoin/Blockchain.” Dessas empresas, segundo dados da Radar FintechLab (2016), aproximadamente 70% das iniciativas monitoradas delas já possuem clientes pagantes e já passaram pelas fases de ideação e de validação dos seus modelos de negócios. Só no ano de 2015, de cada 10 Fintechs, 3 tiveram faturamento superior a 1 milhão de reais e nos próximos anos estima-se que passe a ser 50%. Também podemos observar que 1 em cada 5 Fintechs já possui mais de 20 funcionários contratados e que 2/3 delas já receberam alguma forma de investimento, destas Fintechs, 38% receberam valores superiores a R\$ 1 milhão. Destarte, podemos observar que esse mercado vem se posicionando de maneira crescente e está estabilizando-se nacionalmente, à medida que o mercado vem alocando recursos para o crescimento dessas *startups*.

Das fintechs unicórnio, as que se destacam são Nubank, por atualmente possuir um capital de 10,4 bilhões de dólares e ser por se autodenominar como o cartão roxinho da atualidade e Neon, que se recupera após a quebra do banco Neon por intervenção do Banco Central, contudo, ainda apresenta dados significativos no que diz respeito ao seu capital. Também é possível observar o destaque do banco Inter, que se evidencia como a primeira fintech a abrir capital na bolsa de valores nacional (B3) levantando 722 milhões de reais, segundo dados do site Estadão (2018). Dessa forma, percebe-se que essas organizações não só estão conseguindo seu espaço no mercado, como também estão se fortalecendo nele, para que possam ampliar seus nichos abrangendo assim várias áreas de um mesmo negócio.

## Referências Bibliográficas

- ABFINTECHS (Brasil). O que são Fintechs? In: **Associação**. [S.d.], Disponível em: <https://www.abfintechs.com.br/1-sobre-associao>. Acesso em: 15 nov. 2019.
- ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e análise de balanços**: um enfoque econômico-financeiro. 9. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2010.
- BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações contábeis**: estrutura, análise e interpretação. 7. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2012.
- BRASIL. Presidência da república casa civil subchefia para assuntos jurídicos. **Lei nº 6404, de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as sociedades por ações. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L6404consol.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6404consol.htm). Acesso em: 15 nov. 2019.
- CARBELLIDO, Octavio Avendaño. Los retos de la banca digital en México. **Revista IUS**, Puebla, v. 12, n. 41, p. 87-108, jan./ jun. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v12n41/1870-2147-rius-12-41-87.pdf>. Acesso em: 14 out. 2019.
- COETZEE, Johan. Strategic implications of Fintech on South African retail banks. **South African Journal of Economic and Management Science**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 1-11, 26 set. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.org.za/pdf/sajems/v21n1/68.pdf>. Acesso em: 11 set. 2019.
- ESTADÃO. Primeira fintech a abrir capital na B3, Banco Inter levanta R\$ 722 milhões: Empresa levantou R\$ 721,9 milhões na sua oferta inicial de ações. **Época Negócios**, [s. l.], 1 maio 2018. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2018/05/epoca-negocios-primeira-fintech-a-abrir-capital-na-b3-banco-inter-levanta-r-722-milhoes.html>. Acesso em: 15 nov. 2019.
- FINTECHLAB (Brasil). Report FintechLab: A revolução Fintech já começou! **Report FintechLab**, [s. l.], p. 1-17, 2016. Disponível em: [http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/2017/02/Report\\_FintechLab\\_2016\\_alta.pdf](http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/2017/02/Report_FintechLab_2016_alta.pdf). Acesso em: 15 nov. 2019.

FONSECA, Mariana. Conheça as 18 “super fintechs” brasileiras, de unicórnios a promessas: Distrito, empresa que promove a inovação aberta, mapeou as fintechs brasileiras de maior destaque entre as 553 que existem hoje no país. *Exame*, [s. l.], 19 ago. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/conheca-as-18-super-fintechs-brasileiras-de-unicornios-a-promessas/>. Acesso em: 15 nov. 2019.

FONSECA, Mariana. Tem brasileira na lista: as melhores fintechs do mundo em 2018: O CB Insights divulgou seu ranking Fintech 250, com as startups financeiras mais relevantes do ano. *Exame*, [s. l.], 10 dez. 2018. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/pme/tem-brasileira-na-lista-as-melhores-fintechs-do-mundo-em-2018/>. Acesso em: 15 nov. 2019.

IUDICIBUS, Sérgio de. **Análise de Balanços**. 10. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDICIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; PEREIRA, Elias. **Dicionário de termos de contabilidade**. 2. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2003.

KPMG. The Pulse of Fintech 2018: Biannual global analysis of investment in fintech. **The Pulse of Fintech 2018**, [s. l.], p. 1-75, 13 fev. 2019. Disponível em: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/02/the-pulse-of-fintech-2018.pdf>. Acesso em: 11 set. 2019.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2009.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 7. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2012.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THÉOPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para as ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2016. v. 3.

## UM ESTUDO DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES/USUÁRIOS DO TRANSPORTE AÉREO NO AEROPORTO DE PALMAS NO ESTADO DO TOCANTINS

Ananda Brenda Rossi<sup>10</sup>  
Flavio Augustus da Mota Pacheco<sup>11</sup>  
Cleida A. S. Freitas<sup>12</sup>  
Lucas Assunção de Moraes<sup>13</sup>  
Tayná de Paula e Silva<sup>14</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>15</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>16</sup>

### Resumo

Entender a satisfação de clientes tem sido um dos temas mais abordado nos últimos anos, tanto na teoria, em meio a discussões acadêmicas, como na prática, em meio às empresas e órgãos públicos. Na maioria das vezes, a descoberta da satisfação dos clientes, municia as empresas de informações para melhor aplicar seus recursos, buscando sempre a satisfação dos clientes. Assim, o objetivo deste estudo foi analisar o nível de satisfação dos clientes do Aeroporto da cidade de Palmas-TO.

**Palavras-Chave:** Transporte aéreo; Qualidade; Prestação de Serviço.

### Abstract

Understanding customer satisfaction has been one of the most discussed topics in recent years, both in theory, in academic discussions, and in practice, among companies and public agencies. Most of the time, the discovery of customer satisfaction, provides information companies to better apply their resources, always seeking customer satisfaction. Thus, the objective of this study was to analyze the level of customer satisfaction at Palmas-TO Airport.

**Key-words:** Air Transport; Quality; Provision of Service.

### Introdução

O transporte aéreo, um dos meios de locomoção mais rápidos e seguros do mundo, tem sofrido nas últimas décadas, uma verdadeira transformação. Isso se deve pelo fato que os mercados nacional e internacional cresceram muito e conseqüentemente trouxeram facilidades ao acesso a esse setor.

Esse crescimento de mercado gerou algo que principalmente no Brasil não havia, a concorrência. Se antes o preço das passagens aéreas exorbitava, hoje consegue-se comprar com valores bastante acessíveis. Valores esses, que permitiram às classes “C” e “D” terem acesso ao transporte aeroviário.

---

<sup>10</sup> Graduada em Administração de Empresas

<sup>11</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor do Curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins e Universidade Federal do Tocantins (UFT).

<sup>12</sup> Graduada em Administração de Empresas

<sup>13</sup> Graduado em Administração de Empresas

<sup>14</sup> Graduada em Administração de Empresas

<sup>15</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>16</sup> Formado em Ciências Contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.

O baixo preço das passagens está provocando um fenômeno que pode ser definir como “inchaço aéreo de pessoas”, fazendo com que os aeroportos que antes eram *grandes* para poucos viajantes, se tornassem *pequenos* para comportar a demanda que está crescendo rapidamente.

No intuito de obter as reais condições do atendimento nos aeroportos do Brasil, principalmente para levantar dados que comprovem a satisfação ou insatisfação dos seus usuários, este trabalho tem como objetivo analisar o nível de satisfação dos clientes no aeroporto de Palmas (PMW) no estado do Tocantins (TO), buscando averiguar o nível de qualidade que os clientes expõem em relação ao atendimento no check-in, cardápios e preços da alimentação nas lanchonetes e restaurantes, acessibilidade às informações no aeroporto e a preocupação dos usuários em relação à grade de escalas no aeroporto de PMW.

Para a sua elaboração foi utilizado um estudo descritivo-quantitativo, com foco na pesquisa de campo. Foram aplicados noventa e seis questionários para medir o nível de satisfação.

### **Marketing e Satisfação do Cliente**

Conforme Kotler (2008, p.27), “MARKETING é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.”

O CONCEITO DE MARKETING assume que a chave para atingir as metas organizacionais consiste em ser mais eficaz do que os concorrentes para integrar as atividades de marketing, satisfazendo, assim, as necessidades e desejos dos mercados-alvo (KOTLER, 2008, p.37).

O conceito de Marketing parte da compreensão do meio exterior para o interior. Começa com um mercado bem definido, com foco nas necessidades dos consumidores e coordenação de todas as atividades que afetarão estes na produção de lucros através da obtenção de satisfação dos mesmos (KOTLER, 1994).

O Marketing é um estudo de mercado que se orienta pela satisfação das necessidades do cliente. Escolhe seu público alvo, busca conhecer suas necessidades, enquadra seu produto e/ou serviço no padrão requerido e lança no mercado.

Qualidade é frequentemente considerada como uma das chaves do sucesso. Afirma-se que a vantagem competitiva de uma empresa depende da qualidade, e o valor, de seus bens e serviços. Em contextos de serviços, qualidade pode ser o fundamento do diferencial competitivo (GRÖNROOS, 2009, p.67).

A satisfação do cliente relacionada ao produto físico é mensurada, utilizando-se do instrumento no qual o determinado produto é descrito por um conjunto de atributos que refletem suas principais características. É feita comparações entre experiências e expectativas, pois o desenvolvimento de modelos mensuráveis, para a perceptível qualidade do serviço inclui elementos similares a modelos elaborados, que medem sua satisfação. A diferença entre qualidade de serviço e satisfação do cliente tem sido um tema muito abordado nos excertos de Marketing (GRÖNROOS, 2009).

Segundo Grönroos (2009, p.82), “Qualidade de relacionamento pode ser descrita como *a dinâmica da formação* de qualidade de longo prazo em relacionamentos contínuos com clientes.”

A qualidade que aperfeiçoa o serviço prestado, esta estrategicamente relacionada às expectativas dos clientes com relação ao atendimento o qual está destinada a prestação dos serviços, cujos fatores geram interdependência. Um prestador de serviços que tem por finalidade ser o melhor do mercado e atender a clientes que exijam a qualidade no atendimento, primordialmente cria essas expectativas entre seus clientes potenciais, em seguida aplica o método elaborado (GRÖNROOS, 2009).

Conhecer os tipos de clientes e suas necessidades é um ponto importante que as empresas possuem como meta, uma vez que o consumidor exige um atendimento diferenciado. Os clientes podem ser analíticos, pragmáticos, afáveis e expressivos, sendo que cada perfil deve ser tratado conforme suas características.

O marketing de relacionamento não é fácil de ser realizado, para isso engloba atividades que as empresas precisam para se destacar no mundo empresarial. Tendo como um de seus maiores objetivos suprir as necessidades dos consumidores. Um bom relacionamento entre empresa e cliente facilita a comunicação e o desenvolvimento da empresa, pois o cliente sente-se à vontade em propor sugestões com a intenção de melhorar o serviço.

Os clientes podem ser divididos em quatro tipos: os Pragmáticos, aqueles que desejam um tratamento sem intimidade e com rapidez. Os Analíticos que preferem ser tratados sem intimidade, com tempo e muitas informações, buscando sempre os detalhes. Os Afáveis que gostam de intimidade, proximidade, assessoria e tempo e por último os Expressivos que buscam relacionamento, elogio e rapidez (JÚLIO, 2007).

O Conceito de produto assume que os consumidores favorecerão aqueles produtos que oferecem mais qualidade, desempenho ou características inovadoras. Os administradores dessas organizações orientadas para produto focam sua energia em fazer produtos superiores e melhorá-los ao longo do tempo (KOTLER, 1995, p. 32).

O preço das variáveis que afeta a percepção do consumidor sobre o serviço, relaciona-se aos seus custos, despesas, qualidade, volume pretendido, margens planejadas e lucros desejados, fatores que influenciam preços teoricamente perfeitos. As pessoas e as indústrias são influenciadas pelo preço oferecido. Isso não possibilita uma representação precisa da oposição entre volume de vendas e os diferentes níveis de preço (COURTIS, 1991).

VALOR ENTREGUE AO CONSUMIDOR “é a diferença entre o valor total esperado e o custo total do consumidor”. VALOR TOTAL PARA O CONSUMIDOR “é o conjunto de benefícios esperados por determinado produto ou serviço”. CUSTO TOTAL DO CONSUMIDOR “é o conjunto de custos esperados na avaliação, obtenção e uso do produto ou serviço” (KOTLER, 1998, p.51).

O foco na Satisfação de Clientes é um recurso importante e que toda empresa, seja ele de pequeno, médio ou grande porte necessita trabalhar, visando uma maior interação entre consumidor e fornecedor. Quando uma empresa fideliza seus clientes, é sinal que um conjunto de fatores como atendimento, preço e qualidade está satisfazendo as necessidades exigidas ou desejadas dos consumidores.

Satisfação “é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa” (KOTLER, 1988, p.53).

Quando o cliente recebe um mau atendimento ele acaba buscando assessoria na concorrência. Quando lá encontra uma boa atenção ou um detalhe que demonstre a fidelização, faz o seu pedido sem receio deixando o estabelecimento anterior atrás da concorrência (JÚLIO, 2010).

Michael Porter, de Harvard, representou a cadeia de valores como ferramenta de identificação das novas maneiras voltadas à valorização do consumidor. Dentre uma espécie de código mantido pelas empresas para satisfação dos clientes e manutenção na qualidade de seus produtos, cinco são primordiais e quatro secundários. As atividades primárias representam a sequência de trabalho que abrangem logística interna, produção, logística externa, marketing e serviços decorrentes. E como atividades de apoio, a aquisição de bens, desenvolvimento tecnológico, administração de recursos humanos e infraestrutura da empresa que não se restringem apenas aos departamentos especializados (KOTLER, 1998).

Dentre muitas tentativas no aprimoramento de produtos para a satisfação dos clientes é inatingível a perfeição para o sucesso de modo geral, pois cada cliente julga produtos e serviços de maneiras diferenciadas, quando estes estão submetidos à ascensão da excelência. A partir das consistências obtidas por estudos relacionados para melhorias em diversos setores comerciais, são levados em consideração muitos fatores que divergem a expectativa dos donos do negócio relacionada a clientes voltados aos produtos e serviços ofertados.

### **Metodologia**

A pesquisa será bibliográfica com coleta de dados no campo. Foi aplicado questionário para que seja possível fazer uma abordagem quantitativa das informações. A pesquisa bibliográfica consiste no exame dessa fonte, para levantamento e análise do que foi produzido sobre determinado assunto, chamando - se de pesquisa científica (RUIZ, 2008).

A pesquisa de campo tem o objetivo de coletar dados sobre algo para transformá-los em informações que apresentem resultados que possam comprovar algo. Esse tipo de pesquisa é muito útil na Economia, Antropologia, Sociologia, Psicologia e Política. (LAKATOS; MARCONI, 2001).

A abordagem quantitativo-descritiva está firmada na realização de investigações de pesquisa empírica, e esses métodos utilizam artifícios quantitativos tendo por objetivo a coleta sistemática de dados sobre populações, programas, ou amostras de populações e programas. Utilizam várias técnicas como entrevistas, questionários e formulários. Ao final empregam procedimentos de amostragem (LAKATOS; MARCONI, 2001).

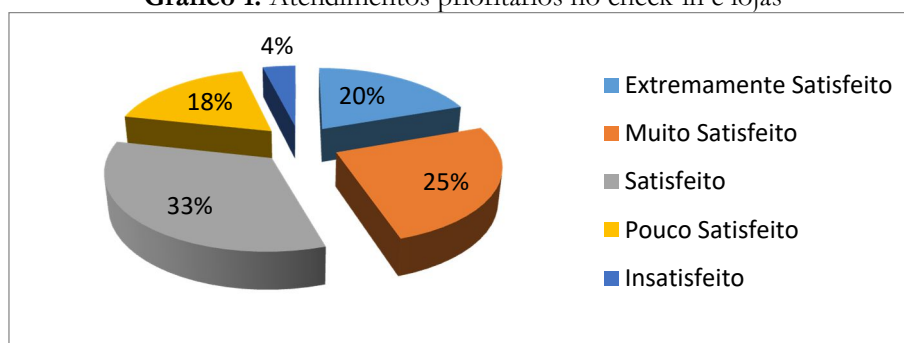
O questionário foi aplicado aleatoriamente a usuários dos serviços aeroportuários de PMW. Levando-se em conta que o Aeroporto de Palmas possui um fluxo de 503.408 unidades de clientes embarcados anualmente, segundo dados oficiais da INFRAERO, empresa pública nacional habituada à diversidade brasileira e que tem como visão "Prover infraestrutura e serviços aeroportuários e de navegação aérea, contribuindo para a integração nacional e o desenvolvimento sustentável do país". A Tabela 1 expressa a quantidade de clientes embarcados no ano de 2018 no aeroporto de PMW.

### **Análise dos Resultados**

Após aplicação dos questionários para usuários do aeroporto de PMW, tornou-se possível o levantamento de dados: 55% destes são do sexo masculino e o restante 45% feminino. Ficou evidente que a faixa etária entre 22 a 30 anos foi majoritária com 31% do total questionado. Oscilou entre 18 a 22 anos 25% dos resultados obtidos, também 25% variam entre 30 a 38 anos, enquanto a minoria 18% desfruta o serviço com idade a partir de 39 anos.

A frequência dos usuários nos voos do aeroporto de PMW mostra que, 40% dos questionados utilizam-se dos serviços ofertados pelas empresas aéreas ocasionalmente, enquanto 38% entre 1 a 4 vezes ao ano, 13% destes entre 1 a 4 vezes ao mês, 6% utilizou apenas uma vez, 2% semanalmente e 2% do total de questionados nunca viajaram.

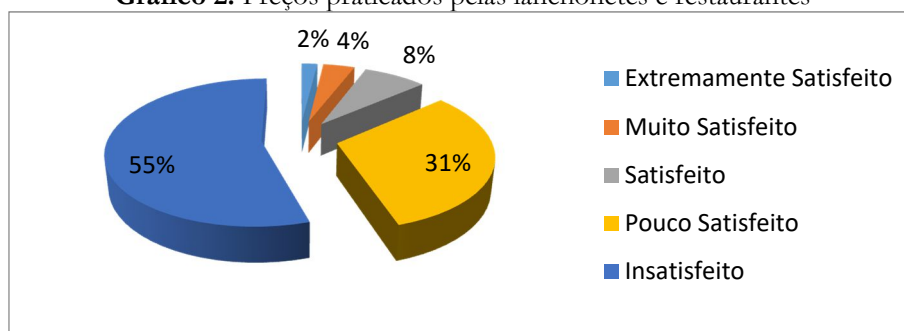
**Gráfico 1:** Atendimentos prioritários no check-in e lojas



**Fonte:** da pesquisa (2018)

Com a aplicação dos questionários foi possível identificar que o nível de satisfação em relação às informações e atendimentos prioritários no check-in e lojas das empresas aéreas ficaram distribuídos conforme mostra o gráfico 1. Esses dados confirmam que 33% dos usuários encontram-se satisfeitos, e que 25% estão muito satisfeitos. Os resultados comprovam a necessidade de melhoria no atendimento prioritário.

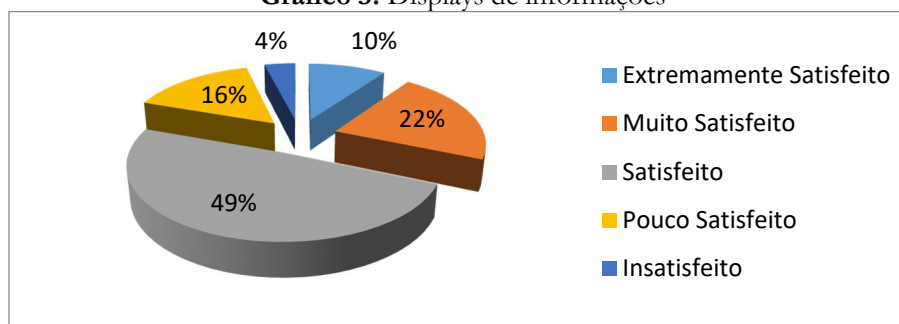
**Gráfico 2:** Preços praticados pelas lanchonetes e restaurantes



**Fonte:** da pesquisa (2018)

Os dados da pesquisa mostraram que 55% dos usuários dos serviços aeroportuários estão insatisfeitos e 31% pouco satisfeitos com os preços aplicados pelas lanchonetes e restaurantes do aeroporto. O gráfico de número 2 exemplifica claramente a necessidade de revisão dos preços dos produtos disponíveis aos clientes. É interessante perceber que apenas 2% dos clientes encontram-se extremamente satisfeitos.

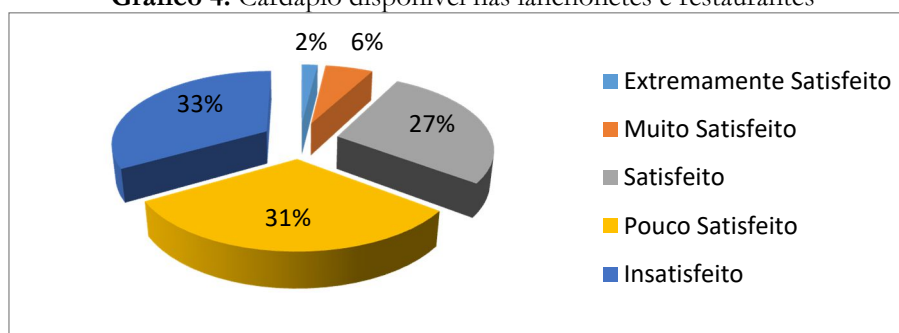
**Gráfico 3:** Displays de informações



Fonte: da pesquisa (2018)

Segundo a os resultados da pesquisa, o nível de satisfação em relação aos displays de informações para controle dos horários de voos deixam transparecer uma neutralidade em relação à satisfação dos clientes. O gráfico 3 mostra que 49% encontram-se satisfeitos com o dispositivo de informação.

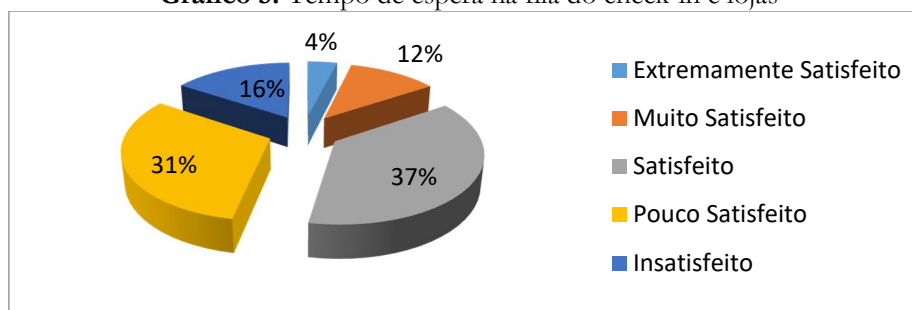
**Gráfico 4:** Cardápio disponível nas lanchonetes e restaurantes



Fonte: da pesquisa (2018)

O nível de satisfação em relação ao cardápio disponível nas lanchonetes e restaurantes segundo os resultados disponíveis no gráfico 4, deixam claro a insatisfação por parte dos clientes. Os dados mostram que a soma entre insatisfeitos e pouco satisfeitos é de 64%, índice altamente elevado para a necessidade do mercado, revelando que os clientes sentem-se explorados financeiramente ao terem que pagar valores altíssimos para se alimentarem nas dependências do aeroporto.

**Gráfico 5:** Tempo de espera na fila do check-in e lojas



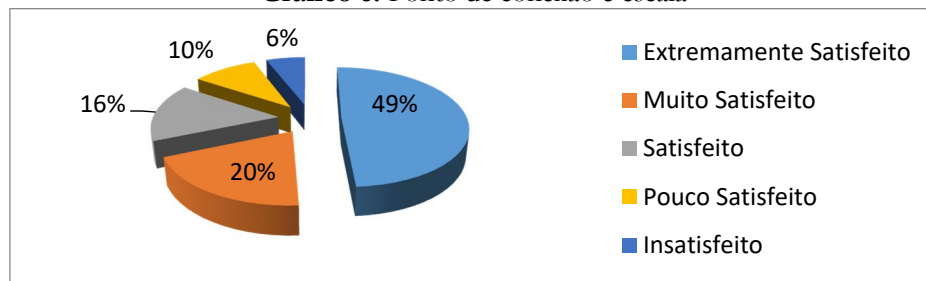
Fonte: da pesquisa (2018)

Conforme apresenta o gráfico 5, o nível de satisfação em relação ao tempo de espera na fila do check-in e lojas das empresas aéreas, 37% estão satisfeitos mostrando-se neutros em relação ao serviço prestados. Apesar de a maioria está satisfeita, os resultados mostram uma tendência para uma



pouca satisfação com valores de 31% e 16% para insatisfeito. Com esses resultados fica claro a necessidade de melhorias no tempo de espera nas filas dos check-in e lojas das empresas aéreas.

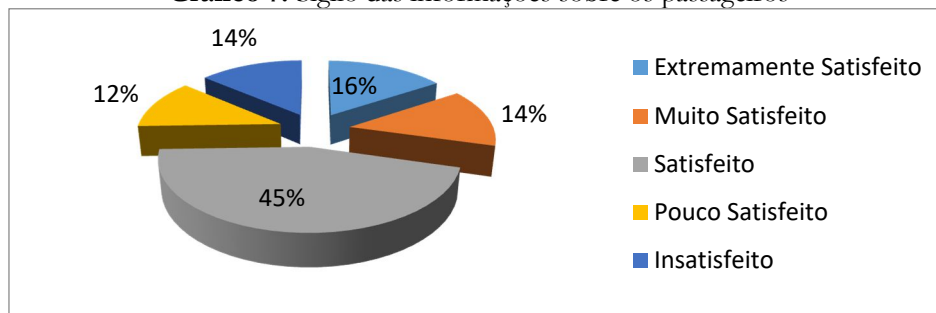
**Gráfico 6:** Ponto de conexão e escala



Fonte: da pesquisa (2018)

A expectativa do aeroporto de PMW se tornar ponto de conexão e escala é positiva conforme aponta o gráfico 6, em que 49% estariam extremamente satisfeitos e 20% muito satisfeitos. De todas as assertivas aplicadas essa foi a que apresentou resultados mais satisfatórios.

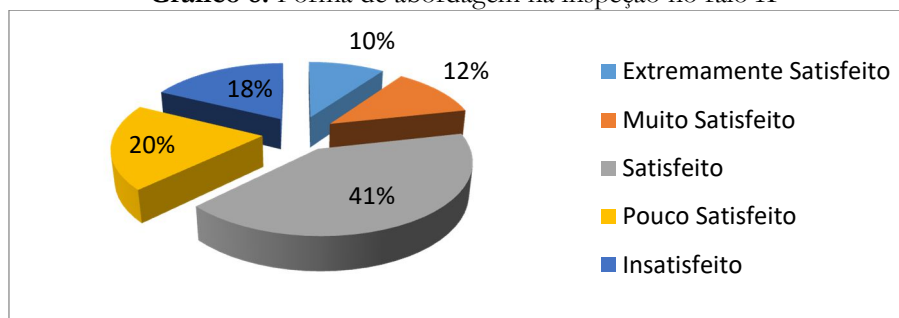
**Gráfico 7:** Sigilo das informações sobre os passageiros



Fonte: da pesquisa (2018)

Os usuários apresentaram um nível de 45% de satisfação, o que deixa transparecer certa neutralidade em relação à segurança das informações. Os resultados conforme gráfico 7, mostram que os resultados são mais positivos que negativos como 14% de usuários muito satisfeito e 16% de usuários extremamente satisfação em relação ao sigilo das informações nas empresas aéreas sobre os passageiros embarcados e desembarcados.

**Gráfico 8:** Forma de abordagem na inspeção no raio X



Fonte: da pesquisa (2018)

O nível de satisfação em relação à forma de abordagem dos funcionários na inspeção no raio X é neutra um vez que 41% dos usuários encontram-se satisfeitos. É importante a análise dos dados do gráfico 8 ao perceber que 20% dos clientes encontram-se pouco satisfeitos e que 18% insatisfeitos

o que leva a perceber que esses valores são de clientes que provavelmente já passaram por algum tipo de constrangimento na hora da inspeção.

### **Considerações Finais**

Essa pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de analisar o nível de satisfação dos clientes usuários dos serviços aeroportuários em PMW.

Foi possível após realização da pesquisa, perceber a satisfação dos clientes em relação às informações e atendimentos prioritários no check-in e lojas das empresas aéreas. A expressiva insatisfação dos clientes por parte dos preços praticados pelas lanchonetes e restaurantes do aeroporto. Uma neutralidade em relação aos displays de informações para controle dos horários de voos. O nível de satisfação em relação ao cardápio disponível nas lanchonetes e restaurantes foi expressivamente insatisfatório. Já o nível de satisfação em relação ao tempo de espera na fila do check-in e lojas das empresas aéreas foram neutros com uma forte tendência para a insatisfação.

O melhor resultado foi em relação à expectativa do aeroporto de PMW se tornar ponto de conexão e escala, onde a maioria dos usuários se sentiria extremamente satisfeito. Em relação ao sigilo das informações nos balcões das empresas aéreas ouvi uma neutralidade dos resultados com uma tendência para a satisfação em relação à segurança das informações. Por fim, o nível de satisfação em relação à forma de abordagem dos funcionários na inspeção no raio X é neutra tendendo para a insatisfação dos clientes.

### **Referências Bibliográficas**

- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. **Metodologia Científica**. 6ª edição. Pearson Prentice Hall. São Paulo: 2007.
- COURTINS, John. **Marketing de Serviços**. Nobel. São Paulo: 1991.
- GRONROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 3ª edição. Campus. Rio de Janeiro: 2009.
- INFRAERO. **Movimento Operacional da REDE INFRAERO de Janeiro a Dezembro de 2011**. Disponível em: <http://www.infraero.gov.br/images/stories/Estatistica/2011/Dezembro.pdf>, acessado em 24 de janeiro de 2019, às 16h50.
- INFRAERO. **A Infraero e o desafio do novo Brasil**. Disponível em: <http://www.infraero.gov.br/index.php/br/a-infraero.html>, acessado em 24 de janeiro de 2019, às 17h02.
- JÚLIO, Carlos Alberto. **Superdicas para vender e negociar bem**. Saraiva. São Paulo: 2007.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5ª Edição. Atlas S.A. São Paulo: 2008.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4ª edição. Atlas S.A. São Paulo: 1994.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4ª edição. Atlas. São Paulo: 2001.
- RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 6ª edição. Atlas. São Paulo: 2010.

## COLOCAÇÃO PROFISSIONAL E INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO COM OS ADMINISTRADORES EGRESSOS DA UFT.

Andréia Pereira de Macedo França<sup>17</sup>  
Flavio Augustus da Mota Pacheco<sup>18</sup>  
Elda Messias de Oliveira<sup>19</sup>  
Evaristo Dias Ferreira<sup>20</sup>  
Monalisa Ferreira Salazar<sup>21</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>22</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>23</sup>

### Resumo

A colocação profissional do formando em administração tem sido discutida em muitos eventos nas últimas décadas. As funções exercidas pelo profissional, salários, regiões de atuação e os desafios da profissão têm sido alguns dos temas de discussão. Assim, para responder algumas questões relacionadas ao estado do Tocantins, este estudo busca descrever a colocação profissional no mercado de trabalho do Administrador formado pela Universidade Federal do Tocantins entre os anos de 2016 a 2019.

**Palavras-chave:** Colocação profissional; Formação do administrador; Mercado de trabalho.

### Abstract

The professional placement of the trainee in administration has been discussed at many events in recent decades. The functions performed by the professional, salaries, areas of activity and the challenges of the profession have been some of the topics of discussion. Thus, to answer some questions related to the state of Tocantins, this study seeks to describe the professional placement in the job market of the Administrator graduated from the Federal University of Tocantins from 2016 to 2019.

**Keywords:** Job placement; Manager training; Job market.

### Introdução

Existem diversos profissionais graduados em Administração na cidade de Palmas, entretanto, há falta de qualificação da parte delas. Normalmente se satisfazem apenas com a graduação e acomodam-se com a situação (financeira e social) que estavam.

---

<sup>17</sup> Graduada em Administração de Empresas pela UFT

<sup>18</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor do Curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins e Universidade Federal do Tocantins (UFT).

<sup>19</sup> Graduada em Administração de Empresas pela UFT

<sup>20</sup> Graduado em Administração de Empresas pela UFT

<sup>21</sup> Graduada em Administração de Empresas pela UFT

<sup>22</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>23</sup> Formado em Ciências Contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.;

Tais pessoas atuam em diferentes áreas no mercado de trabalho, podendo ser empresários bem-sucedidos, funcionários públicos, profissionais autônomos ou talvez nesse exato momento estejam desempregadas.

Com o desenvolvimento desse trabalho, poder-se-á melhor compreender a respeito das vantagens e desvantagens do curso de Administração. Isso fará com que os graduandos em administração possam se posicionar melhor em termos de ação em relação ao seu futuro profissional, e além disso será possível planejar o seu futuro profissional e evitar possíveis fracassos. Assim, esse estudo possui o objetivo de descrever a colocação profissional dos Administradores formados pela Universidade Federal do Tocantins.

### **A Administração: conceitos, habilidades e áreas de atuação.**

Segundo Chiavenato (2004, p.5) “a Administração se refere à combinação e aplicação de recursos organizacionais – humanos, materiais, financeiros, informação e tecnologia - para alcançar objetivos e atingir desempenho excepcional”. Desempenhar funções administrativas e alcançar vantagens competitivas são fundamentos do trabalho de um administrador. Entretanto, reconhecer e entender isso não assegura o sucesso. Os Administradores necessitam de uma gama de habilidades para fazer essas coisas com sucesso.

Segundo Bateman e Snell (1998, p.4) “habilidades são conhecimentos específicos que resultam de entendimento, informação, prática e aptidão”. Embora os Administradores precisem de muitas habilidades individuais Bateman e Snell (1998 p.4) as agruparam em três categorias, habilidades técnica, habilidades interpessoais e de comunicação e habilidades conceituais e decisórias. Estas foram assim conceituadas:

Habilidade Técnica é o poder de desempenhar uma tarefa especializada que envolve certo método ou processo; Habilidades interpessoais e de comunicação influenciam o modo como o Administrador trabalha com as pessoas; Habilidades conceituais e de decisão envolvem o reconhecimento de questões complexas e dinâmicas, o exame de fatores numerosos e conflitantes que influenciam essas questões e problemas e a resolução de problemas para o benefício da organização e de todos os envolvidos.

Atendidas as exigências das funções e das habilidades administrativas tem-se um alto desempenho organizacional e analogamente pode-se avaliar o desempenho gerencial de cada profissional.

### **A Formação do Administrador**

A graduação de Bacharel em Administração habilita o portador a exercer a profissão. Porém a grade curricular do curso não deve ser baseada somente no que o mercado espera. A graduação deve ser promotora de novas relações produtivas e sociais, oferecendo espaço e incentivo ao desenvolvimento de pesquisa e aprimoramento de métodos.

O indivíduo durante o curso deve desenvolver competências comportamentais, solução de problemas, técnico-profissionais e cognitiva (CHEETHAM; CHIVERS, 2005). Elas compõem sua formação, juntamente com as disciplinas estudadas. De acordo com o currículo mínimo do Ministério da Educação, o profissional formado terá conhecimento de direito, contabilidade, estatística, psicologia, legislação, economia, e recursos humanos, aplicadas a área.

A regulamentação das atividades administrativas ocorreu em 9 de setembro de 1965, pela Lei nº 4769, pela demanda de profissionais qualificados e a criação de cursos de formação superior

especializado na área. A Lei nº 4769 em seu artigo terceiro afirmar que o exercício da profissão de técnico em administração é privativo dos Bacharéis em administração pública ou de Empresas diplomados no Brasil em cursos regulares de ensino superior. Lei nº 4024 fixa as diretrizes básicas da educação no Brasil (CUNHA JUNIOR, 2012).

### **Mercado de Trabalho**

Conhecer o mercado de trabalho é algo tão importante para aqueles que já estão inseridos nele quanto para os que pretendem fazê-lo num futuro não muito distante. De acordo com a obra *Série profissões: O administrador* (2006, p.1) ao contrário do que todos afirmam o mercado de trabalho para aqueles que pretendem ingressar nessa carreira não está saturado.

Um profissional formado nesta área tem um leque de oportunidades nos mais variados setores. As áreas de atuação para este profissional englobam análises, estudos de campo, pesquisas, administração, planejamento, projetos, organização e outros, todos com salários satisfatórios.

O profissional tem de aliar o conhecimento adquirido e a prática junto à competência e ética. Ao final de sua formação acadêmica, o administrador faz um juramento, que indica sua adesão e comprometimento com a categoria profissional.

### **Metodologia**

Pesquisa exploratória, pesquisa descritiva com abordagem quantitativa utilizando questionário estruturado. Segundo Gil (2008) o objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido, pouco explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória, você conhecerá mais sobre aquele assunto, e estará apto a construir hipóteses.

As pesquisas descritivas possuem como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. Um questionário estruturado tem perguntas claras e objetivas, já que devem garantir a uniformidade de entendimento dos entrevistados e consequentemente a padronização dos resultados.

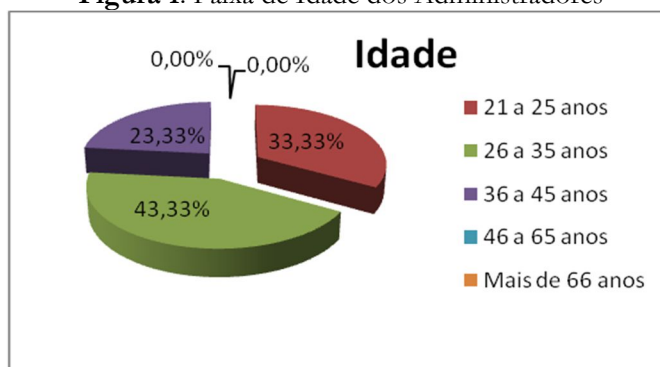
Há de se considerar que a pesquisa foi realizada focalizando 30 indivíduos de uma população de aproximadamente 240 graduados, representando 12,5% da mesma. Tal parcialidade restringe o poder de predição dos resultados em projeções para o futuro, ou sobre as condições profissionais dos demais formados.

### **Análise de Resultados**

O universo da pesquisa são os graduados em Administração pela Universidade Federal do Tocantins entre 2016 e 2019. A pesquisa exploratória descritiva com abordagem quantitativa foi efetuada com 30 graduados.

Como resultado a primeira indagação temos o seguinte resultado:

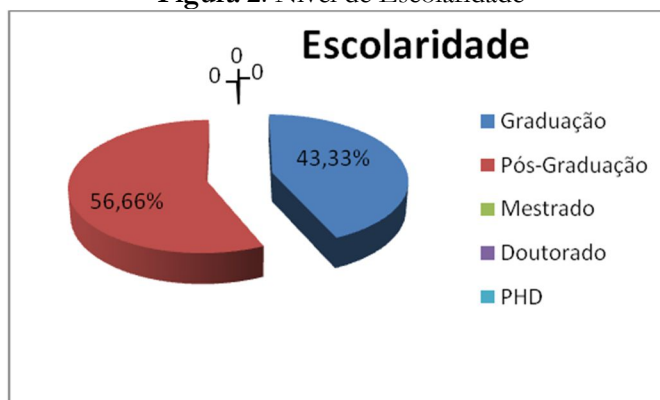
**Figura 1:** Faixa de Idade dos Administradores



Fonte: Da pesquisa (2012)

De acordo com a pesquisa realizada, nota-se que a maioria (43,33%) dos entrevistados estão na faixa de 26 a 35 anos de idade.

**Figura 2:** Nível de Escolaridade



Fonte: Da pesquisa (2012)

Constata-se, que a maioria dos entrevistados estão pós-graduados (56,66%) e cerca de 43% estão apenas graduados, no entanto, não demonstraram interesse em continuarem os estudos após a faculdade seguindo com especializações do curso.

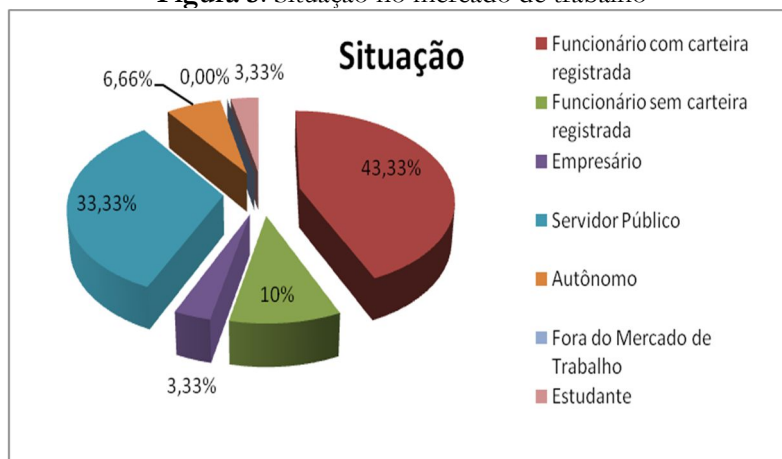
**Figura 4:** Trabalha na Área



Fonte: Da pesquisa (2012)

A pesquisa apresentada, constatou que cerca de 73% dos profissionais formados em Administração estão trabalhando na sua área de formação, a outra parte encontra-se fora de sua área de formação.

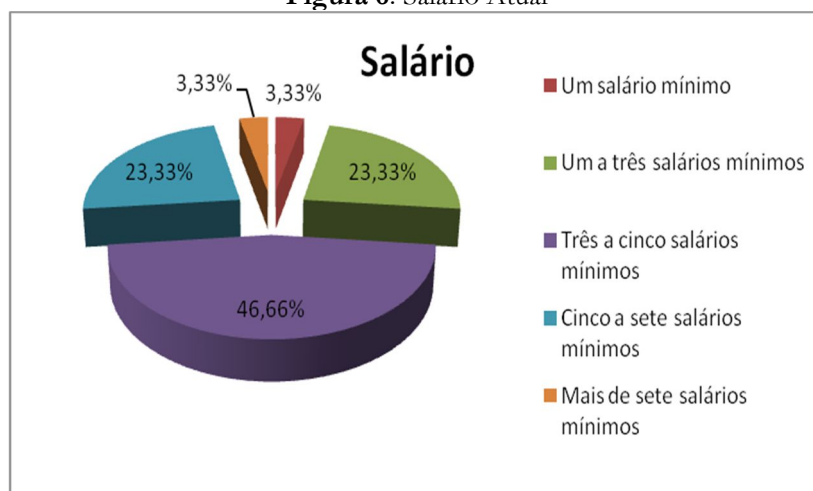
**Figura 5:** Situação no mercado de trabalho



Fonte: Da pesquisa (2012)

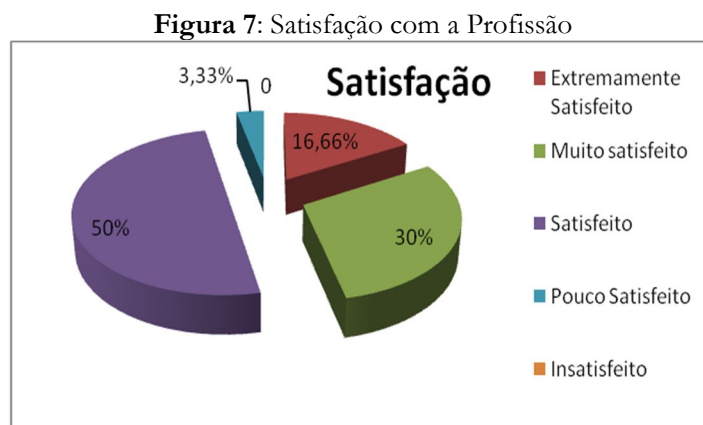
Com base na pesquisa pode-se perceber que 43,33% dos graduados são funcionários com carteira registrada, 33,33% são servidores públicos, 10% não tem carteira registrada, 6,66% são autônomos, 3,33% são empresários e 3,33% são apenas estudantes, assim pode-se constatar que estão procurando estabilidade, um emprego com mais seguridade profissional.

**Figura 6:** Salário Atual



Fonte: Da pesquisa (2012)

Infelizmente foi constatado que a maioria dos Administradores formados pela UFT apresentam baixa remuneração recebendo apenas de 3 a 5 salários mínimos, tal fator pode ser atribuído a falta de especialização por parte deles, pois como dito anteriormente, pouco mais da metade estão pós-graduados.



Fonte: Da pesquisa (2012)

Em relação a satisfação com o curso, nota-se que 50% dos entrevistados estão satisfeitos, 30% estão muito satisfeitos, 16,66% estão extremamente satisfeitos e 3,33% estão pouco satisfeitos. Pode-se afirmar que a maioria deles (satisfeitos) permanece indiferente em relação ao curso escolhido.

### Considerações Finais

O presente estudo teve por objetivo geral analisar a colocação profissional dos Administradores formados pela UFT e sua situação atual no mercado de trabalho. Em análise ao perfil dos egressos de 2016 a 2019 do Curso de Graduação em Administração pela UFT, verifica-se que a faixa etária mais significativa está entre 26 e 35 anos.

Em relação ao nível de escolaridade e mercado de trabalho, constata-se que a maioria detém de Pós-Graduação. Por outro lado, considerando o mercado de trabalho, quanto à colocação profissional verifica-se que 100% dos pesquisados estão trabalhando, sendo que cerca de 80% estão no mercado formal.

A pesquisa comprovou, que na maioria dos casos os administradores continuam no mesmo emprego que estavam antes de concluir a faculdade. Isso indica que grande parte dos formados pela instituição pesquisada estão acomodados com a sua situação profissional.

Este estudo comprova ainda que 77,33% dos entrevistados atuam na área de formação, sendo importante observar que mesmo a maioria fazendo parte dessa categoria, os Administradores carecem de formação prática, sendo necessário mais tempo para que o profissional possa comprovar e utilizar todo o conhecimento adquirido, não priorizaram melhores expectativas profissionais e ainda, melhores condições salariais.

Em referência ao Mercado de Trabalho para os profissionais graduados pela UFT, constata-se a concentração de profissionais trabalhando nas áreas do comércio varejista, prestação de serviços e mercado financeiro, justificando assim, o alto índice de formados trabalhando em Registro. Entretanto, quando perguntado qual o grau de satisfação em ser graduado em Administração pela UFT atendeu parcialmente as expectativas, com o percentual de 50% “satisfeito”. Isso indica que esse índice, por ser intermediário, a Instituição de Ensino deve avaliar o seu parâmetro de excelência.



### **Referências Bibliográficas**

BATEMAN, Thomas S., SNELL, A. Scott. **Administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

CUNHA JUNIOR, Carlos Robson C. **Competência e ética no mercado do administrador** <http://www2.cfa.org.br/codigo-de-etica/acessetambem/competencia-e-etica-no-mercado-do-administrador> acessado em 04 de março de 2019.

CHEETHAM, G., CHIVERS, G. **Rumo a um modelo holístico e competência profissional**. Bradford: 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

## A RELEVÂNCIA DA CONTROLADORIA NA SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE UMA CIDADE DO MARANHÃO

Angra Maria Rodrigues Monteiro<sup>24</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>25</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>26</sup>

### Resumo

O controle interno ocorre em todos os níveis da administração e gestão pública de uma organização ou instituição, e tem por finalidade corrigir, gerar eficiência e definir funcionalidade. O objetivo do presente artigo é de analisar a importância do controle interno como instrumento de gestão na sede da secretaria municipal de saúde de Sambaíba Maranhão, bem como averiguar os controles internos existentes na sede da secretaria municipal de saúde, evidenciar se estão definidas as políticas públicas, e verificar como os controles internos auxiliam na gestão da secretaria municipal de saúde. Os procedimentos metodológicos utilizados foi o estudo de caso utilizando-se de entrevista com a gestora da secretaria, observações do funcionamento e realizado também análise de documentos.

**Palavras-Chave:** Controle Interno; Gestão Municipal.

### Abstract

Control can occur at all levels of public administration and management of an organization or institution. Internal control is intended to correct, generate efficiency and define functionality. The purpose of this paper is to analyze the importance of internal control as a management tool at the headquarters of the municipal health secretariat of Sambaíba Maranhão, as well as to investigate the internal controls existing at the headquarters of the municipal health secretariat, to show if the public policies are defined, and verify how internal controls assist in the management of the municipal health department. The methodological procedures used were the case study using interviews with the secretary's manager, observations of the operation and also document analysis.

**Key-words:** Internal control; Municipal management.

### Introdução

Entender o controle interno na administração pública municipal é relevante para o desempenho da atividade profissional. A contribuição do funcionamento de informações corretas melhora a organização pública municipal que necessita de métodos que resguardem o controle interno, para toda a organização.

A gestão tem um papel importante perante as medidas corretivas, impondo limites e orientando a organização a utilizar os melhores recursos disponíveis na administração pública. As ações do controle interno praticados na administração pública são árduas e rígidas, pois existe grande dificuldade em mudar e colocar em prática, neste caso é necessário aplicar medidas de execução e implantação de um departamento ou um sistema de controle interno com a finalidade de corrigir, gerar eficiência e definir a funcionalidade do controle interno, lembrando que o sucesso do controle interno depende de responsáveis individuais e intersetoriais.

---

<sup>24</sup> Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade UNIBALSAS.

<sup>25</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>26</sup> Formando em Ciências contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins.

Deste modo, o objetivo do presente artigo foi de analisar a importância dos controles internos como instrumento de gestão na sede da secretaria municipal de saúde de Sambaíba-MA. O presente tema se faz importante, pois é primordial discutir que a resolução de problemas e a eficácia e eficiência das organizações públicas e dos gestores que depende do empenho de várias ações a serem satisfeitas definidas por todos os níveis do processo de gestão e controle interno. Pode-se afirmar que o controle interno busca o entendimento pelo qual se pretende, com o presente trabalho demonstrar a relevância para o desempenho profissional.

A metodologia utilizada no presente artigo foi o estudo de caso que se caracteriza principalmente pelo estudo concentrado de um único caso, foi executado na sede da Secretaria Municipal de Saúde de Sambaíba Maranhão, assim, utilizou-se de uma entrevista com a gestora, observações do funcionamento e análise de alguns documentos como, livro de registro de recebimento, protocolo, distribuição e expedição de correspondência, livro de registro de ligações telefônicas, planilha de controle de numeração de ofícios, memorandos e resoluções, planilha de atualização e tombamento de bens, livro de registro e controle de emissão de fotocópias, livro de ponto dos servidores, resumo de ponto, planilha de controle de entrada e saída de medicamentos, planilha de registro diário do serviço antivetorial, planilha de itinerário semanal de trabalho, planilha de consolidação das visitas domiciliares.

### **Contabilidade na Administração Pública**

A Contabilidade é subdividida em diversas áreas sendo uma delas a Contabilidade Pública, para Lima e Castro (2013, p.01) “a Contabilidade Pública é o conhecimento especializado da Ciência Contábil que aplica no processo gerador de informações os conceitos, princípios e normas contábeis na gestão patrimonial de uma entidade governamental, de sorte a oferecer à sociedade informações amplas e acessíveis sobre a gestão da coisa pública”. E, por conseguinte zelar pelo bem comum da sociedade.

A Contabilidade é uma ciência que estuda o patrimônio à disposição das entidades, em seus aspectos estáticos e em suas variações, para enunciar, por meio de fórmulas racionalmente deduzidas, os efeitos da administração sobre a formação e a distribuição dos lucros (KOHAMA, 2014, p. 24).

Percebe-se que a contabilidade pública é de fundamental importância, pois está ligada a métodos de gestão que objetivam melhores benefícios para os cidadãos. O gestor tem sua ótica voltada para o que representa o controle interno sendo um trabalho organizado, e executado por procedimentos e pessoas.

A Contabilidade Pública necessita adequar e proporcionar condições para sua população atendida e por isso é fundamental o conhecimento da sua relevância. Vale a pena salientar que segundo Padoveze (2008).

A importância da contabilidade para qualquer organização está na necessidade de que todas devem ter um instrumento que controle suas atividades e operações, as quais se expressam nas transações com o mundo exterior. Em outras palavras, como qualquer entidade se caracteriza por efetuar transações com as demais entidades (no caso de pessoas físicas, as transações são com empresas, entidades ou outras pessoas físicas), a contabilidade é o sistema que nasceu para registrar os efeitos das transações da entidade com o exterior. (p.29)

Aplica-se no processo gerador de conceitos que, o Objetivo básico da Contabilidade, portanto, pode ser resumido no fornecimento de informações econômicas para vários usuários, de forma que propiciem decisões racionais (IUDICIBUS, 2006).

O Objeto de estudo da Ciência Contábil é o patrimônio da entidade. Por sua vez, o objeto da Contabilidade Pública é o patrimônio contábil dos órgãos, entidades (pessoas jurídicas de direito público interno da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos municípios, suas autarquias, fundações e associações públicas), e das pessoas jurídicas de direito privado (fundações, empresas públicas e consórcios público-privados), patrimônio esse constituído dos bens direitos e obrigações (ROSA, 2013, p.18).

Entende-se que a principal importância e objetivo da contabilidade pública baseiam-se como um relevante instrumento capaz de proporcionar informações exatas das transações e controles realizados, proporcionando ao gestor uma adequada e eficiente tomada de decisão.

### **Controle Interno**

O controle interno possui a expressão de um papel relevante quanto às operações estabelecidas gerando o processo casual de seu funcionamento. Através dele são estabelecidos registros do funcionamento da utilização regular, anotações de ações envolvidas, registros de mudanças estabelecidas e realizadas e, portanto, permite-se o gerenciamento através do controle de registros. Impõem-se limites e criam-se orientações Institucionais.

A utilização deste recurso na esfera da administração pública permite que praticados em uma perspectiva de controle interno, ações de planejamento e tomada de decisão. Pode-se associar à sua efetividade o cumprimento de exigências legais de controle e prestação de contas.

A eficiência do controle interno relaciona-se tanto no ponto de atividade funcional quanto legal, conforme a Constituição Federal que diz em seus artigos 70 e 74 a respeito do controle. Do ponto de vista de seu processo de implementação ou regulação os responsáveis pela gestão do controle interno possuem obrigações legais de prestação de contas, conforme a Lei Complementar Nº 101/2000, Lei de Responsabilidade Fiscal.

Pela definição de controle interno pode-se observar em Figueiredo e Caggiano (2008), que o ciclo do controle integra ambos; as informações de opinião possibilitam que o desempenho real seja comparado com o estabelecido no planejamento anual, possibilitando assim aos gestores controlarem as operações e as alocações de recursos para estas operações.

De acordo com Crepaldi (2013), o instituto americano dos contadores públicos diz que o controle interno compreende o plano de organização e todos os métodos e medidas adotadas na empresa para salvaguardar seus ativos, verificar a exatidão e fidelidade dos dados contábeis, desenvolver a eficiência nas operações e estimular o seguimento das políticas administrativas prescritas.

Segundo Kohama (2014), administrar é gerir os serviços públicos; significa não só prestar serviço executá-lo, como também, dirigir, governar, exercer à vontade com objetivo de obter um resultado útil. Dentre as observações mencionadas, o gestor municipal tem sua ótica voltada para o que representa o controle interno sendo um trabalho organizado e executado, que os objetivos e funções têm papel importante por ele desempenhado que fortalece a organização da gestão, a complexidade do conceito de controle explica a diversidade de aproximações teóricas realizadas acerca de seu funcionamento.

Segundo Crepaldi (2013, p.465), para compreender melhor o controle interno é preciso deter-se em seu real significado. Essa análise, fundamentada nos conceitos da administração, parece plenamente justificável, visto que o referido conceito engloba e enfatiza: O plano organizacional (estrutura organizacional); Os sistemas administrativos; Políticas administrativas; Eficiência do pessoal da empresa.

A organização do controle interno é fundamentalmente bem mais produtiva facilitando a adequação dos processos elaborados. O controle interno é um instrumento administrativo que têm influência direta em conjunto com os aspectos contábeis.

Em uma organização podem ser implantados alguns procedimentos como o controle dos sistemas contábeis e de informações, controle organizacional, controles de procedimentos e do fluxo de documentação.

Crepaldi (2008, p.497) enfatiza que, os sistemas de informações variam consideravelmente de uma empresa para outra e, em decorrência disso torna-se impossível projetar um sistema de informação típico, capaz de ser utilizado como meio de comparação para determinar os pontos fortes e os pontos fracos de determinado sistema.

Em relação aos controles organizacionais Crepaldi (2013, p.496) afirma que, no que tange à organização de funções e delegação de autoridade, é conveniente documentar a definição de linhas e instrumentos de operação mediante manuais de organização, organogramas e descrições de cargos.

Conforme Oliveira e Filho (2008, p.76), os controles de procedimentos e do fluxo da documentação são os controles inseridos no fluxo diário da documentação, visando garantir que o processamento de uma informação em determinado estágio que poderá ser averiguado posteriormente sem distorção.

### **Análise e Discussão de Resultados**

Os dados coletados foram através de entrevista com a gestora da secretaria, observação do funcionamento e também foi feito a análises documentais utilizados na estrutura da organização da entidade pública. A sede da secretaria municipal de saúde é composta pela seguinte estrutura interna: Gabinete da Secretária Municipal de Saúde; Farmácia Básica; Sala de Agentes de Epidemiologia; Sala de Almoarifado.

Durante a pesquisa foi identificado que o gabinete da secretaria municipal de saúde é dedicado ao atendimento imediato ao público interno e externo, e que existe controle interno sobre, recebimento, protocolo, distribuição e expedição de correspondências e outros documentos, organização e manutenção de arquivos, realização de ligações telefônicas registrando e especificando em um caderno o dia, mês e ano, marcando o tempo do início e tempo final da ligação, número completo do telefone, e finalizando com a assinatura de quem fez a ligação, onde se percebeu que existe o gerenciamento através do controle de registro.

É realizado o controle e numeração de ofícios, memorandos, e resoluções do conselho, foi visto também o acompanhamento da movimentação dos bens localizados na sede da secretaria, com a correspondente atualização dos registros descritos em planilha o número anterior e atual de tombamento do bem, tipo do bem, descrição do bem, aquisição (nota fiscal) com a data, número, valor e fornecedor, localização física do bem, e por fim a situação do bem, controle da emissão de números de fotocópias e outras atividades.

Existe também o controle do livro de ponto da relação dos servidores lotados na sede da secretaria, com o registro contendo o dia, mês e ano, o nome do servidor (a), horário da entrada e com a assinatura, horário da saída e chegada do almoço ou descanso seguida da assinatura, horário final da saída com a assinatura, quando algum servidor não vai ao serviço é carimbado no livro de ponto como falta, e quando não vai e avisa o motivo de doença é exigido que apresentasse o atestado médico, e sendo assim será carimbado no livro como falta justificada, todo esse acontecimento é

conferido, e todo dia 20 (vinte) de cada mês são elaborados o resumo de ponto e enviado aos recursos humanos localizado na prefeitura municipal, para ser feito o pagamento junto à secretaria municipal de finanças.

Na farmácia básica foi observado o controle interno de entrada e saídas de medicamentos, são realizadas pela atendente de farmácia as anotações da necessidade mensal de produtos, que é repassado para o farmacêutico bioquímico realizar o pedido junto a secretaria municipal, é elaborado a solicitação por ofício que é enviada por e-mail para cotação ao fornecedor, o fornecedor retorna para a secretaria municipal a referida cotação com os medicamentos cotados com os determinados preços, a secretaria municipal encaminha ao financeiro que faz a liberação do pedido. No ato da entrega é feito a conferência junto à nota fiscal com os produtos. Só é realizada a saída dos medicamentos mediante a receita médica e cartão do sistema único de saúde, pois existe uma planilha de controle de saída por unidade e paciente, nessa planilha é controlado por data, descrição do medicamento, lote, quantidade e cartão do sistema único de saúde.

Na sala de Agentes de Epidemiologia é realizado pelos agentes três tipos de controles, o primeiro é o registro diário do serviço antivetorial do programa nacional de controle da dengue, onde existe uma planilha composta da data, ciclo/ano, atividade a ser realizado, número do quarteirão, sequencia lado, nome do logradouro, tipo de imóvel inspecionado, número de depósito inspecionado, coleta da amostra, número da amostra, tipo de tratamento e assinaturas dos agentes e do supervisor.

O segundo é o itinerário semanal de trabalho do programa de controle da febre amarela, onde também existe uma planilha contendo o nome do guarda e responsável, localidade, mês e ano, semana, bairro ou local, número dos quarteirões ou nome da rua.

O terceiro controle é a planilha de consolidação das visitas domiciliares do plano nacional de enfrentamento à microcefalia, onde é preenchido com o dia de trabalho, folha, nome do agente, vinculo do agente, a situação dos imóveis contendo os trabalhados, com focos, tratamento com lavricida, fechados e recusados, recuperados com focos ou com tratamento, assinatura do responsável pela consolidação e a data da digitação. Foi observado que é realizado o envio do controle dessas planilhas via e-mail para a regional de saúde de Balsas – MA e para a Secretaria estadual de saúde do maranhão, todos esses procedimentos são executados por três agentes epidemiológicos e fiscalizado pelo supervisor de campo.

Na Sala de Almoxarifado foi observado que existe um acompanhamento, organização, manutenção e reposição do estoque de materiais de escritório. O servidor responsável pelo almoxarifado solicita aquisição de materiais de escritório através de memorando juntamente com a secretaria de saúde, o memorando é assinado e enviado para a secretaria de administração, que por sua vez realiza a compra no fornecedor e envia o pedido para a secretaria de saúde, servidor responsável pelo almoxarifado recebe a mercadoria e confere junto à nota fiscal de compra, logo após a conferência e a assinatura da nota fiscal é organizado no estoque, e depois é distribuído para os outros departamentos via memorando também.

Os controles internos averiguados compreendem as técnicas e registros relacionados ao processo de tomada de decisão, nos quais são orientados a pratica de atividades autorizadas no alcance do objetivo da secretaria municipal, foi observado que muitas vezes a gestora recorre ao contador responsável pela prefeitura em geral para pedir auxílio na tomada de decisões.

O funcionamento da estrutura institucional existe responsabilidade em desenvolver a eficiência sendo que é ligada ao processo de decisão manifestando a influência da gestora na organização e determinação de funções.

Nota-se que os controles assessoram representando segurança para a gestora da secretaria municipal, o controle interno contribui no gerenciamento, na correção, na prevenção de prejuízos, na prestação de contas, no cumprimento das metas e objetivos, com a organização do controle interno fica mais dinâmico e eficiente.

Segundo a gestora da secretaria municipal de saúde de Sambaíba Maranhão, o controle interno é relevante com contribuição de maneira sucinta e provedora a fim de assegurar transparência nos gastos públicos.

Ela ainda afirmou que os controles internos estão bem definidos, e que estão voltados para o atendimento efetivo das necessidades para atender o objeto de análise do controle interno na gestão/administração pública, e que no funcionamento da estrutura institucional existe responsabilidade em desenvolver a eficiência.

A gestora, defende que o controle interno é um instrumento que auxilia na gestão pública, atuando de maneira preventiva e transparente durante a aplicação dos recursos públicos e que também ajuda a exercer os princípios públicos.

Entende ainda que o controle interno contribui para que as metas sejam alcançadas, afirmou que depende do desempenho e da eficiência de todos para atender as metas e os objetivos da secretaria municipal.

Questionada sobre como são utilizados/executados os controles internos na secretaria municipal, justificou que também é executado diretamente pela administração pública, que também é delegado através de autorização e permissão, sendo realizado de maneira correta e transparente. Quando questionada se os controles internos utilizados estão sendo cumpridos, respondeu que ressaltou que ainda existe dificuldade, pois que existe muita exigência e que por vezes recorre ao contador responsável pela prefeitura em geral para pedir auxílio na tomada de decisões para que seja exercido observando os princípios públicos.

### **Considerações finais**

Constatou com o presente trabalho que o controle interno é de extrema importância e que funciona como um relevante instrumento para a gestão da secretaria municipal de saúde de Sambaíba-MA. No âmbito dessa concepção, o controle interno é entendido como integrante da estrutura da gestão pública, com objetivo de auxiliar em relação às finalidades e objetivos a serem conseguidos pela secretaria municipal de saúde.

Verificou-se uma compreensão satisfatória quanto ao problema proposto. Os controles internos utilizados auxiliam como instrumento na sede da secretaria municipal de saúde, são os controles administrativos e operacionais entendidos como algumas ferramentas e documentos relacionados ao desenvolvimento de tomada de decisão. Objetivou-se que é importante enfatizar que sem manter colaboradores integrados e comprometidos com os objetivos da gestão, de nada vale existir ou possuir um controle interno de processos e procedimentos. Pode-se criar uma cultura corporativa de proteção aos valores da organização ou instituição pública com a presença da alta gestão da administração, com postura profissional, ética e conduta.

Os principais resultados encontrados foram de que o controle interno funciona como instrumento de gestão e é uma relevante ferramenta de apoio para a contabilidade, foram observados vários controles internos praticados e que compreendem os procedimentos e registros relacionados à tomada de decisão, o funcionamento da política pública é conectada ao processo de resolução, o controle interno auxilia no gerenciamento, no desempenho de objetivos e metas.

### **Referências Bibliográficas**

CREPALDI, Silvio Aparecido; **Auditoria Contábil Teoria e Prática**. 9ª ed. São Paulo; ed. Atlas, 2013.

FIGUEIREDO, Sandra; CAGGIANO, Paulo Cesar; **Controladoria Teoria e Prática**. 4ª ed. São Paulo: ed. Atlas, 2008.

IUDÍCIBUS, Sergio de; **Teoria da Contabilidade**. 8ª ed. São Paulo; ed. Atlas, 2006.

KOHAMA, Heilio; **Contabilidade Pública**. 14ª ed. São Paulo; ed. Atlas, 2014.

LIMA, Diana Vaz. CASTRO, Róbison Gonçalves de; **Contabilidade Pública**. 3ª ed. São Paulo; ed. Atlas, 2013.

OLIVEIRA, Luís Martins de; JR, José Hernandez Perez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos; **Controladoria Estratégica**. 6ª ed. São Paulo; ed. Atlas, 2010.

PADOVEZE, Clóves Luís; **Introdução à Contabilidade**. 1ªed. São Paulo: ed. Cengage Learning, 2006.

ROSA, Maria Berenice; **Contabilidade do Setor Público**. 2ª ed. São Paulo; ed. Atlas, 2013.



## COMPLIANCE TRIBUTÁRIO PARA UMA ENTIDADE PRESTADORA DE SERVIÇO EDUCACIONAL

Antônia Borges Rocha<sup>27</sup>

Lidiane dos Santos Silva<sup>28</sup>

Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>29</sup>

### Resumo

A administração de uma empresa pode ser considerada complexa e a contabilidade se torna um suporte indispensável na tomada de decisão. O desenvolvimento deste trabalho tem como objetivo demonstrar as formas de tributação, Simples Nacional e Lucro Presumido, apresentando o regime tributário mais econômico para uma empresa prestadora de serviço no ramo educacional. Como procedimento para de resolução do problema de pesquisa o autor buscou informações internas como faturamento bruto, salário de funcionários, alíquota do Imposto Sobre Serviço e em livros tais como alíquotas incidentes sobre os tributos. Planejar é fundamental em tudo que se faz na vida, ainda mais quando isso significa possível economia. Por esse motivo o Compliance tributário é tão relevante em toda e qualquer atividade mercantil.

**Palavras-Chave:** Administração; Planejamento Tributário; Tributos.

### Abstract

Running a business can be considered complex and accounting becomes an indispensable support in decision making. The development of this paper aims to demonstrate the forms of taxation, Simple National and Presumed Profit, presenting the most economical tax regime for a company providing services in the educational field. As a procedure for solving the research problem, the author sought internal information such as gross revenues, employee salaries, Service Tax rates and books such as tax rates. Planning is fundamental to everything you do in life, especially when it means possible savings. For this reason, tax compliance is so relevant in any and all commercial activities.

**Key-words:** Administration; Tax planning; Tributes.

### Introdução

A contabilidade é considerada uma ferramenta indispensável dentro de uma organização, isso se dá devido à grande concorrência entre as empresas, num cenário onde a empresa que consegue minimizar seus custos na prestação de serviços tais com os tributos diretos e indiretos, consegue estar um passo à frente das demais concorrentes podendo melhorar seu mark-up. Ter a contabilidade como ponto de partida é fundamental para garantir que a empresa obtenha sucesso e cumpra com suas obrigações fiscais, com funcionários, fornecedores, clientes e sócios. Para as entidades que não podem manter um contador dentro do seu empreendimento, os escritórios de contabilidade existem para suprir a necessidade cuidando da saúde econômica e financeira do negócio, com o intuito de orientar o empresário na tomada de decisão, desta forma, buscar manter o equilíbrio entre as receitas e despesas com o intuito de evitar gastos desnecessários com tributos e multas devido aos atrasos de entregas de obrigações acessórias.

---

<sup>27</sup> Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade UNIBALSAS.

<sup>28</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>29</sup> Formando em Ciências contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins.

O presente trabalho tem como base de desenvolvimento um estudo de caso realizado em uma microempresa, com objetivo principal demonstrar as formas de tributação, Simples Nacional e Lucro Presumido, apresentando o regime tributário mais favorável a empresa.

A pesquisa será praticada através da busca de dados referente a empresa foco do estudo, sendo que a mesma atua no ramo de serviço educacional. A entidade alvo do estudo está situada na cidade de Balsas no estado do Maranhão.

A importância desse tema se dá pela perspectiva de poder usar esse estudo em outros casos, e contribuir para o melhor desempenho dessa atividade mercantil, pois este estudo visa contribuir através da elaboração e demonstração de um Planejamento Tributário elaborado para uma empresa do ramo da educação, buscando uma maneira de economizar com tributos de forma lícita fazendo a identificação do regime de tributação mais econômico e compatível com a empresa em determinado momento.

Para o desenvolvimento do estudo de caso, foram levados em consideração alguns aspectos como as informações sobre faturamento do ano anterior e atual, quantidade de funcionários e salários para cálculo do Fundo de Garantia por Tempo de Contribuição, alíquota do Imposto Sobre Serviço cobrado pelo município para o tipo de serviço prestado, alíquotas do Imposto de Renda Pessoa Jurídica, Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido, Programa de Integração Social, Contribuição para Financiamento da Seguridade Social, Contribuição Patronal Previdenciária e realizando cálculos dos impostos e comparações entre eles para chegar à resposta para o problema da pesquisa. Vale ressaltar que a empresa trabalha com valores prefixados para o ano corrente devido à área que a mesma opera. Ou seja, a receita auferida no mês de janeiro terá uma sequência até dezembro, com probabilidade mínima de queda no faturamento.

### **Planejamento Tributário**

O planejamento tributário pode ser considerado um dos passos essenciais para a obtenção do sucesso financeiro de uma empresa. Pois a escolha por um regime tributário não observado, pode acarretar a necessidade de arcar com o pagamento de tributos considerados desfavoráveis para a empresa durante todo ano-calendário (HUTTEN, 2005).

O planejamento tributário pode abranger as atividades de quaisquer empresas, desde uma lanchonete de pequeno porte estabelecida em uma pequena cidade do interior brasileiro até uma empresa de grande porte, com estabelecimentos em todo o mundo (OLIVEIRA, 2013, p. 207).

Na atuação empresarial, independente do seu porte, existe a obrigação de pagar seus impostos e contribuições. E o planejamento tributário pode abranger todos os tipos de empresas, pois é uma forma de se programar para o ano de atividades, utilizando-se de métodos legais. Sendo que através do planejamento tributário o empresário terá em mãos informações importantes para a tomada de decisão dentro da empresa.

Assim poderá fazer a escolha por um regime de tributação mais favorável a saúde financeira de sua empresa, seja ela grande ou pequena, desde que não esteja impedida por lei de se beneficiar do regime pretendido (OLIVEIRA, 2013).

Os tributos podem ser considerados como todos os impostos, taxas e contribuições cobradas do contribuinte pelo Município, Estado ou União. Estes órgãos são responsáveis por determinar as alíquotas e valores a serem cobrados sobre as receitas das empresas, seja prestadora de serviço ou não.

Vale ressaltar que apesar do poder e responsabilidade que estes órgãos detêm de criar ou cobrar tributos, os mesmos não podem fugir das regras ditadas que os estabelecem na Constituição Federal.

Sendo que todos os tributos necessariamente precisam de um fato gerador, sendo assim, será considerado como fato gerador da obrigação o momento em que a empresa efetuar a prestação de serviço ou a venda de mercadoria, a partir deste momento gera a obrigação de pagar impostos ( REIS; GALLO; PEREIRA, 2012).

### **Elisão, Evasão, Imunidade e Isenção**

A Elisão Fiscal é considerada uma forma lícita de diminuir os gastos da empresa com pagamento de tributos desnecessário para a empresa. O meio lícito de buscar vantagens menos onerosas para a empresa é através da observação da legislação e ordenamento jurídico e elaboração de um planejamento tributário.

Já a Evasão Fiscal é classificada como um ato do contribuinte de utilizar meios ilícitos, para diminuir suas responsabilidades fiscais. Tais meios que futuramente podem acarretar sérias complicações para a entidade (Lei 8.137/90) (OLIVEIRA, 2013).

A isenção fiscal pode ser considerada como uma espécie de favor fiscal, e pode ser de origem temporária isentando assim o contribuinte da responsabilidade de pagar determinado tributo durante algum período (art.176, CTN). O mesmo exige da empresa requisitos necessários para que possa ser concedida a isenção (FABRETTI, 2011).

O princípio da imunidade tributária tem como objetivo principal resguardar algumas instituições de obrigações fiscais. Os entes protegidos por este princípio são associação política, sindical, educacional, assistência social, divulgação científica e de cultura de fatos de interesse da população, as informações sobre a imunidade tributária está disposto no art. 150 da constituição federal (FABRETTI, 2011).

### **Regimes de Tributação**

O Lucro Presumido é uma forma de tributar as empresas baseado na presunção de lucro que será auferido. O mesmo tem como objetivo fundamental fazer a apuração dos tributos como, Imposto de Renda de Pessoa Jurídica – (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – (CSLL). A presunção é de acordo com o ramo de atividades exercida pela pessoa jurídica – (PJ), e quem estabelece é a receita federal (REIS; GALLO; PEREIRA, 2012).

Quando a empresa opta pelo Lucro Presumido, essa decisão é definitiva para todo ano-calendário. O artigo 26 da Lei nº 9.430/96 define que a adesão ao Lucro presumido dar-se - à com o pagamento da primeira ou única quota do imposto devido correspondente ao primeiro período de apuração de cada ano-calendário, o que pela lei ocorre no mês de abril de cada ano, para empresas operantes desde o primeiro trimestre (REIS; GALLO; PEREIRA , 2012,p.52).

A Lei 9.718/1998, no seu art. 13, rege que só poderá optar pelo Lucro Presumido a Pessoa Jurídica que não estiver obrigada ao Lucro Real, ou seja a empresa deve ter seu faturamento limitado a 48.000.000 por ano calendário ou 4.000.000 por mês.

O Programa Integração Social -PIS, e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, são dois tipos de tributos que são calculados com base no faturamento bruto da empresa, comprovado através da emissão de nota fiscal, seja de venda de mercadorias ou prestação

de serviço. O art. 195 da Constituição Federal de 1988, sendo que os dois tributos acima citado são de competência da União, segundo Oliveira (2013).

Andrade et al. (2013), afirma que a alíquota incidente sobre o PIS, para o Lucro Presumido regime cumulativo é de 0,65% e para COFINS é de 3%, tais percentuais incidem sobre a Receita Bruta apurada mensalmente. Vale ressaltar que o regime cumulativo não concede direito à dedução de crédito, não utiliza como base de cálculo receitas com venda de ativo imobilizado, também deve ter como base de apuração de tributos o princípio da competência.

Se tratando dos tributos indiretos a apuração dos impostos é realizada de forma trimestral, tendo como ponto de partida a receita bruta do período, no montante auferido no período é somado junto à receita o valor do ICMS sobre a venda ou prestação de serviço para base do IRPJ e CSLL. Somente a partir do valor receita e do ramo de atividade exercida pela empresa é possível saber qual o percentual será aplicado para poder encontrar a base de cálculo dos impostos (ANDRADE et al., 2013).

Sabendo que o estudo de caso está sendo realizado encima de uma empresa prestadora de serviço educacional, é possível saber que o percentual para encontrar a base de cálculo para a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido é de 32%, incidente sobre a receita bruta auferida no trimestre para encontrar a base de cálculo de acordo com a tabela 1, após encontrada a BC aplica – se a alíquota de 9%.

Já no Simples Nacional as empresas passam a ter um meio considerado simples de fazer a arrecadação dos impostos em especial para as Microempresas- (ME) e Empresa de Pequeno Porte – (EPP), tais impostos e contribuições envolvem as obrigações trabalhista e com a previdência social e Imposto de Renda Pessoa Jurídica – (IRPJ), Imposto sobre Produto Industrializado – (IPI), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – (CSLL), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – (COFINS), Contribuição para o Programa de Integração Social - (PIS/PASEP), Contribuição Patronal Previdenciária – (CPP), Imposto sobre Circulação de Mercadoria – (ICMS), Imposto Sobre Serviço – (ISS). A arrecadação destes impostos é feita em uma única guia denominada como, Documento de Arrecadação Simples – (DAS). Os tributos calculados com base no Simples Nacional, possuem uma alíquota diferenciada, que visa beneficiar pequenas empresas (REIS; GALLO; PEREIRA, 2012).

Considera – se microempresa (ME), para efeito do Simples Nacional, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, que aufera, em cada ano-calendário, Receita Bruta Igual ou inferior a R\$ 360.000,00. E Empresa de Pequeno Porte (EPP), para efeito do Simples Nacional, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, que aufera, em cada ano-calendário, Receita Bruta superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,009” (ANDRADE et al., 2013. p. 141).

Percebe-se que o faturamento da ME e EPP, são valores pequenos, se considerado o valor do faturamento das empresas obrigadas ao Lucro Presumido (L P) ou Lucro Real (L R). O Simples Nacional pode ser considerado um dos regimes de tributação exclusivo das Microempresas – (ME) e Empresas de Pequeno Porte – (EPP), dependendo ramo de atividade exercida pela empresa (ANDRADE et al., 2013).

O contribuinte que estão de acordo com as exigências do Simples Nacional podem fazer a escolha, o que não significa que necessariamente tenham que adotar.

O valor devido mensalmente pela microempresa e empresa de pequeno porte, optante do Simples Nacional, será determinado mediante aplicação das tabelas com base em sua atividade, observando que o sujeito passivo utilizará a receita

bruta acumulada nos 12 (doze) meses anteriores ao período de apuração (OLIVEIRA, 2013, p.176).

Entende-se que, para apuração do imposto Simples Nacional de uma empresa é somado seu faturamento dos últimos 12 (doze) meses, após saber o valor da receita é necessário verificar na tabela a alíquota para cálculo do imposto (OLIVEIRA, 2013).

### Cálculo no Regime Tributário Lucro Presumido

As informações contidas na tabela abaixo serão utilizadas para os cálculos a seguir. Demonstração da receita bruta mensal do ano de 2016.

Janeiro 2016	R\$ 25.000,00	Julho 2016	R\$ 25.000,00
Fevereiro 2016	R\$ 25.000,00	Agosto 2016	R\$ 24.520,00
Março 2016	R\$ 25.000,00	Setembro 2016	R\$ 24.520,00
Abril 2016	R\$ 25.000,00	Outubro 2016	R\$ 24.520,00
Mai 2016	R\$ 25.000,00	Novembro 2016	R\$ 24.520,00
Junho 2016	R\$ 25.000,00	Dezembro 2016	R\$ 24.520,00
Remuneração Mensal dos Funcionários		R\$ 8.450,00	

Fonte: Elaborada pelo autor.

### Contribuição mensal dos tributos

Meses 2016	Receita Bruta	IRPJ 15% S/ B.C	CSLL 9% S/ B.C	COFIN S 3% S/R.B	PIS/Pase p 0,65% S/ R.B	INSS 20% S/Salário	ISS 2% S/ R.B	Valor Mensal
Jan.	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Fev.	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Mar.	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Abril	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Mai	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Jun.	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Jul.	25.000,00	1.200,00	720,00	750,00	162,50	1.690,00	500,00	5.022,50
Agos.	24.520,00	1.176,96	706,18	735,60	159,38	1.690,00	490,40	4.958,52
Setem.	24.520,00	1.176,96	706,18	735,60	159,38	1.690,00	490,40	4.958,52
Out.	24.520,00	1.176,96	706,18	735,60	159,38	1.690,00	490,40	4.958,52
Nov.	24.520,00	1.176,96	706,18	735,60	159,38	1.690,00	490,40	4.958,52
Dez	24.520,00	1.176,96	706,18	735,60	159,38	1.690,00	490,40	4.958,52

Fonte: Elaborada pelo autor.

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social no Lucro presumido é calculado e pago mensalmente, o valor patronal a ser pago é de 20% sobre o salário bruto do funcionário.

### Quadro 8 – Cálculo do INSS patronal

Quantidade de funcionário	Remuneração total	Alíquota do INSS	INSS à pagar
6	8.450,00	20%	1.690,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

O valor a ser pago acima é apenas a parte patronal, sendo que a parte do funcionário pode variar as alíquotas de acordo com o salário. O Vencimento do Imposto Sobre Serviço é sempre no mês subsequente o do fato gerador.

FGTS – O valor do fundo de garantia por tempo de serviço é calculado mensalmente sobre o valor bruto do salário. A alíquota utilizada é de 8%. Memória de cálculo FGTS:

Quantidade de funcionário	Remuneração total	Alíquota do FGTS	FGTS à pagar
6	8.450,00	8%	676,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

### Cálculo no Regime Tributário Simples Nacional

Para realizar esses cálculos foi utilizado o anexo III do simples nacional vigente em 2016. O cálculo se dá utilizando a Receita Bruta Total dos últimos 12 meses, para encontrar a alíquota efetiva a ser aplicada e a distribuição dos percentuais sobre cada tributo.

Janeiro 2015	R\$ 12.000,00	Julho 2015	R\$ 12.000,00
Fevereiro 2015	R\$ 12.000,00	Agosto 2015	R\$ 12.000,00
Março 2015	R\$ 12.000,00	Setembro 2015	R\$ 12.000,00
Abril 2015	R\$ 12.000,00	Outubro 2015	R\$ 11.780,00
Mai 2015	R\$ 12.000,00	Novembro 2015	R\$ 11.780,00
Junho 2015	R\$ 12.000,00	Dezembro 2015	R\$ 11.780,00
Receita Anual	_____	_____	R\$ 143.340,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

Com base nas informações acima, segue abaixo um exemplo de cálculo pelo regime Simples Nacional. Para calcular Janeiro de 2016, utiliza-se a receita bruta total do ano anterior, ou seja, Janeiro a dezembro de 2015.

Demonstrativo das receitas mensais, alíquotas incidentes, percentuais sobre cada tributo exceto Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, valor total dos tributos a pagar mensalmente.

Meses 2016	Receita Bruta	Alíq. Efet.	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/Pasep	CPP	ISS	Valor á pagar
Jan.	25.000,00	6%	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4 %	2%	1.500,00
Fev.	25.000,00	6%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4%	2%	1.500,00
Mar.	25.000,00	6%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4%	2%	1.500,00
Abr.	25.000,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42 %	0,00 %	4 %	2,79%	2.052,50
Mai.	25.000,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.052,50
Jun.	25.000,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.052,50
Jul.	25.000,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79	2.052,50
Agos.	24.520,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.013,09
Set.	24.520,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.013,09
Out.	24.520,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.013,09
Nov.	24.520,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.013,09
Dez.	24.520,00	8,21%	0,00%	0,00%	1,42%	0,00%	4%	2,79%	2.013,09

Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com os dados acima no primeiro trimestre o valor a pagar é de R\$ 4.500,00. No segundo o valor a pagar é de R\$ 6.157,50, comparando com o primeiro trimestre, nota-se uma diferença de 1.657,50 a mais. No terceiro trimestre o valor a pagar é de 6.078,68, se comparado com o segundo é notável a diferença de R\$ (78,00) para menos devido à queda no faturamento. No quarto trimestre o valor a pagar é R\$ 6.039,27, se comparado com o terceiro a diferença é de R\$ (39,41) para menos. Vale ressaltar que o FGTS, não está incluso neste comparativo.

O Fundo de Garantia por Tempo de Contribuição – FGTS, é um tributo que não precisa da receita bruta para ser calculado, é necessário apenas o valor da remuneração paga aos funcionários mensalmente. A base de cálculo não se altera em comparação com o Lucro Presumido.

### Considerações Finais

Agora podemos analisar e comparar a diferença entre uma tributação e outra, e, por conseguinte concluir qual será a melhor para a realidade da entidade. Vejamos:

SIMPLES NACIONAL		FGTS	Total	LUCRO PRESUMIDO		FGTS	Total
1º Trimestre	4.500,00	2.028,00	6.528,00	1º Trimestre	15.067,50	2.028,00	17.095,50
2º Trimestre	6.157,50	2.028,00	8.185,50	2º Trimestre	15.067,50	2.028,00	17.095,50
3º Trimestre	6.078,68	2.028,00	8.106,68	3º Trimestre	14.939,54	2.028,00	16.967,54
4º Trimestre	6.039,27	2.028,00	8.067,27	4º Trimestre	14.875,56	2.028,00	16.903,56
Total Anual	22.775,45	8.112,00	30.887,45	Total Anual	59.950,10	8.112,00	68.062,10

Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com o quadro demonstrativo dos tributos, percebe-se a grande diferença entre os valores a pagar. O regime atual da empresa é o Simples Nacional, o mesmo proporciona à entidade uma economia de R\$ 37.174,65 em tributos. Contudo se percebe que o Lucro Presumido não seria uma opção vantajosa para a Pessoa Jurídica no ano calendário de 2016.

Os cálculos realizados, avaliados individualmente e comparados mostram os valores trimestrais a pagar entre os dois regimes. De acordo com o quadro 15, percebe-se que, os impostos devido pelo Lucro presumido no primeiro trimestre é de R\$ 17.095,50, no segundo R\$ 17.095,50, no terceiro R\$ 16.967,54, e no quarto R\$ 16.062,10, perfazendo o total de 68.062,10 ao ano. Já no Simples o valor a pagar no primeiro trimestre é R\$ 6.528,00, no segundo R\$ 8.185,50, no terceiro R\$ 8.106,68, no quarto R\$ 8.067,27, somando um montante de 30.887,45 durante o ano calendário. Com isso nota-se uma diferença bem relevante entre os valores encontrados.

Comparando o valor no primeiro trimestre dos dois regimes a economia favorecendo o simples é de R\$ 10.567,50, vai para o segundo novamente economizando R\$ 8.910,00, no terceiro R\$ 8.860,86, no quarto R\$ 7.994,83. Tendo em vista as informações envolvendo os tributos incidentes sobre os dois regimes e demonstrado, quantitativamente é se levado a acreditar que o regime mais favorável no momento é o Simples Nacional, com uma economia em tributos para a empresa no valor de R\$ 37.174,65 no ano calendário. Este trabalho foi de grande relevância para o aprofundamento da acadêmica no assunto abordado no trabalho, complementando a teoria já vista em sala de aula.

### **Referências Bibliográficas**

ANDRADE, E. S. M.; LINS, L. dos S.; BORGES, V. L. **Contabilidade Tributária**. São Paulo: Atlas, 2013.

FABRETTI, L. C.; FABRETTI, D. R.; MUNHÓS, J. L. **Prática tributária de micro, pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2011.

HUTTEN, F. **A importância do planejamento tributário na gestão financeira da empresa: um estudo de caso da COFINS para uma empresa prestadora de serviços, conforme a lei 10.833/03**. Porto Alegre 2005.

OLIVEIRA, G. P. de. **Contabilidade tributária** – 4. ed. rev. atual. – São Paulo: Saraiva, 2013.

REIS, L. G. dos; GALLO, M. F.; PEREIRA, C. A. **Manual de Contabilização de tributos e contribuições sociais**. São Paulo: Atlas, 2012.



## CONTROLE INTERNO: ANÁLISE EM UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA

Catarina Coelho Menezes<sup>30</sup>

Lidiane dos Santos Silva<sup>31</sup>

Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>32</sup>

### Resumo

O sistema de controle interno compreende o conjunto de métodos e procedimentos utilizados por uma entidade a fim de proteger seu patrimônio. A falta de um sistema que se preocupe com a possibilidade de ocorrência de eventos indesejáveis pode comprometer a saúde das instituições financeiras, tais como, perdas inesperadas e não suportáveis em operações de crédito, mudanças súbitas na conjuntura econômica e danos à reputação podem gerar um impacto danoso sobre o patrimônio da entidade. As instituições financeiras são obrigadas a adotarem controles que propiciam a mitigação dos diversos riscos a que estão sujeitas em decorrência de suas operações.

**Palavras-Chave:** Controles Internos; Instituição Financeira; Riscos.

### Abstract

The internal control system comprises the set of methods and procedures used by an entity to protect its assets. The lack of a system that worries about the possibility of undesirable events can endanger the health of financial institutions, such as unexpected and unendurable losses on credit operations, sudden changes in the economic environment and reputational damage can have an impact. harmful to the entity's assets. Financial institutions are required to adopt controls that mitigate the various risks to which they are subject as a result of their operations.

**Key-words:** Internal controls; Financial institution; Scratches.

### Introdução

Com o aumento e aprimoramento das Instituições Financeiras no Brasil, percebe-se que as mesmas estão vulneráveis a fraudes e estão expostas a riscos e golpes. Devido a toda essa exposição nota-se que os Controles Internos exercem papel de fundamental importância no que se diz respeito à prevenção, detecção e correção de possíveis erros, compactuando de maneira objetiva para a proteção de seus usuários.

O presente estudo foi realizado em uma instituição bancária privada, situada na cidade de Balsas-MA, onde está atuando há mais de 70 (setenta) anos em todo território nacional, oferecendo serviços de: abertura de contas, empréstimos e financiamentos, investimentos, seguros, planos de saúde, entre outros. Hoje com um modelo de atuação eficiente, focada em atividades prioritárias e destacada pela inovação constante, desenvolvimento tecnológico e preocupação socioambiental a instituição caminha e cresce incessantemente mantendo sempre seus altos padrões de integridade e valores éticos.

O método utilizado na explanação do tema e na obtenção de dados foi o estudo de caso. De acordo com Gil:

O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado,

<sup>30</sup> Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade UNIBALSAS.

<sup>31</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>32</sup> Formando em Ciências contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins.

tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados. (1999, p. 72)

Beuren (2004) define a pesquisa do estudo de caso caracteriza-se principalmente pelo estudo concentrado em um único caso. Esse estudo é preferido pelos pesquisadores que desejam aprofundar seus conhecimentos a respeito de determinado caso específico.

Este trabalho tem como objetivo mostrar a importância desses controles na prevenção de fraudes na concessão de crédito no setor Pessoa Jurídica em uma Instituição Financeira Privada, identificando quais procedimentos são utilizados e se existe uma política de controles definida na Instituição.

Conceito

O comitê de Procedimentos de Auditoria do Instituto Americano de Controladores Públicos Certificados, AICPA, Estados Unidos, afirma:

O controle interno compreende o plano de organização e o conjunto coordenado dos métodos e medidas, adotados pela empresa, para proteger seu patrimônio, verificar a exatidão e a fidedignidade de seus dados contábeis, promover a eficiência operacional e encorajar a adesão à política traçada pela administração. (ATTIE, 2009, p. 148)

Segundo Crepaldi (2009) São todos os instrumentos da organização destinados à vigilância, fiscalização e verificação administrativa, que permite prever, observar, dirigir ou governar os acontecimentos que se verificam dentro da empresa e que produzam reflexos em seu patrimônio.

Entende-se por controle interno todos os instrumentos da organização destinados à vigilância, fiscalização e verificação administrativa que permitam prever, observar, dirigir ou governar os acontecimentos dentro da empresa que refletem sobre o patrimônio.

São meios de controle interno todos os registros, livros, fichas, mapas, boletins, papéis, formulários, pedidos, notas, faturas, documentos, guias, impressos, ordens internas, regulamentos e demais instrumentos de organização administrativa que formam o sistema de vigilância, fiscalização e verificação utilizado pelos administradores para exercer o controle sobre todos os fatos ocorridos na empresa e sobre todos os atos praticados por aqueles que exercem funções direta ou indiretamente relacionadas com a organização, o patrimônio e o funcionamento da empresa. (FRANCO, MARRA, 2007).

### **Relevância e Objetivos do Controle Interno**

Pode-se entender a importância do controle interno a partir do momento em que se verifica que ele é que pode garantir a continuidade do fluxo de operações com as quais convivem as empresas. O controle interno gira em torno dos aspectos administrativos, que tem influência direta sobre os aspectos contábeis. (CREPALDI, 2009).

O controle interno é parte integrante de cada segmento da organização e cada procedimento corresponde a uma parte do conjunto do controle interno. O controle interno gira em torno dos aspectos administrativos, que tem influência direta sobre os aspectos contábeis. (ATTIE, 2009).

O controle interno inclui controles que são peculiares tanto à contabilidade como à administração; os controles contábeis compreendem o plano de organização e todos os métodos e procedimentos relacionados com a salvaguarda do patrimônio e a fidedignidade dos registros contábeis; controles administrativos compreendem o plano de organização e todos os métodos e

procedimentos que dizem respeito à eficiência operacional e à adesão à política traçada pela administração. (ATTIE, 2007, p. 186).

Segundo ATTIE (2007), o controle interno tem quatro objetivos básicos: a salvaguarda dos interesses; a precisão e a confiabilidade dos informes e relatórios contábeis, financeiros e operacionais; o estímulo à eficiência operacional; aderência às políticas existentes.

### **Fraudes Versus Erro**

Segundo ATTIE (2007), bons controles internos previnem contra a fraude e minimizam os riscos de erros e irregularidades. Em geral o sistema de controle interno deve permitir detectar todas as irregularidades, pois oferece maiores possibilidades de identificação de fraudes.

A eficiência desses controles deve permitir detectar não somente irregularidades de atos intencionais, como também atos não intencionais. Esses erros podem ser: De interpretação como, por exemplo, a aplicação errônea dos princípios contábeis geralmente aceitos na contabilização de transações; De omissão por não aplicar um procedimento prescrito nas normas em vigor; Decorrentes da má aplicação de uma norma ou procedimento.

As fraudes dividem-se em: Não encobertas: são aquelas que o autor não considera necessário mascarar, porque o controle interno é muito fraco; Encobertas temporariamente: são feitas sem afetar os registros contábeis; Encobertas permanentemente: nesse caso, os autores da irregularidade alteram a informação contida nos registros e outros arquivos, para ocultar a irregularidade.

Resolução CFC nº 953/03 do Conselho Federal de Contabilidade, de 24-11-03 – Normas Brasileiras de Contabilidade:

Para fins destas normas, consideram-se:

- a) Fraude o ato intencional de omissão ou manipulação de transações, adulteração de documentos, registros e demonstrações contábeis;
- b) Erro o ato não intencional resultante de omissão, desatenção ou má interpretação de fatos na elaboração de registros e demonstrações contábeis. (OLIVEIRA, DINIZ FILHO, ALVEZ, 2008).

De acordo com CREPALDI (2009), pesquisas apontam que as fraudes são cada vez mais comuns e crescentes nas empresas, decorrente do enfraquecimento dos valores éticos, morais, sociais e principalmente, da ineficácia dos sistemas de controles internos. A eficiência do sistema de controle interno deve permitir não só as irregularidades de atos intencionais, mas como também erros de atos não intencionais.

Um exemplo de fraude é o que originou a Lei Sarbanes-Oxley foi criada no ano de 2002 após escândalos financeiros que envolveram duas empresas dos Estados Unidos, a Eron e a WorldCom, que buscou promover uma limpeza no mundo empresarial americano. (CREPALDI, 2013). Essa lei visa garantir a criação de mecanismos confiáveis de modo a mitigar riscos e identificar fraudes nas empresas. (CANTIDIANO, 2005). As autoridades americanas atuaram com a maior rapidez possível para evitar o aprofundamento da crise, de forma a estancar o processo de incerteza e desconfiança que passou a existir no mercado.

## Análise de Resultados

Através do acompanhamento e observação, junto às áreas comercial e administrativa da agência bancária, e com o intuito de explorar os controles internos das concessões de crédito Pessoa Jurídica-PJ, foi identificado, primeiramente, os riscos enfrentados por essas operações quanto à presença de incertezas referente às informações obtidas sobre o cliente, ou seja, o banco não é capaz de ter informação completa sobre o tomador de recursos e sobre sua capacidade de colher receitas futuras que o permitam cumprir os compromissos contratuais, surgindo assim, a necessidade da correta e completa aplicação das ações de controles internos exigidas pela Organização.

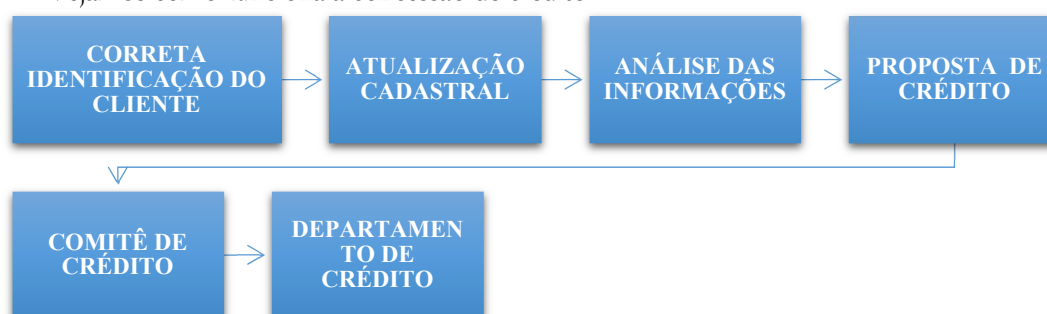
O setor de contas de pessoa Jurídica da agência tem por função administrar, controlar e direcionar as contas de empresas vinculadas à instituição é o responsável especificamente por captar novas contas, pelas movimentações e operações financeiras e por manter o bom relacionamento com os clientes que administra.

A concessão de crédito para Pessoa Jurídica deve ser precedida de tratamento das informações que permita uma análise técnica, observando o cliente e sua relação com o Banco. A mesma deve ser fundamentada na análise criteriosa das informações disponíveis. O Gerente PJ, na emissão de consultas de crédito, deve certificar-se da veracidade das informações incluídas nas consultas de crédito, bem como de sua disponibilidade, com especial atenção para a atualização do cadastro (prazo de 1 ano) do proponente e dos intervenientes da operação, exposição adequada da finalidade do negócio, garantia e, principalmente, a forma de liquidação das operações.

A concessão de crédito deve ser pautada em análise colegiada, que envolve o conhecimento do ramo de atividade do cliente e da capacidade de pagamento, fundamentada em critérios técnicos, comerciais e de relacionamento, sob a ótica da Política de crédito do Banco, amparada nas Normas de cada produto.

A seguir demonstra-se o processo que envolve o passo a passo da Concessão de Crédito Pessoa Jurídica, no qual se originam os controles internos adotados para que o setor PJ execute suas operações com eficiência e o controle de riscos com base no estudo realizado.

Vejamos como funciona a concessão de crédito:



Fonte: Elaborado pela autora

O primeiro passo do processo de concessão de crédito PJ é a correta identificação do cliente, começando com a visita do Gerente PJ à empresa onde será preenchido um Relatório – Guia de Visita, atestando a existência estrutural/física da mesma e certificando-se que esteja operando de forma contínua e legal dentro do mercado, também, colherá informações tais como: número de funcionários, condutas da empresa, capacidade de produção ou realização da prestação de serviços, garantias, necessidade de crédito e demanda da empresa.

O segundo passo consiste na atualização cadastral, que permite avaliar o potencial dos clientes e manter as informações completas, fidedignas e atualizadas. Nesta fase, são solicitados os seguintes documentos: Balanço Patrimonial atual, Demonstração de Resultado atual, Fluxo de Caixa e Relatório Anual da empresa. Assim, podemos contemplar o perfil cadastral do cliente, situação econômico-financeira, grau de endividamento, restritivos internos e externos, capacidade de geração de recursos, liquidez, rentabilidade, qualidade do ativo, setor de atividade econômica, pontualidade nos pagamentos e outras informações para análise e é claro o contrato social.

O terceiro passo é a análise econômico-financeira do cliente, existe um grande número de fatores próprios (gerenciais, organizacionais, trabalhistas, comerciais, socioambientais etc.), relativos à sua atividade, que devem ser sempre analisados, visto que podem ter relevância na decisão final e servem tanto de elemento de comparação da informação econômico-financeira, como para detectar as oportunidades de negócios.

Já o quarto passo é o preenchimento da proposta de crédito é a fase do processo que requer muita atenção para que não ocorram erros de preenchimento de informações incorretas. A proposta de Crédito é o meio pelo são registradas as solicitações de créditos dos clientes, contendo todos os dados, pareceres e decisões das análises das operações e limites de crédito nas diversas alçadas.

O quinto passo é necessário realizar o Comitê de Crédito das Agências para cumprir com as normas e a Política de Créditos do Banco e também pela necessidade de uma melhor avaliação em conjunto sobre cada proposta, pois embora existam subsídios sistêmicos adequados para nortear a análise e a concessão do Crédito, a experiência e o conhecimento do grupo qualificam e proporcionam maior segurança para a tomada de decisão.

A Proposta de Crédito deve ser enviada ao Comitê antes de submetê-las à análise do Departamento de Crédito, de forma a garantir que o despacho não influencie a decisão dos participantes em aprovar ou recusar o pleito.

Para certificar-se de que todas as condições e exigências normativas foram atendidas antes da formalização, liberação e arquivo do dossiê o Gerente Administrativo deve utilizar um modelo de Check List atualizado com informações que facilitam a análise e a conferência da formalização do contrato.

Após analisar as informações e os demonstrativos da empresa, encaminha-se a solicitação de crédito para o quinto e último passo: Departamento de Crédito, para subsídios na análise das consultas.

O Departamento de Crédito é responsável por zelar pela qualidade da avaliação e concessão de crédito de acordo com as normas da Organização e do BACEN propondo e aplicando a Política de Crédito.

O parecer do Departamento de Crédito definirá se há possibilidade de conceder o crédito, se favorável, a proposta será encaminhada ao gerente da agência (via sistema) para validação, se desfavorável, a proposta será cancelada e o Gerente PJ ficará encarregado de informar e orientar o cliente a regularizar alguma pendência que possa existir.

Finalizado o contrato, o mesmo será encaminhado ao Gerente Administrativo que tem a responsabilidade de: analisar a formalidade do contrato, conforme as normas internas da Organização; efetuar a digitalização da documentação. Que ficara arquivado e disponível para consulta.

Instituição Bancária estudada recebe duas auditorias internas por ano, sendo que uma delas é voltada para a área comercial onde são inspecionados os contratos de Concessão de Crédito PJ. Os auditores internos, chamados de Inspetores, dentro da organização, tem a função de avaliar o risco de cada operação, verificar o cumprimento das normas da Instituição, verificar a existência dos contratos e ajudar na otimização dos controles internos.

### **Considerações finais**

Nota-se uma presença significativa de diversos controles relativos aos processos administrativos e operacionais, desde o preenchimento do contrato de concessão até o seu arquivamento, lembrando que o contrato transita pelas duas áreas da agência, começando pela área comercial por sua elaboração, análise financeira e autorização, em seguida, área administrativa, onde o contrato passa pela a análise de preenchimento e arquivamento.

Durante todo o processo de descrição dos controles internos nota-se a importância dos mesmos, pois auxilia na mitigação dos riscos, na prevenção de possíveis golpes, no bom funcionamento da empresa e nas tomadas de decisões.

Conclui-se que o sistema de controle interno é parte fundamental na empresa, pois o mesmo serve de auxílio para tomada de decisões. O sucesso das atividades de controle na concessão de crédito da agência depende muito do comprometimento, da disciplina e do correto comportamento dos funcionários, com relação aos procedimentos exigidos e ao cumprimento das políticas e normas de controles internos, segundo as observações realizadas.

### **Referências Bibliográficas**

- BEUREN, Ilse Maria. Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- CREPALDI, A. Silvio. Auditoria Contábil. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- FRANCO, H. e MARRA, E. Auditoria Contábil. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- CANTIDIANO, Luiz Leonardo. Aspectos da Lei Sarbanes-Oxley. Revista Eletrônica RI, 2005.
- ATTIE, William. Auditoria Interna. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- CREPALDI, A. Silvio. Auditoria Contábil. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- ATTIE, William. Auditoria. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- OLIVEIRA, Luis Martins, FILHO, A. diniz, ALVES, P. S. L. da Gama, GOMES, M. Bezerra. Curso Básico de Auditoria. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

## CONTROLE E GERENCIAMENTO DE CUSTOS

Cleidiane Cruz de Souza<sup>33</sup>

Lidiane dos Santos Silva<sup>34</sup>

Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>35</sup>

### Resumo

O presente estudo teve por objetivo analisar o controle e gerenciamento dos custos fazendo um comparativo entre os métodos de custeios direto/variável e por absorção em um escritório de arquitetura de forma que possa evidenciar a melhor forma de controle dos custos, visto que ter controle é uma condição essencial para obtenção de sucesso seja numa empresa ou na vida particular. Com este comparativo foi possível calcular o preço de venda dos serviços de forma mais criteriosa e com ganho financeiro mais eficiente. O trabalho foi dividido em quatro partes, apresentação dos custos, métodos de custeios, análise dos dados apresentados e comparação para definição da melhor forma de controle dos custos.

**Palavras-Chave:** Custos; Gerenciamento; Arquitetura.

### Abstract

The present study aimed to analyze cost control and management by comparing direct / variable costing and absorption costing methods in an architectural firm so that it can show the best way to control costs, since having control is an essential condition for success whether in a company or in a private life. With this comparison it was possible to calculate the selling price of the services more carefully and with the most efficient financial gain. The work was divided into four parts, cost presentation, costing methods, analysis of the presented data and comparison to define the best cost control.

**Key-words:** Costs; Management; Architecture.

### Introdução

Controlar o que se ganha e o que se gasta é uma questão de sobrevivência humana e nas instituições não é diferente. Para obter lucros e evitar uma possível falência, é importante fazer um controle de todos os gastos efetuados. Para facilitar o entendimento e melhor alocação dos gastos dos produtos, os custos são divididos em várias categorias, como custo fixo, variável, direto, indireto, dentre outros classificados. Além de melhor alocação, serve também para calcular corretamente todos os custos e, fornecer informações gerenciais importantes na tomada de decisões.

Para Cichinelli (2013), em se tratando do gerenciamento dos serviços e custos na arquitetura, uma questão deve ser encarada como princípio básico, não importa quão simples, ou complexo seja a elaboração de um projeto, ele não pode dar prejuízo, pois todo o processo deve ser bem gerenciado para a obtenção de um bom resultado financeiro.

Este estudo teve como objetivo analisar o controle e gerenciamento dos custos fazendo um comparativo entre os métodos de custeios direto/variável e por absorção em um escritório de arquitetura, visto que há diversas formas de análise de custos o que dificulta o seu controle

---

<sup>33</sup> Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade UNIBALSAS.

<sup>34</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>35</sup> Formado em Ciências Contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.

principalmente pelas empresas prestadoras de serviços. Diante desses fatos, surge a questão: entre os métodos direto/variável e por absorção, qual a melhor forma de controle e gerenciamento dos custos em um escritório de arquitetura?

Saber o quanto custa colocar um produto no mercado e calcular o preço de venda deste, é de suma importância para as empresas e somente fazendo um controle dos gastos é que se consegue atingir esses valores de forma eficiente. Colocar um produto no mercado é fácil de fazer, difícil é saber se ele vai dar lucro e se dar para pagar os gastos nele envolvido.

Conforme Morales (2012, p.1):

O controle dos custos é o grande segredo da eficiência de uma empresa, pois os custos são medidas monetárias dos sacrifícios despendidos para se atingir um objetivo, sendo assim a coleta destes é de suma importância para os processos de decisão e planejamento da empresa.

Desta forma, percebe-se a importância da contabilidade de custos nas empresas, pois não serve apenas para demonstrar os gastos empregados em todos os produtos e serviços, mas também para tomar as decisões cabíveis para melhoria das organizações e decidir com sabedoria onde é necessário investir ou não.

O presente trabalho foi desenvolvido por meio do método descritivo e exploratório, com coletas de dados e informações obtidas em um estudo de caso. O estudo foi elaborado em uma empresa de arquitetura, localizada em Balsas Maranhão. Os dados apresentados são de fato reais, mas por serem dados estratégicos na tomada de decisões, optou-se por não divulgar o nome da empresa, respeitando assim a ética pelo segredo profissional.

### **Gestão da Entidade**

Quando se pensa em constituir uma empresa, pensa-se também no lucro, mas essa ideia deve vir acompanhada de uma responsabilidade de obtenção de resultado de um trabalho bem feito, com respeito ao cliente. O caminho para chegar a um resultado financeiro e/ou econômico de uma empresa requer muito trabalho e dedicação, sendo este composto pelas receitas e gastos, onde os gastos compreendem os investimentos, as despesas e custos da instituição (WERNKE, 2005).

Uma boa gestão se dar através do controle e monitoramento das atividades. Para Dubois, Kulpa e Souza (2009, p. 9) “Deve ser analisada a apuração dos desvios entre o que deveria ser atingido e o que realmente ocorreu, ou seja, a identificação das variações entre o previsto e o realizado”. Saber administrar os gastos, analisando os custos de cada produto e/ou serviço possibilita uma visão ampla da situação da empresa e fornece informações essenciais para obtenção de um melhor resultado.

### **Classificação de Custos**

A classificação é feita de acordo com a associação dos custos aos produtos e de acordo com a variação em relação ao volume de produtos elaborados. Bruni e Famá (2010, p. 25) dizem que “a depender do interesse e da metodologia empregada, diferentes são as classificações empregadas na contabilidade de custos”.

De acordo com Wernke (2005), os custos diretos ou primários são os custos que estão diretamente inseridos no produto ou serviço. Exemplo são os materiais usados na fabricação do produto ou serviço e a mão de obra direta.



Os indiretos necessitam de rateio, pois não são utilizados em sua totalidade na fabricação de determinado produto ou serviço, mas apenas uma parte, já os de transformação consiste no esforço agregado pela empresa na obtenção do produto ou serviço.

Bruni e Fama (2010) mostram a importância em destacar que algumas classificações dos custos variam de empresa para empresa, pois cada uma, dependendo do conceito e metodologia determina alguns custos de acordo com o que é mais viável em sua empresa. Exemplo disso é a conta de energia, que pode ser variável e semifixa, pode ser também um custo direto ou indireto. Tudo a depender da forma que a empresa deseja classificar.

Os custos com relação ao volume produzido permitem analisar as variações nos custos totais e unitários. Wernke (2005) cita que os custos podem ser classificados com relação ao volume quando estes são fixos, que são os custos que em determinado período de tempo e capacidade de instalação, não se alteram, independente da quantidade produzida. Esses existem mesmo quando não há produção. Exemplos comuns são os alugueis e as depreciações.

Nos custos variáveis, o valor altera diretamente em função da produção. Quanto maior o volume produzido, maiores são os custos variáveis. Exemplos são as matérias primas e as embalagens. Os semifixos são custos que até determinado patamar são fixos e com esse patamar ultrapassado passam a ser variáveis. Exemplo disso é quando uma empresa de fornecimento de água determina que por uma quantidade definida a empresa pagará um valor especificado e ultrapassando a quantidade estipulada, a empresa pagará pela quantidade excedida.

E por fim, os custos semi-variáveis, que correspondem aos custos variáveis que não acompanham a produção de forma constante, mas apenas em determinados momentos da produção, mantendo-se fixos em determinados limites. Exemplos são os salários dos supervisores.

Ribeiro (2013) diz que para facilitar o entendimento entre custos e despesas basta dizer que enquanto o custo vai para o produto a despesa vai para o resultado, o primeiro aumenta o ativo e o segundo diminui a receita, conforme seja o método de custeio utilizado.

### **Métodos de Custeios**

Dutra (2009) cita que conforme a literatura contábil a Contabilidade de Custos surgiu com a Revolução Industrial com o objetivo de registrar os custos de modo a facilitar a avaliação dos inventários pelos administradores e em consequência, determina com mais precisão os custos do período. Ainda para Dutra, *opus citatum*, os métodos de custeios mais utilizados são: Por absorção, Direto/variável, Baseado em atividade ABC, Padrão.

Vejamos primeiramente como se dá o custo por absorção: Esse é o método mais utilizado na apuração dos resultados da empresa, pois além de seguir os Princípios de Contabilidade atende também a legislação em vigor no país. Esse método, que satisfaz aos Princípios Fundamentais de Contabilidade, não considera as despesas como integrantes dos estoques dos bens e serviços, mas todos os custos aplicados em sua obtenção (DUTRA, 2009 p.243).

Já o Método Direto não revela o valor real dos custos dos produtos, mas mostra a contribuição que cada produto trás para a empresa. Ferreira (2007, p. 166) cita que “o procedimento básico desse critério está em reconhecer que somente os custos e despesas variáveis devem ser debitados ao custo dos produtos”. Dessa forma os custos fixos não incorporam ao custo dos produtos ou serviços, pois se entende que não fazem parte do processo de produção.

Wernke (2005) defende que este método de custeio também pode ser chamado de Custeio Marginal, pois sua forma de apuração dos valores que corresponde a cada produto conduz ao cálculo da Margem de Contribuição, que é obtida pela redução dos custos e despesas variáveis do preço de venda dos produtos ou serviços.

Por outro lado o método de custeio baseado em atividades conhecido como ABC (*ABC – Activity Based Costing*) procura, igualmente, amenizar as distorções provocadas pelo uso do rateio, necessários aos sistemas tratados anteriormente, principalmente no que tange ao sistema de custeio por absorção. Poderia ser tratado como uma evolução dos sistemas já discutidos, mas sua relação direta com as atividades envolvidas no processo configura mero aprofundamento do sistema de custeio por absorção.

Martins (2010, p. 85), informa que o Custeio Baseado em Atividades “é uma metodologia de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos”. Este sistema tem como fundamento básico a busca do princípio da causa/ação, ou seja, procura identificar de forma clara, por meio de rastreamento, o agente causador do custo, para lhe imputar o valor.

A ideia básica é atribuir primeiramente os custos às atividades e posteriormente atribuir custos das atividades aos produtos. Sendo assim, primeiramente faz-se o rastreamento dos custos que cada atividade causou, atribuindo-lhes estes custos, e posteriormente verificam-se como os portadores finais de custos consumiram serviços das atividades, atribuindo-lhes os custos definidos.

Para Martins (2010, p. 97), “o primeiro identifica a maneira como as atividades consomem recursos e serve para custear as atividades”. Afirmar ainda que “o segundo identifica a maneira como os produtos consomem atividades e serve para custear produtos”. Nakagawa (2001, p.42) conceitua atividade “como um processo que combina, de forma adequada, pessoas, tecnologias, materiais, métodos e seu ambiente, tendo como objetivo a produção de produtos”.

A abordagem do ABC para gerenciamento de custos divide a empresa em atividades. Uma atividade descreve o que a empresa faz – a forma como o tempo é gasto e os produtos do processo. A principal função de uma atividade é converter recursos (material, mão-de-obra e tecnologia) em produtos/serviços. A contabilidade por atividades identifica as atividades desenvolvidas em uma empresa e determina seu custo e desempenho (tempo e qualidade) (BRIMSON,1996).

Por último, entretanto não menos relevante existe o Custo Padrão, para Dubois, Kulpa e Souza (2009), este método padrão utiliza um custo previamente determinado como referência, onde em data futura será utilizado como base de comparação com o custo real do produto.

Bruni e Famá (2010, p. 129), citam que “o custo padrão consiste em técnica de fixar previamente preços para cada produto que a empresa fabrica”. Esse método facilita a emissão de relatórios gerenciais e também o fechamento no final do mês. Contudo, é necessário ressaltar que essa forma de custeio não é aceita, de acordo com a Legislação, para fechamento de balanço, exceto se a diferença for irrelevante.

### **Gerenciamento de custo na Prestação de Serviço de Arquitetura**

Quando se trata do gerenciamento dos serviços e custos uma questão deve ser encarada como princípio básico, não importa quão simples, ou complexo seja a elaboração de um projeto, ele não pode dar prejuízo. Todo o processo, desde o desenho, as horas destinadas em sua elaboração, revisão, controle de sua execução, atendimento e emissão final devem ser bem gerenciadas para a obtenção de um bom resultado financeiro (CICHINELLI, 2013).

Para Beltrão (2010, p. 13):

Ser eficiente é manejar bem essas três variáveis: tempo, dinheiro e qualidade. Fazer projetos em menos tempo com a mesma qualidade e pelo mesmo preço é mais lucrativo; fazer projetos com mais qualidade pelo mesmo preço e no mesmo tempo é surpreendente; viabilizar projetos com a mesma qualidade no mesmo prazo e a um preço menor é o que todos os clientes querem.

Percebe-se que tempo, preço e qualidade andam sempre juntos e saber gerenciar esses três fatores é essencial para a obtenção do sucesso da empresa. Este gerenciamento está diretamente ligado ao controle dos custos da empresa, custo da mão de obra e dos materiais.

O custo de fazer é quanto sua empresa vai gastar de forma direta ou indireta na elaboração e execução do projeto, isso inclui salários, materiais, gasto com telefones, manutenção e etc... Desta forma, sabendo quanto custa o projeto é possível calcular o preço e os lucros, sabendo que o valor cobrado precisa ser ao menos equiparado aos custos, sabendo que desta forma a empresa não estará gerando recursos para seu crescimento. (BELTRÃO, 2010).

### Análise e Discussão de Resultados

De acordo com a pesquisa bibliográfica e análise dos dados da Empresa, os custos foram classificados da seguinte forma: **Custo direto** – são os custos com os produtos utilizados diretamente para a elaboração dos projetos. **Custo indireto** – são os custos com a mão de obra, que são os salários do arquiteto e dos funcionários que o auxiliam na elaboração dos projetos.

Os custos que são de acordo com o volume e que foram identificados na Empresa são: **Custo fixo** – o salário do arquiteto e seus auxiliares, pois estes independem da quantidade de projetos elaborados. **Custo variável** – são todos os custos que variam dependendo da quantidade de projetos, como por exemplo, o material utilizado pelo arquiteto e seus auxiliares, como papel, lápis, tintas para impressora, energia...

Existem também os materiais de consumo, higiene e limpeza, e outros. Nessa categoria encontra-se também o custo das comissões, pois dependendo da quantidade de projetos elaborados os auxiliares recebem um percentual, o que varia de um mês para outro.

A entidade de arquitetura em questão tem apenas dois setores, o de criação e o administrativo, então, para facilitar o processo de identificação dos custos de cada setor os custos foram divididos da seguinte forma: Gastos com o setor de criação como custos que é a fonte de receitas, e o setor administrativo como despesas necessárias para que se cumpra a atividade fim da empresa.

Receita, custos e Despesas 11/2019	
Receita Total	R\$ 20.300,00
Custo Variável	R\$ 4.932,29
Custo Fixo	R\$ 4.926,24
Despesas Variáveis	R\$ 7.844,26

Fonte: Elaborado pelo autor.

O quadro mostra todos os gastos da empresa alocados de acordo com seu tipo, seja custo ou despesas. Os dados foram apresentados de forma sintética para que não haja vazamento de informações importantes, visto que há poucos escritórios de arquitetura em Balsas.

Desta forma, é possível fazer um comparativo entre os métodos de custeios propostos e analisar a melhor forma de gerenciamento.

A Empresa não possui um método de custeio definido uma vez que o controle existente é feito pelo sistema que informa as entradas e saídas dos produtos, ou serviços e pelo sistema da folha. De acordo com os dados extraídos e analisados, foi elaborado a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) em dois métodos de custeio para que fosse feito uma análise dos custos da empresa.

No Método de Custeio Direto/Variável reconhece apenas os custos variáveis e despesas variáveis como custos de produção, excluindo assim todo e qualquer outro custo existente, pois se entende que somente o que é variável faz parte do processo de produção, como pode ser observado no quadro abaixo.

<b>DRE Método Direto Variável</b>	
<b>Receita Total</b>	<b>R\$ 20.300,00</b>
<b>(-) Custo</b>	<b>R\$ 12.776,55</b>
Custo Variável	R\$ 4.932,29
Despesas Variáveis	R\$ 7.844,26
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>R\$ 7.523,45</b>
<b>(-) Despesas Variáveis</b>	<b>R\$ 4.926,24</b>
Custo Fixo	R\$ 4.926,24
<b>(=) Resultado do Exercício</b>	<b>R\$ 2.597,21</b>

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Empresa analisada teve um faturamento de R\$ 20.300,00 reais. Neste método pode se observar que o custo total que representa a soma dos custos e despesas variáveis com os serviços de arquitetura no mesmo mês foi de R\$ 12.766,55 e os valores fixos não estão agregados aos custos dos serviços. O resultado final pode ser observado como um lucro de R\$ 2.597,21.

Em seguida será apresentado o método de Absorção para que se faça um comparativo dos custos. Este método defende que os custos são todos os gastos efetuados, seja de forma direta ou indireta na elaboração dos produtos ou serviços, e as despesas compõe o resultado do exercício.

A seguir, será apresentado a DRE pelo método de Absorção, que é o método que atende aos princípios da contabilidade e a legislação em vigor.

<b>DRE Custo Por Absorção</b>	
<b>Receita Total</b>	<b>R\$ 20.300,00</b>
<b>(-) Custo</b>	<b>R\$ 9.858,53</b>
Custo Variável	R\$ 4.932,29
Custo Fixo	R\$ 4.926,24
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>R\$ 10.441,47</b>
<b>(-) Despesas Operacionais</b>	<b>R\$ 7.844,26</b>
Despesas	R\$ 7.844,26
<b>(=) Resultado do Exercício</b>	<b>R\$ 2.597,21</b>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao analisar o quadro percebe-se que a Receita total representa o valor de R\$ 20.300,00 e os custos totais, o valor de R\$ 9.858,53. Traçando um comparativo dos custos dos serviços, observa-se que pelo método de absorção os custos são bem menores, o que pode gerar uma falsa impressão sobre os custos e uma má elaboração do preço de venda.

No quadro seguinte veremos um comparativo entre os dois métodos de custeios:

<b>Descrição</b>	<b>Direto/Variável</b>	<b>Absorção</b>
Receita Total	R\$ 20.300,00	R\$ 20.300,00
(-) Custo	R\$ 12.776,55	R\$ 9.858,53
(=) Lucro Bruto	R\$ 7.523,45	R\$ 10.441,47
(-) Despesas Operacionais	R\$ 4.926,24	R\$ 7.844,26
<b>(=) Resultado do Exercício</b>	<b>R\$ 2.597,21</b>	<b>R\$ 2.597,21</b>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Neste quadro, pode ser observado que pelo método de absorção houve uma redução de 22,84% nos custos dos serviços, mas esta informação pode gerar uma percepção distorcida dos custos da empresa pelo ponto de vista gerencial. O resultado do exercício representa o lucro da empresa e no mês de novembro em ambos os métodos de custeio o resultado foi igual.

Por tratar-se de uma empresa de prestação de serviços é necessário atentar para a inexistência da figura dos estoques, uma vez que em empresas industriais o reflexo no resultado é imediato. Vale lembrar que no custeio por absorção apenas são considerados os custos sobre os produtos vendidos e o que se encontra no estoque são bens da empresa.

### **Considerações Finais**

Foi possível fazer um comparativo entre os métodos de custeios propostos, mas como na maioria das empresas de pequeno porte há uma grande dificuldade em fazer um mapeamento correto dos custos da empresa, visto que há muita confusão entre o patrimônio da pessoa jurídica e pessoa física os dados acabam sendo irrealis.

De acordo com a análise dos dados, pode-se observar que de forma gerencial a melhor maneira de calcular os custos da empresa é pelo método Direto/Variável, pois representa um maior

volume dos custos com os projetos de arquitetura favorecendo assim um cálculo do preço de venda condizente com os gastos totais efetuados, possibilitando um melhor resultado financeiro.

Com este estudo foi possível observar a importância do controle dos custos, que tem a intenção de trazer conhecimento do que acontece na empresa, pois sem essa percepção os gestores ficam passíveis de tomadas de decisões de forma equivocada, onde muitas vezes acham que determinado serviço terá lucro, mas que na verdade apenas cobrem os custos empregados, ou até mesmo dão prejuízos.

A forma de cálculo também deve ser bem analisada, pois não se deve verificar apenas o que é permitido por lei e sim o que é mais vantajoso para a empresa. Nestes casos onde o método permitido não é o mais vantajoso, deve-se fazer o método permitido por lei para informações fiscais e o método que é mais vantajoso para a empresa como uma ferramenta que propicia informações gerenciais, com foco nas tomadas de decisões.

### Referências Bibliográficas

BELTRÃO, André. **Manual do freela: Quanto custa meu design?** Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

BRIMSON, James A. **Contabilidade Por Atividades: Uma Abordagem de Custeio Baseado em Atividades.** São Paulo: Atlas, 1996.

BRUNI, Adriano Leal e FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação do Preço de Venda.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CICHINELLI, Gisele C. **Como gerenciar escritórios pequenos.** Disponível em: <http://au.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/164/exercicio-profissional-como-gerenciar-escritorios-pequenos-66777-1.aspx>. Acesso em 13 de julho de 2019.

DUBOIS, Alexy, KULPA, Luciana e SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUTRA, René Gomes. **Custos: uma abordagem prática.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERREIRA, José Antônio Stark. **Contabilidade de Custos.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MORALES, Pedro Paulo Galindo. **Contabilidade de Custo: A importância para os Processos de Planejamento e Decisão.** Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/contabilidade-de-custo-a-importancia-para-os-processos-de-planejamento-e-decisao/31121/>. Acesso em 22 de junho de 2019.

NAKAGAWA, Masaiuki. **ABC – Custos Baseado em Atividades.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custo fácil.** 8ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda.** 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

## A CONDENAÇÃO MUDIÁTICA NO PALCO DA JUSTIÇA

Érika Simara Gomes De Souza<sup>36</sup>

Valdirene Cássia Da Silva<sup>37</sup>

Igor De Andrade Barbosa<sup>38</sup>

### Resumo

Este artigo relaciona a mídia social e sua intervenção na opinião do povo brasileiro em relação aos casos que causam notória comoção pública. Serão abordadas questões como a liberdade de expressão, a evolução histórica da mídia, o papel social da imprensa e o direito ao esquecimento. Ademais, foi realizada uma análise crítica dos estereótipos nas notícias de crimes e sua participação na condenação pública antecipada do acusado e as consequências no processo penal. A metodologia utilizada foi qualitativa e analítica, tendo a revisão da literatura específica o principal instrumento de coleta de dados. Os resultados aduzem que a obsessão midiática induz à retaliação pública e a limitação dos direitos fundamentais dos protagonistas, apesar do resultado da sentença judicial.

**Palavras-chave:** Impacto da comunicação. Opinião pública. Liberdade de expressão. Direito Penal. Direito a um processo imparcial.

### Abstract

This article relates social media and its intervention in the opinion of the Brazilian people regarding cases that cause notorious public commotion. Issues such as freedom of expression, the historical evolution of the media, the social role of the press and the right to forget will be addressed. In addition, a critical analysis of stereotypes in crime news and their participation in the early public conviction of the accused and the consequences in criminal proceedings was conducted. The methodology used was qualitative and analytical, with the literature review being the main instrument for data collection. The results add that the media obsession induces public retaliation and the limitation of the protagonists' fundamental rights, despite the outcome of the court ruling.

**Keywords:** Communication impact. Public opinion. Freedom of expression. Criminal law. Right to a fair trial.

### Introdução

A palavra notícia origina-se do latim “*notitia*” que significa notoriedade, noção, conhecimento de alguém. Notícia é qualquer informação sobre um fato novo ou divulgação de uma situação já existente de interesse público, este ocorrido no Brasil ou no mundo.

O direito à informação, à liberdade de expressão e manifestação do pensamento está elencado no rol de direitos e garantias fundamentais da Constituição da República Federativa do Brasil (CRFB) de 1988 em seu artigo 5º, incisos IV e XIV. São estes direitos que regulam a disseminação de notícias pelos meios de comunicação com o povo.

---

<sup>36</sup> Graduanda do Curso de Direito do Centro Universitário Católica do Tocantins (UniCatólica). Graduada em Biologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (Ceulp-Ulbra). Pós-Graduada em Saúde Pública com ênfase em Saúde Coletiva e da Família- ITOP.

<sup>37</sup> Doutora e Mestre em Educação pela Universidade Federal da Bahia. Especialista em Comunicação, Estratégias e linguagens. Graduada em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas.

<sup>38</sup> Mestre em Direito Econômico e Desenvolvimento pelo Programa de Mestrado em Direito da Universidade Candido Mendes UCAM. Especialista em Direito nas Relações de Consumo pela Universidade Candido Mendes - UCAM. Especialista em Direito da Concorrência e Propriedade Industrial pela Universidade Candido Mendes - UCAM

A imprensa contrai um papel social relevante na sociedade, contudo, sua ingerência no repasse das informações ao público acabam por gerar padrões que levam a homogeneidade social, inclusive, julgamentos, condenações e absolvições antecipadas dos crimes que são noticiados. O doutrinário Oacyr Silva Mascarenhas (2016) confirma que:

A imprensa chama para si o papel de vigilância dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, tudo em função do banalizado interesse público. Ocorre que a Mídia não está se preocupando com interesse público e sim com o interesse do público. O que se pretende é maximizar lucros para as grandes corporações que comandam uma dezena de veículos de comunicação. O problema é que, apesar da falta de legitimidade, a Mídia vem, de fato, exercendo poderes que exorbitam da ótica constitucional. A forma como se manipula os indivíduos, a maneira seletiva de transmitir informações, as investigações e condenações sumárias e o seu poderio econômico e ideológico ensejam um comportamento midiático supraconstitucional.

Rotineiramente temos um círculo de especulações e espetacularizações de fatos criminais, personalidades de suspeitos, histórico de suas vidas, família, amigos circundam incessantemente em torno da situação e de seus resultados.

A indagação pela compreensão da espetacularização da pena e dos réus perante a população e o judiciário nos leva a produção da presente pesquisa, apropria-se da realidade para analisá-la, e, posteriormente, produzir transformações, além do aspecto prático relevante, reveste-se de importância para o meio acadêmico.

Neste contexto, grande parte da produção dos estudos e conteúdo poderá ser o início de modificações que começam na vida acadêmica e dar-se continuidade no grupo social na qual estamos inseridos. Assim sendo, este trabalho procurou, através da pesquisa, compreender o impacto da imprensa diante a vida de pessoas suspeitas e/ou condenadas por diversos delitos.

### **Histórico da Espetacularização da Pena Desde o Século XIX**

Julgar e punir, desde o século V, era dever dos senhores detentores do poder, com os anos passou-se a desenvolver formas de julgar e punir, expondo as provas quando as tinham, demonstravam regras estabelecidas em conjunto e condições a serem cumpridas aos que infringissem as normas impostas a época.

O escritor Beccaria (1999) leciona que a pena privativa de liberdade se iniciou no século XVIII. No entanto, Foucault (2014) defende que o ato de punir através do encarceramento começou no século XIX. De acordo com este último, as punições públicas dos condenados aconteciam com destacada crueldade e frieza.

[Damiens fora condenado, a 2 de março de 1757], a pedir perdão publicamente diante da poria principal da Igreja de Paris [aonde devia ser] levado e acompanhado numa carroça, nu, de camisola, carregando uma tocha de cera acesa de duas libras; [em seguida], na dita carroça, na praça de Greve, e sobre um patíbulo que aí será erguido, atezado nos mamilos, braços, coxas e barrigas das pernas, sua mão direita segurando a faca com que cometeu o dito parricídio, queimada com fogo de enxofre, e às partes em que será atezado se aplicarão chumbo derretido, óleo fervente, piche em fogo, cera e enxofre derretidos conjuntamente, e a seguir seu corpo será puxado e desmembrado por quatro cavalos e seus membros e corpo consumidos ao fogo, reduzidos a cinzas, e suas cinzas lançadas ao vento. (FOUCAULT, 2014, p. 9).



No Brasil, a Constituição Federal de 1988 declarou expressamente os limites para a aplicação da penalidade justa e sem abusos a integridade física e moral do indivíduo, estes estão descritos nos artigos 5º, incisos XLVII e XLIX e 8º, inciso XIX, e quando nos deparamos com o Código Penal Brasileiro, este afirma ser imprescindível um meio necessário e suficiente para a reprovação, mas também de prevenção dos crimes.

Os séculos passaram e pouco mudou, a mídia aparece como o quarto poder, isso atribuído a grande participação nos fenômenos delituosos e sociais da massa. Nos séculos passados, havia demonstrações de esartejamentos, enforcamentos e decapitações, na atualidade temos notícias e reportagem que podem condenar, punir, julgar ou absolver.

### **Princípio da Presunção de Inocência**

Os crimes noticiados de grandes repercussões são geralmente acompanhados de duras críticas pela imprensa. Na maioria das vezes aqueles que se expressam através das mídias não possuem nenhum conhecimento jurídico nas esferas penais e processuais penais, a opinião do apresentador torna-se a opinião do público:

Se perguntássemos para a população qual é o tratamento mais adequado para quem sofreu um aneurisma, claro que o cidadão comum diria: ‘não tenho a mínima ideia’. Com certeza, ademais, nunca diria que um curandeiro seria a pessoa indicada para solucionar o problema citado. Sobre o mundo da medicina complexa o indivíduo comum não costuma opinar, por falta de conhecimento específico. Não é isso que acontece, no entanto, no campo da criminalidade. Todo mundo, incluindo, portanto, os jornalistas, tem sempre uma receita (infalível) para a ‘cura’ desse ‘mal’. Prisão, castigo duro, humilhação, degradação do preso, abolição das garantias penais, tortura, extermínio etc. (ALMEIDA; GOMES, 2013, p. 104).

As fontes de transmissão de informações dissipam notícias, por vezes, dissociadas dos fatos e circunstâncias que motivaram determinada ação, de forma torna quase impossível para a audiência elaborar seus próprios argumentos quanto às informações para tirarem suas próprias conclusões, haja vista que apenas sabem o que lhe mostrado.

As empresas de grande veiculação e repercussão abrem espaço ao espetáculo punitivo das pessoas, gerando vigilância constante da vida pública, assim, não existe mais privacidade para um suspeito de crime hediondo, por exemplo

O grupo social coloca de um lado o desejo de encarcerar os infratores em prisões superlotadas e de outro lado o Estado representado pelo poder judiciário, que detém as forças necessárias no intuito de cumprir a legislação. Haja vista, que o interesse de agir dos meios de informação faz o julgamento antes do devido processo legal, eles não obtêm qualificação das jurisprudências que serão utilizadas na decisão final.

Não se pode esquecer que ainda falta uma preparação específica e uma adequada deontologia profissional para alguns jornalistas. O clamor público desencadeado pela prática de um crime hediondo pode resultar da exploração distorcida dos fatos por um mal-intencionado meio de comunicação que busca mover a consciência e a vontade dos membros da sociedade numa direção predeterminada. (NETTO, 2011, p. 74).

Conseqüentemente, nota-se que os fundamentos jurídicos não são vagos e de difícil entendimento pelos jornalistas e disseminadores de informações. Dessa forma, relações distantes

entre os suspeitos por vezes leigas e sentença antecipada em relação em relações em que há uma interferência na vida do indivíduo. Podemos ir além ao citar Freud (2010, p. 28) “os homens não são criaturas gentis [...], pelo contrário, são criaturas entre cujos dotes instintivos, devem-se levar em conta uma poderosa quota de agressividade”.

A produção estereótipos positivos e negativos são incorporados na população com o emaranhado de informações culturais, estes circulam em meio aos sistemas de disseminação de mensagens de todos os conteúdos informativos. O que faz culpável o ser humano não é ter praticado um crime, mas, unicamente, dado ao fato de se converter no objeto central da notícia, a condenação e julgamento da sociedade, que castiga não simplesmente pelo que fez, mas por quem é diante do crime (PELUSO, 2015, p. 209).

A verdade das informações também é maquiada pelos jornalistas quando estes imprimem a essas as suas impressões, sensações e opiniões (CHAUI, 2006, p. 57).

Assim, várias reportagens veiculadas pelos mais distintos programas e redes de televisivas; dezenas de manchetes e chamadas em jornais impressos e edições virtuais; inúmeras matérias de capa das principais revistas semanais, destacando os eventos que chamam a atenção da população, que podem ser sangrentos e violentos, os sujeitos dos casos possivelmente não terão outro desfecho senão a penalidade rígida do poder judiciário. Antes de qualquer coisa a presunção de inocência deve estar sempre em primeiro lugar, para a proteção da pessoa, da sociedade e da justiça.

O princípio do devido processo legal previsto no art. 5º, inciso LIV, da Constituição Federal de 1988 garante que ‘ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal’.

A condenação pela prática de um ato ilícito penal implica em uma sanção prevista em lei, podendo ser de reclusão, detenção, prisão simples, restritivas de direitos ou multa. A condenação criminal, todavia, possui outros efeitos penais secundários, tanto de natureza penal como de caráter extrapenal. Vale ressaltar que as sanções penais vão além do cárcere individual, propaga-se nos que estão circundados ao réu de diversas formas.

O Supremo Tribunal Federal (STF), já decidiu que o clamor da sociedade não são meios para o consentimento de uma prisão preventiva legal por exemplo no Habeas Corpus: 94554/BA, onde afirmou-se que os tribunais possuem sua autonomia em decisões, no entanto a Suprema Corte conclui o que seja melhor para manter a ordem social.

Em contrapartida, há o Recurso Ordinário em Habeas Corpus julgado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ): RHC 1412643-05.2017.8.12.0000, o qual nega a revogação da prisão preventiva do réu com base nos artigos 312 e 313 do Código de Processo Penal. A legislação descreve a garantia da ordem pública, em outras palavras, súplica por uma justiça dentre os padrões impostos por pessoa.

### **Liberdade de Expressão e Informação**

A liberdade de expressão pode ser traduzida no direito de dizer o que se pensa, de ter livre opinião, sem censura. Já a liberdade à informação é uma extensão da liberdade de expressão, onde todos têm o direito de informar-se, de obter e difundir ideias, opiniões e fatos noticiáveis.

Diante destes conceitos é possível ter uma noção do papel da mídia e sua importância na divulgação de notícias. A mídia sempre demonstrou grande interesse em noticiar os fatos do Poder Judiciário, este fato está estampado nas manchetes de jornais impressos ou digitais.

Ainda, por atrair altos índices de audiência nos meios de comunicação os crimes e seus detalhes sórdidos são os mais explorados. As empresas de grande veiculação e repercussão abrem espaço ao espetáculo punitivo das pessoas, gerando vigilância constante da vida pública.

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 defende o princípio da liberdade de imprensa, ao dispor em seu art. 220 que “a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição”.

A presunção da inocência não se sobrepõe ao direito a informação e da liberdade de expressão das pessoas e dos meios de divulgação da mídia. A frente destes fatos não se pode aceitar é a punição e condenação antecipada, a distorção da notícia e a manipulação condenatória popular das diversas classes sociais.

O que é falta é o desenvolvimento de um senso crítico para analisarmos as notícias que são transmitidas como enxurradas. Para isso, é necessário que a população aprenda a diferenciar o que é conteúdo de conhecimento do que é assunto especulativo.

### **Direito ao Esquecimento**

O direito ao esquecimento é inerente à pessoa, na qual não é permitido a este que um acontecimento, mesmo que verdadeiro, seja exposto a população sendo ignorado seu direito de deslembração dos acontecimentos em que esteja ou esteve envolvido em alguma fase de sua vida.

Cidadãos envolvidos em todo o enredo problemático desta apresentação midiática possuem seu direito a dignidade assegurada pela lei, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 em seus artigos 1º, inciso III, e 5º, inciso X.

As diferentes classes sociais e econômicas emocionam-se e se compadecem com fatos descritos e contínuos de publicação nos meios midiáticos. O clamor social, a solidariedade pelas vítimas e seus familiares, compadecem e vão além do noticiário tomam para si as informações e relatos produzindo uma avalanche de diversos sentimentos.

Neste contexto fático todo nota-se que o suspeito/réu, não é visto como um cidadão, mas como se fosse um monstro que só deve ser lembrado pelo “mal” feito a coletividade.

Crimes tidos como graves e repugnantes pela população e pela mídia, disseminados pelos conteúdos corriqueiros das notícias os envolvidos têm o direito de serem esquecidos assim como seus protagonistas.

Com base neste assunto supracitado, temos diversas decisões jurisprudenciais que atestam o direito ao esquecimento pelos meios de comunicação em massa, como exemplo do posicionamento Superior Tribunal de Justiça temos o Resp. 1660168/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, Rel. p/ Acórdão Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, TERCEIRA TURMA, julgado em 08/05/2018, DJe 05/06/2018. A Ministra deixa claro que há de levar em consideração o alto grau de impacto midiático onde a mais alta relevância dos fatos pode causar a um indivíduo.

Mensurar o equilíbrio entre a divulgação de informações, o direito a personalidade, presunção de inocência e ao esquecimento daqueles que são estereotipados como criminosos e condenados antecipadamente pela população não é tarefa fácil em um país como o Brasil, mas necessária para que injustiças não sejam cometidas nem no âmbito social e muito menos judiciário.

Em suma, o que é necessário é estabelecer um equilíbrio entre as notícias divulgadas e os direitos de cada indivíduo em seus devidos casos, dando-lhes o direito ao esquecimento do acontecido.

### **O Reflexo da Mídia no Pensamento da População**

A comunicação em massa da vida moderna é adaptável, maleável, vulnerável e incapaz de manter suas formas originais e não conseguem se reforçar de acordo com o estado temporário das relações sociais.

Em sentido contrário, o legado de pessoas instantaneamente conectadas tende a elevar acontecimentos sem se preocupar com a veracidade, validade e influência da massa.

Noticiários sensacionalistas diários reforçam e tornam os acontecimentos em formas cruéis, mais do que já são, instigando o ódio que é presente por instintivamente nos seres humanos, Ariane Câmara Nery (2010, p. 68) afirma:

As justificativas para essa atitude não encontram explicações lógicas nem legais, contudo, podemos inferir que pelo desejo social, a vingança popular se consuma com atos contra os réus, já naquele momento certamente estavam condenados pela opinião pública.

Ou seja, a convicção apreciada é construída através da mídia que incentiva aos seus telespectadores, ouvintes ou web espectadores no julgamento/condenação ou absolvição precipitada e despreparada de crimes antes do devido processo legal.

O foco das notícias é manter-se no auge da audiência sem permitir que seu conteúdo envelheça e a população esqueça dos fatos, sendo que exercem forte influência sobre o pensamento do indivíduo:

As ideias, reflexões e conceitos da maioria das pessoas são amparados, ou melhor, são frutos de uma relação entre as ideologias presentes na sociedade e convicções pessoais. As pessoas comunicam se e, cada vez mais, organizam seus pontos de vista, com isso muitas vezes formam suas opiniões e fazem suas escolhas com base no que lhes é informado através dos meios de comunicação (NUNES, 2008, p. 53).

Disseminar informações de certa maneira alienam as pessoas de tal modo que suas reflexões acontecem conforme lhes é exposto no dia a dia pelos meios de comunicações midiático, sendo que estes já lhes ofertam pensamentos e concepções prontas e acabadas.

### **Considerações Finais**

Vivemos em um tempo que as notícias se propagam rápido, tomam proporções gigantescas e alcançam todas as classes sociais pelos mais diversos meios tidos como de reprodução e compartilhamento da informação em massa.

Pode-se então perceber que o direito à informação e à liberdade de expressão é a sustentação da mídia para o espetáculo que proporciona a população, implementando uma visão segundo a visão econômica e atrativa ao público-alvo. Quando uma matéria é noticiada logo uma forma de emoção nos envolve e praticamente sentimos o sofrimento da vítima, e a imagem negativa que nos vem à cabeça é do “monstro” do ato criminoso.

Partimos do pressuposto que um fato ocorra, este toma grandes proporções e interesse da sociedade. Será lançado a todo instante, chamadas sobre o tema e os principais agentes envolvidos, a partir desse momento, vidas podem ser destruídas mesmo que não haja culpa alguma apenas especulações midiáticas que refletem na visão e condenação popular.

O posicionamento da sociedade acaba indo parar nos tribunais que são precisados a dar uma rápida resposta aos mais interessados na punição dos possíveis indivíduos. Mesmo havendo a certeza da execução dos episódios narrados pelos telejornais, jornais e dispositivos de mensagens instantâneas não justifica condenar antes do devido processo legal e muito menos agir com as próprias mãos a fim de conseguir o que é tido como “justiça” por algumas pessoas.

Dado o exposto acima conclui-se que a garantia do direito fundamental a liberdade de expressão e informação não pode se sobressair sobre os direitos e garantias individuais, ambas possuem a mesma força perante a legislação e precisam ser respeitadas para o efetivo cumprimento da justiça.

Para isso, o judiciário e o Estado precisam inserir mecanismos aos meios de comunicações sejam o mais democrático e fiel possível, para que não haja invasão da intimidade pessoal, violação da privacidade do acusado e afetar sua honra.

#### Referências

- ALMEIDA, Débora de Souza; GOMES, Luiz Flávio. **Populismo Penal Midiático – Caso mensalão, mídia disruptiva e direito penal crítico**. Saraiva, p. 104. 2013.
- AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político**. Universidade Federal de São Carlos. 2006, p. 97.
- BECCARIA, Cesare. **Dos delitos e das penas**. Tradução de Flório de Angelis. Bauru, SP: Edipro, 1999.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**, Brasília, DF: Diário Oficial da União, 05 dez. 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 ago. 2019.
- \_\_\_\_\_. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. **Código Penal**, Brasília, DF: Diário Oficial da União, 31 dez. 1940. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 ago. 2019.
- CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006, p. 57.
- FILHO, Luiz Francisco Carvalho. **Mídia, violência e sistema penal**. Revista Brasileira de Ciências Criminais. São Paulo, v. 42, p. 226, 2003.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**; tradução de Raquel Ramalhete. 42. ed. Petropolis, RJ: Vozes, p. 9. 2014.
- FREUD, S. **O mal está na civilização (1930-1936)**. Obras completas. Volume 18. Trad. de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, p. 28/29. 2010.
- NETTO, José Laurindo de Souza. **A Solução do Conflito entre a Liberdade de Expressão e o Direito à Privacidade Diante da Pretensão de Incensurabilidade Prévia da Imprensa**. In: REVISTA Escola da Magistratura do Paraná / Medeiros, Marco André (Org.). Curitiba: M. Medeiros Editora, p. 74. 2011.
- NUNES, Poliana Rollo. **Jornalismo de Revista: Análise dos critérios de noticiabilidade das capas da revista Época**. Monografia de Conclusão de Curso - bacharelado e comunicação social – habilitação em jornalismo. Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH. Belo Horizonte, p 53. 2008. Disponível em: < [http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana\\_nunes.pdf](http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana_nunes.pdf)>. Acesso em: 28 abr. 2019.
- PELUSO, Vinicius de Toledo Piza. **Introdução às Ciências Criminais**. Juspodivm, p. 209. 2015.

## INFLUÊNCIA MIDIÁTICA NA CONDENAÇÃO POPULAR ANTECIPADA

Érika Simara Gomes De Souza<sup>39</sup>

Valdirene Cássia da Silva<sup>40</sup>

Igor de Andrade Barbosa<sup>41</sup>

### Resumo

Este artigo relaciona a mídia social e sua intervenção na opinião do povo brasileiro em relação aos casos que causam notória comoção pública. Serão abordadas questões como a liberdade de expressão, a evolução histórica da mídia, o papel social da imprensa e o direito ao esquecimento. Ademais, foi realizada uma análise crítica dos estereótipos nas notícias de crimes e sua participação na condenação pública antecipada do acusado e as consequências no processo penal. A metodologia utilizada foi qualitativa e analítica, tendo a revisão da literatura específica o principal instrumento de coleta de dados. Os resultados aduzem que a obsessão midiática induz à retaliação pública e a limitação dos direitos fundamentais dos protagonistas, apesar do resultado da sentença judicial.

**Palavras-chave:** Impacto da comunicação. Opinião pública. Liberdade de expressão. Direito Penal. Direito a um processo imparcial.

### Abstract

This article relates social media and its intervention in the opinion of the Brazilian people regarding cases that cause notorious public commotion. Issues such as freedom of expression, the historical evolution of the media, the social role of the press and the right to forget will be addressed. In addition, a critical analysis of stereotypes in crime news and their participation in the early public conviction of the accused and the consequences in criminal proceedings was conducted. The methodology used was qualitative and analytical, with the literature review being the main instrument for data collection. The results add that the media obsession induces public retaliation and the limitation of the protagonists' fundamental rights, despite the outcome of the court ruling.

**Keywords:** Communication impact. Public opinion. Freedom of expression. Criminal law. Right to a fair trial.

### Introdução

A palavra notícia origina-se do latim “*notitia*” que significa notoriedade, noção, conhecimento de alguém. Notícia é qualquer informação sobre um fato novo ou divulgação de uma situação já existente de interesse público, este ocorrido no Brasil ou no mundo.

O direito à informação, à liberdade de expressão e manifestação do pensamento está elencado no rol de direitos e garantias fundamentais da Constituição da República Federativa do Brasil (CRFB) de 1988 em seu artigo 5º, incisos IV e XIV. São estes direitos que regulam a disseminação de notícias pelos meios de comunicação com o povo.

---

39 Graduada do Curso de Direito do Centro Universitário Católica do Tocantins (UniCatólica). Graduada em Biologia pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (Ceulp-Ulbra). Pós-Graduada em Saúde Pública com ênfase em Saúde Coletiva e da Família- ITOP.

40 Valdirene Cássia da Silva. Doutora e Mestre em Educação pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Centro Universitário Católica do Tocantins.

41 Mestre em Direito Econômico e Desenvolvimento pela Universidade Candido Mendes – UCAM. Professor do Centro Universitário Católica do Tocantins. Defensor Público Federal.

A imprensa contrai um papel social relevante na sociedade, contudo, sua ingerência no repasse das informações ao público acabam por gerar padrões que levam a homogeneidade social, inclusive, julgamentos, condenações e absolvições antecipadas dos crimes que são noticiados. O doutrinário Oacyr Silva Mascarenhas confirma que:

A imprensa chama para si o papel de vigilância dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, tudo em função do banalizado interesse público. Ocorre que a Mídia não está se preocupando com interesse público e sim com o interesse do público. O que se pretende é maximizar lucros para as grandes corporações que comandam uma dezena de veículos de comunicação. O problema é que, apesar da falta de legitimidade, a Mídia vem, de fato, exercendo poderes que exorbitam da ótica constitucional. A forma como se manipula os indivíduos, a maneira seletiva de transmitir informações, as investigações e condenações sumárias e o seu poderio econômico e ideológico ensejam um comportamento midiático supraconstitucional. (MASCARENHAS, 2016).

Rotineiramente temos um círculo de especulações e espetacularizações de fatos criminais, personalidades de suspeitos, histórico de suas vidas, família, amigos circundam incessantemente em torno da situação e de seus resultados.

A indagação pela compreensão da espetacularização da pena e dos réus perante a população e o judiciário nos leva a produção da presente pesquisa, apropria-se da realidade para analisá-la, e, posteriormente, produzir transformações, além do aspecto prático relevante, reveste-se de importância para o meio acadêmico.

Neste contexto, grande parte da produção dos estudos e conteúdo poderá ser o início de modificações que começam na vida acadêmica e dar-se continuidade no grupo social na qual estamos inseridos. Assim sendo, este trabalho procurou, através da pesquisa, compreender o impacto da imprensa diante a vida de pessoas suspeitas e/ou condenadas por diversos delitos.

### **Histórico da Espetacularização da Pena Desde o Século XIX**

Julgar e punir, desde o século V, era dever dos senhores detentores do poder, com os anos passou-se a desenvolver formas para tais ações, expondo as provas quando as tinham, demonstravam regras estabelecidas em conjunto e condições a serem cumpridas aos que infringissem as normas impostas a época.

O escritor Beccaria (1999) leciona que a pena privativa de liberdade se iniciou no século XVIII. No entanto, Foucault (2014) defende que o ato de punir através do encarceramento começou no século XIX. De acordo com este último, as punições públicas dos condenados aconteciam com destacada crueldade e frieza.

[Damiens fora condenado, a 2 de março de 1757], a pedir perdão publicamente diante da poria principal da Igreja de Paris [aonde devia ser] levado e acompanhado numa carroça, nu, de camisola, carregando uma tocha de cera acesa de duas libras; [em seguida], na dita carroça, na praça de Greve, e sobre um patíbulo que aí será erguido, atezado nos mamilos, braços, coxas e barrigas das pernas, sua mão direita segurando a faca com que cometeu o dito parricídio, queimada com fogo de enxofre, e às partes em que será atezado se aplicarão chumbo derretido, óleo fervente, piche em fogo, cera e enxofre derretidos conjuntamente, e a seguir seu corpo será puxado e desmembrado por quatro cavalos e seus membros e corpo consumidos ao fogo, reduzidos a cinzas, e suas cinzas lançadas ao vento. (FOUCAULT, 2014, p. 9).

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 declarou expressamente os limites para a aplicação da penalidade justa e sem abusos a integridade física e moral do indivíduo, estes estão descritos nos artigos 5º, incisos XLVII e XLIX e 8º, inciso XIX, e quando nos deparamos com o Código Penal Brasileiro, este afirma ser imprescindível um meio necessário e suficiente para a reprovação, mas também de prevenção dos crimes.

De fato, cumprir sua dívida com a sociedade é de suma importância, nota-se essa necessidade, o que é preocupante são os liames de influência da mídia neste sistema punitivo leigo da massa. O problema, entretanto, dar-se-á pelo “o próprio sistema punitivo fazer parte do sistema de comunicação social” (CARVALHO FILHO, 2003, p.226).

Os séculos passaram e pouco mudou, a mídia aparece como o quarto poder, isso atribuído a grande participação nos fenômenos delituosos e sociais da massa. Nos séculos passados, havia demonstrações de esquartejamentos, enforcamentos e decapitações, na atualidade temos notícias e reportagem que podem condenar, punir, julgar ou absolver.

### **Princípio da Presunção de Inocência**

Os crimes noticiados de grandes repercussões são geralmente acompanhados de duras críticas pela imprensa. Na maioria das vezes aqueles que se expressam através das mídias não possuem nenhum conhecimento jurídico nas esferas penais e processuais penais.

Se perguntássemos para a população qual é o tratamento mais adequado para quem sofreu um aneurisma, claro que o cidadão comum diria: ‘não tenho a mínima ideia’. Com certeza, ademais, nunca diria que um curandeiro seria a pessoa indicada para solucionar o problema citado. Sobre o mundo da medicina complexa o indivíduo comum não costuma opinar, por falta de conhecimento específico. Não é isso que acontece, no entanto, no campo da criminalidade. Todo mundo, incluindo, portanto, os jornalistas, tem sempre uma receita (infalível) para a ‘cura’ desse ‘mal’. Prisão, castigo duro, humilhação, degradação do preso, abolição das garantias penais, tortura, extermínio etc. (GOMES, 2013, p. 104).

As fontes de transmissão de informações dissipam notícias, por vezes, dissociadas dos fatos e circunstâncias que motivaram determinada ação, de forma torna quase impossível para a audiência elaborar seus próprios argumentos quanto às informações para tirarem suas próprias conclusões, haja vista que apenas sabem o que lhe mostrado.

Consequentemente, nota-se que os fundamentos jurídicos não são vagos e de difícil entendimento pelos jornalistas e disseminadores de informações. Dessa forma, relações distantes entre os suspeitos por vezes leigas e sentença antecipada em relação em relações em que há uma interferência na vida do indivíduo. Podemos ir além ao citar Freud “os homens não são criaturas gentis [...], pelo contrário, são criaturas entre cujos dotes instintivos, devem-se levar em conta uma poderosa quota de agressividade” (FREUD, 2010, p. 28).

A produção estereótipos positivos e negativos é incorporada na população com o emaranhado de informações culturais, estes circulam em meio aos sistemas de disseminação de mensagens de todos os conteúdos informativos. O que faz culpável o ser humano não é ter praticado um crime, mas, unicamente, dado ao fato de se converter no objeto central da notícia, a condenação e julgamento da sociedade, que castiga não simplesmente pelo que fez, mas por quem é diante do crime (PELUSO, 2015, p. 209).

A verdade das informações também é maquiada pelos jornalistas quando estes imprimem a essas as suas impressões, sensações e opiniões (CHAUI, 2006, p. 57).



Assim, várias reportagens veiculadas pelos mais distintos programas e redes de televisivas; dezenas de manchetes e chamadas em jornais impressos e edições virtuais; inúmeras matérias de capa das principais revistas semanais, destacando os eventos que chamam a atenção da população, que podem ser sangrentos e violentos, os sujeitos dos casos possivelmente não terão outro desfecho senão a penalidade rígida do poder judiciário. Antes de qualquer coisa a presunção de inocência deve estar sempre em primeiro lugar, para a proteção da pessoa, da sociedade e da justiça.

### **Condenação Penal e Condenação Midiática**

O princípio do devido processo legal previsto no art. 5º, inciso LIV, da Constituição Federal de 1988 garante que “ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal”.

A condenação pela prática de um ato ilícito penal implica em uma sanção prevista em lei, podendo ser de reclusão, detenção, prisão simples, restritivas de direitos ou multa. A condenação criminal, todavia, possui outros efeitos penais secundários, tanto de natureza penal como de caráter extrapenal. Vale ressaltar que as sanções penais vão além do cárcere individual, propaga-se nos que estão circundados ao réu de diversas formas.

Em sentido diametralmente oposto tem-se a condenação decorrente do clamor social. A expressão “clamor social” pode ser definida como o descontentamento, a indignação ou comoção no meio social resultante da prática de crimes em circunstâncias especiais causadoras dessa repercussão. Tem sido recorrente, os casos de crimes que causam comoção social. É preocupante a influência da mídia em relação as massas que impõem um ideal de criminalidade, punição e julgamento precedido de vingança, sem analisar os direitos fundamentais dos indivíduos como citado anteriormente.

O Supremo Tribunal Federal (STF), já decidiu que o clamor da sociedade não são meios para o consentimento de uma prisão preventiva legal por exemplo no Habeas Corpus: 94554/BA, onde afirmou-se que os tribunais possuem sua autonomia em decisões, no entanto a Suprema Corte conclui o que seja melhor para manter a ordem social.

Em contrapartida, há o Recurso Ordinário em Habeas Corpus julgado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ): RHC 1412643-05.2017.8.12.0000, o qual nega a revogação da prisão preventiva do réu com base nos artigos 312 e 313 do Código de Processo Penal. A legislação descreve a garantia da ordem pública, em outras palavras, súplica por uma justiça dentre os padrões impostos por pessoa.

### **Direito ao Esquecimento**

O direito ao esquecimento é inerente à pessoa, na qual não é permitido a este que um acontecimento, mesmo que verdadeiro, seja exposto a população sendo ignorado seu direito de deslembração dos acontecimentos em que esteja ou esteve envolvido em alguma fase de sua vida.

Cidadãos envolvidos em todo o enredo problemático desta apresentação midiática possuem seu direito a dignidade assegurada pela lei, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 em seus artigos 1º, inciso III, e 5º, inciso X.

A teoria do direito ao esquecimento não se sobrepõe ao direito a informação e da liberdade de expressão das pessoas e dos meios de divulgação da mídia. A frente destes fatos não se pode

aceitar é a punição e condenação antecipada, a distorção da notícia e a manipulação condenatória popular das diversas classes sociais.

As diferentes classes sociais e econômicas emocionam-se e se compadecem com fatos descritos e contínuos de publicação nos meios midiáticos. O clamor social, a solidariedade pelas vítimas e seus familiares, compadecem e vão além do noticiário tomam para si as informações e relatos produzindo uma avalanche de diversos sentimentos.

Neste contexto fático todo nota-se que o suspeito/réu, não é visto como um cidadão, mas como se fosse um monstro que só deve ser lembrado pelo “mal” feito a coletividade.

Crimes tidos como graves e repugnantes pela população e pela mídia, disseminados pelos conteúdos corriqueiros das notícias os envolvidos têm o direito de serem esquecidos assim como seus protagonistas.

Com base neste assunto supracitado, temos diversas decisões jurisprudenciais que atestam o direito ao esquecimento pelos meios de comunicação em massa, como exemplo do posicionamento Superior Tribunal de Justiça temos o Resp. 1660168/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, Rel. p/ Acórdão Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, TERCEIRA TURMA, julgado em 08/05/2018, DJe 05/06/2018. A Ministra deixa claro que há de levar em consideração o alto grau de impacto midiático onde a mais alta relevância dos fatos pode causar a um indivíduo.

O tema sobredito é declarado algo muito polêmico em os juristas, o Supremo Tribunal Federal (STF) em uma audiência pública a qual o ministro Dias Toffoli presidiu, classificou o direito ao esquecimento em 03 (três) correntes cujo teor transcrevemos:

- a) **Posição pró-informação:** é a teoria que direito ao esquecimento não existe, pois não está previsto na legislação da unidade federativa e que seria contrário ao direito de informação e divulgação de fatos importantes para a sociedade. Sendo que infringe o princípio a liberdade de expressão dos meios midiáticos nacionais, para sustentarem esse posicionamento utilização a ADI 4.815 do Supremo Tribunal Federal como jurisprudência base.
- b) **Posição pró-esquecimento:** para estes doutrinadores o direito ao esquecimento existe e fere os direitos à intimidade, privacidade, presunção de inocência, o direito de resposta assim como outros direitos. A continuação de exposições constantes seria etiquetar uma pessoa como criminoso para o resto de sua vida, mesmo este cumprindo o pagamento da sua dívida para com a sociedade assim como a justiça.
- c) **Posição intermediária:** a posição desta teoria é que há uma necessidade de equilíbrio entre o direito à informação da sociedade e da mídia com o direito à privacidade do indivíduo e seus entes envolvidos. A tese destes doutrinadores é fundamentada e defendida pelo Instituto Brasileiro de Direito Civil (IBDCivil).

Mensurar o equilíbrio entre a divulgação de informações, o direito a personalidade, presunção de inocência e ao esquecimento daqueles que são estereotipados como criminosos e condenados antecipadamente pela população não é tarefa fácil em um país como o Brasil, mas necessária para que injustiças não sejam cometidas nem no âmbito social e muito menos judiciário.

Em suma, o que é necessário é estabelecer um equilíbrio entre as notícias divulgadas e os direitos de cada indivíduo em seus devidos casos, dando-lhes o direito ao esquecimento do acontecido.

## **O Reflexo da Mídia no Pensamento da População**

A comunicação em massa da vida moderna é adaptável, maleável, vulnerável e incapaz de manter suas formas originais e não conseguem se reforçar de acordo com o estado temporário das relações sociais.

Em sentido contrário, o legado de pessoas instantaneamente conectadas tende a elevar acontecimentos sem se preocupar com a veracidade, validade e influência da massa.

Noticiários sensacionalistas diários reforçam e tornam os acontecimentos em formas cruéis, mais do que já são, instigando o ódio que é presente por instintivamente nos seres humanos, Ariane Câmara Nery afirma:

As justificativas para essa atitude não encontram explicações lógicas nem legais, contudo, podemos inferir que pelo desejo social, a vingança popular se consuma com atos contra os réus, já naquele momento certamente estavam condenados pela opinião pública (NERY, 2010, p. 68).

Ou seja, a convicção apreciada é construída através da mídia que incentiva aos seus telespectadores, ouvintes ou web espectadores no julgamento/condenação ou absolvição precipitada e desprezada de crimes antes do devido processo legal.

O foco das notícias é manter-se no auge da audiência sem permitir que seu conteúdo envelheça e a população esqueça dos fatos, sendo que exercem forte influência sobre o pensamento do indivíduo:

As ideias, reflexões e conceitos da maioria das pessoas são amparados, ou melhor, são frutos de uma relação entre as ideologias presentes na sociedade e convicções pessoais. As pessoas comunicam se e, cada vez mais, organizam seus pontos de vista, com isso muitas vezes formam suas opiniões e fazem suas escolhas com base no que lhes é informado através dos meios de comunicação (NUNES, 2008, p. 53).

Disseminar informações de certa maneira alienam as pessoas de tal modo que suas reflexões acontecem conforme lhes é exposto no dia a dia pelos meios de comunicações midiático, sendo que estes já lhes ofertam pensamentos e concepções prontas e acabadas.

## **Considerações Finais**

Vivemos em um tempo que as notícias se propagam rápido, tomam proporções gigantescas e alcançam todas as classes sociais pelos mais diversos meios tidos como de reprodução e compartilhamento da informação em massa.

Pode-se então perceber que o direito à informação e à liberdade de expressão é a sustentação da mídia para o espetáculo que proporciona a população, implementando uma visão segundo a visão econômica e atrativa ao público-alvo. Quando uma matéria é noticiada logo uma forma de emoção nos envolve e praticamente sentimos o sofrimento da vítima, e a imagem negativa que nos vem à cabeça é do “monstro” do ato criminoso.

Partimos do pressuposto que um fato ocorra, este toma grandes proporções e interesse da sociedade. Será lançado a todo instante, chamadas sobre o tema e os principais agentes envolvidos, a partir desse momento, vidas podem ser destruídas mesmo que não haja culpa alguma apenas especulações midiáticas que refletem na visão e condenação popular. O posicionamento da sociedade

acaba indo parar nos tribunais que são precisados a dar uma rápida resposta aos mais interessados na punição dos possíveis indivíduos. Mesmo havendo a certeza da execução dos episódios narrados pelos telejornais, jornais e dispositivos de mensagens instantâneas não justifica condenar antes do devido processo legal e muito menos agir com as próprias mãos a fim de conseguir o que é tido como “justiça” por algumas pessoas.

Dado o exposto acima conclui-se que a garantia do direito fundamental a liberdade de expressão e informação não pode se sobressair sobre os direitos e garantias individuais, ambas possuem a mesma força perante a legislação e precisam ser respeitadas para o efetivo cumprimento da justiça.

Para isso, o judiciário e o Estado precisam inserir mecanismos aos meios de comunicações sejam o mais democrático e fiel possível, para que não haja invasão da intimidade pessoal, violação da privacidade do acusado e afetar sua honra.

### Referências

- AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político**. Universidade Federal de São Carlos. 2006, p. 97.
- BECCARIA, Cesare. **Dos delitos e das penas**. Tradução de Flório de Angelis. Bauru, SP: Edipro, 1999.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**, Brasília, DF: Diário Oficial da União, 05 dez. 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 ago. 2019.
- \_\_\_\_\_. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. **Código Penal**, Brasília, DF: Diário Oficial da União, 31 dez. 1940. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 29 ago. 2019.
- CARVALHO FILHO, Luiz Francisco. **Mídia, violência e sistema penal**. Revista Brasileira de Ciências Criminais. São Paulo, v. 42, p. 226, 2003.
- CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006, p. 57.
- DOTTI, René Ariel. **As dez pragas do sistema penal brasileiro**. In: TUBENCHLAK, James (Org.). Doutrina: v. 11, Rio de Janeiro: ID, 2001, p. 288.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**; tradução de Raquel Ramallete. 42. ed. Petropolis, RJ: Vozes, p. 9. 2014.
- FREUD, S. **O mal está na civilização (1930-1936). Obras completas. Volume 18**. Trad. de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, p. 28/29.2010.
- GOMES, Luiz Flávio; ALMEIDA, Débora de Souza. **Populismo Penal Midiático – Caso mensalão, mídia disruptiva e direito penal crítico**. Saraiva, p. 104. 2013.
- MARTINS NETO, João do Passos. **Fundamentos da Liberdade de Expressão**. Florianópolis: Insular, p. 2. 2008.
- MASCARENHAS, Oacir Silva. **A influência da mídia na produção legislativa penal brasileira**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XIII, n. 83, dez. 2010. Disponível em: <[http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=8727&revista\\_caderno=3](http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8727&revista_caderno=3)>. Acesso em: 5 mai. 2019.
- NERY, Arianne Câmara. **Considerações Sobre o Papel da Mídia no Processo Penal. Monografia de conclusão de curso**. Pontifícia Universidade Católica-PUC. p. 68 2010. Disponível em: <<http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16733/16733.PDF>>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- NUNES, Poliana Rollo. **Jornalismo de Revista: Análise dos critérios de noticiabilidade das capas da revista Época**. Monografia de Conclusão de Curso - bacharelado e comunicação social – habilitação em jornalismo. Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH. Belo Horizonte, p 53. 2008. Disponível em: <[http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana\\_nunes.pdf](http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana_nunes.pdf)>. Acesso em: 28 abr. 2019.
- PELUSO, Vinicius de Toledo Piza. **Introdução às Ciências Criminais**. Juspodivm, p. 209. 2015.
- TELLES, Renato. **A efetividade da matriz de amarração de Mazzon nas pesquisas em Administração**. Revista de Administração, São Paulo v.36, n.4, p.64-72, outubro/dezembro 2001.

## GESTÃO FINANCEIRA EM MICRO E PEQUENA EMPRESA À LUZ DO FLUXO DE CAIXA

Jadna Saraiva de Sousa Ambrósio<sup>42</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>43</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>44</sup>

### Resumo

O presente estudo é uma análise para descrever a importância dos relatórios não obrigatórios para a Contabilidade na tomada de decisões, delimitando o Fluxo de Caixa. Ele é uma ferramenta que auxilia o gerenciamento financeiro de qualquer empresa independente do seu tamanho ou ramo de atividade. Explanaram-se as principais fundamentações e tipos. O método utilizado foi o descritivo, tendo uma abordagem qualitativa, a entidade em questão é do ramo agrícola, o estudo proporcionou aos gestores uma visão ampla de todas as decisões que afetam a vida financeira da empresa, permitindo um melhor planejamento.

**Palavras-Chave:** Gestão; Controle; Fluxo de Caixa.

### Abstract

This study is an analysis to describe the importance of non-mandatory reporting for accounting in decision making, delimiting cash flow. It is a tool that helps the financial management of any company regardless of its size or line of business. The main reasons and types were explained. The method used was descriptive, taking a qualitative approach, the entity in question is from the agricultural industry, the study provided managers with a broad view of all decisions that affect the financial life of the company, allowing better planning.

**Key-words:** Management; Control; Cash flow.

### Introdução

As empresas estão, a cada dia que passa, mais preocupadas em trabalhar de forma organizada, não podendo as mesmas, abrir mão de controles rigorosos em todos os setores e principalmente o setor financeiro.

De acordo com Senger e Cesaro (2003, p. 5), “atualmente, o processo decisório das organizações requer um elevado índice de informações que sirvam de suporte na escolha da alternativa satisfatória”.

Sabe-se que estes relatórios considerados não obrigatórios são de extrema importância para as grandes empresas e estes já entenderam isso e já conseguem usufruir dos benefícios. Independe do tamanho ou ramo da empresa, todas necessitam de controles financeiros capazes de demonstrar as entradas e saídas de recursos, em curto, médio e longo prazo.

---

<sup>42</sup> Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade UNIBALSAS. Pós-Graduado em Gestão Financeira e Tributária pela Faculdade de Balsas.

<sup>43</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>44</sup> Formado em Ciências contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.

Existem vários relatórios que podem ser utilizados como forma de melhorar e facilitar a gestão das empresas, além dos relatórios obrigatórios. Cada relatório tem um propósito de evidenciar determinadas informações, em um período estipulado e a análise dos dados apresentados serão indispensáveis para as tomadas de decisões que cabe a cada gestor.

O fluxo de caixa mostra-se uma ferramenta indispensável para que as empresas saibam exercer o controle financeiro de forma adequada. É importante que as empresas conheçam o benefício que esse tipo de relatório poderá oferecer, este possui uma estrutura básica que resulta em uma sincronização dos dados das contas a receber e contas a pagar, para que se cumpram os compromissos assumidos perante os terceiros (GAZZONI, 2003).

Este trabalho tem como objetivo descrever e mostrar a importância dos relatórios não obrigatórios para a Contabilidade na tomada de decisões de uma entidade, delimitando o relatório Fluxo de Caixa. Elaborar o fluxo de caixa como ferramenta de gestão. Este trabalho é relevante, pois servirá de grande contribuição para as empresas enxergarem as informações de forma sistêmica.

A pesquisa foi desenvolvida por meio de um estudo de caso realizado em uma empresa agrícola da cidade de Balsas – MA, a discussão se dá pelo método descritivo. A abordagem do problema é caracterizada como qualitativa. Foi utilizado a pesquisa bibliográfica, através de livros, artigos, sites para fundamentar a teoria e alcançar as respostas para os problemas expostos na pesquisa. Para a análise da importância da elaboração do Fluxo de Caixa foi realizado um questionário com questões abertas, de forma qualitativa.

### **Relatórios Não Obrigatórios**

As empresas estão sempre se deparando com a necessidade de tomar decisões que afetam o seu desempenho, com oportunidades que ser aproveitadas. Para Senger e Cesaro (2003, p. 5) “O conceito de decisão está diretamente associado ao ato de decidir e, conseqüentemente, à necessidade de escolher uma alternativa”. Os relatórios possibilitam o estudo de forma mais segura das oportunidades que poderão surgir e com maior segurança fazer as escolhas corretas.

Os relatórios não obrigatórios são aqueles não exigidos por lei, mas isso não significa que são menos importantes para as empresas por sua não exigibilidade. Além disso, os mesmos são utilizados com base de dados para a elaboração dos relatórios obrigatórios. Também chamados de relatórios gerenciais, serão utilizados pelos gestores para o planejamento e execução de ações que a empresa deverá seguir para alcançar suas metas, seus objetivos.

Para que as empresas possam elaborar e utilizar esses relatórios, será necessário que as informações desejadas, sejam confiáveis e corretas, pois informações erradas aumentam as chances de tomar decisão em falso. De acordo com Mahl (2005, apud, THOMATSU, 1997, p. 26):

É evidente que a realidade da informação irá determinar a qualidade da decisão tomada. Se todos estiverem conscientes disso e a empresa trabalhar no sentido de buscar as informações que realmente interessam, proporcionando recursos adequados para a sua execução, os resultados serão alcançados.

É fundamental que os gestores conheçam os relatórios e saibam analisa-los para que possam usufruir das informações ali contidas. Destacam-se, entre os relatórios mais importantes para as empresas, o Orçamento, os Relatórios de Análise de Investimentos, os Relatórios da Análise das Demonstrações Contábeis, os Relatórios Tributários, o Controle de Estoque, Controle das Contas a Receber, Controle das Contas a Pagar, o Controle de bens do Ativo Imobilizado, e o Fluxo de Caixa, relatório foco deste trabalho.

## Fluxo de Caixa

Todos os dias, no mundo inteiro, milhares de empresas são abertas e milhares fechadas, isso pode ser dar por muitos motivos, mas talvez a falta de uma boa gestão seja um dos principais problemas. Empreendedores que não se preocupam na qualificação pessoal e dos colaboradores, com uma visão apenas de curto prazo do empreendimento, com ênfase somente no lucro do momento, e desconhecendo onde estão sendo gastos e de que forma, não conseguem enxergar o potencial do empreendimento em longo prazo, e as possibilidades de investimentos desse lucro.

As empresas devem buscar se desenvolver e crescer no meio que estão inseridas, é importante que se preocupem em fazer um acompanhamento com frequência da sua vida financeira. As empresas buscam sempre formas de assegurar a saúde financeira e o fluxo de caixa mostra-se uma ferramenta para ser utilizada como um meio eficaz de suporte para gestão o processo de tomadas de decisões (SÁ, 2008).

O fluxo de caixa não substitui nenhum dos outros relatórios gerenciais que a contabilidade disponibiliza, será apenas mais um aliado rumo ao sucesso da empresa. Conforme Caixeta (2012, p. 13, apud, Sa, 2008):

O fluxo de caixa é uma ferramenta capaz de planejar, controlar e analisar as entradas e saídas auxiliando na tomada de decisão e fazendo com que a empresa sobreviva no mercado. Ao utilizar o fluxo de caixa às empresas podem identificar a capacidade de gerar fluxos positivos e a partir disso obter alternativas de investimentos, ou ainda verificar os motivos que levaram a um resultado negativo e qual ponto deve ser mudado para reverter a situação.

Os gestores buscam saber como anda a situação da empresa por meio de acompanhamento dos resultados que estão sendo alcançados. O fluxo de caixa como ferramenta gerencial deve ser visto como um facilitador no processo de organização e gerencial da empresa.

Gerenciar tornou-se uma árdua tarefa em um mercado tão competitivo, não podendo abrir mão de ferramentas que tornem os processos decisórios mais ágeis e assertivos. De acordo com Frezatti (2009, p. 28), “um instrumento gerencial é aquele que permite apoiar o processo decisório da organização, de maneira que ela esteja orientada para os resultados pretendidos”.

O fluxo de caixa é um importante relatório gerencial, mas que o mesmo, apenas, não mostra ser um documento suficiente e que não irá abranger todas as necessidades da empresa. Por isso, torna-se cada vez mais importância da união de todos os relatórios que a empresa possa ter acesso, sendo assim, suporte para o outro e juntos mostrar aos gestores o caminho melhor a ser seguido.

Conforme Frezatti (2009, p. 31-35), é importante que o fluxo de caixa seja um instrumento em que todos façam parte, tenha envolvimento e conheçam as metas e o que pretende a empresa no que se refere o gerenciamento do fluxo de caixa. Que deixe de ser utilizado apenas pelo financeiro da empresa, como há muito tempo, e onde o mesmo elaborava e seria o responsável por tudo que envolvia o fluxo de caixa.

É importante que todos que fazem parte da organização entendam e percebam que o fluxo de caixa será um aliado no processo de gerencialmente, e que os gestores demonstrem aos demais como essa ferramenta pode facilitar a vida de todos dentro da empresa.

O fluxo de caixa mostrará aos gestores a situação real financeira, quanto efetivamente em dinheiro tem a empresa para honrar seus compromissos e como está sendo gasto, uma vez que a

demonstração do resultado mostrará o lucro contábil de um período e não de fato dinheiro disponível no caixa (FREZATTI, 2009).

### **Tipos de Fluxo de Caixa**

Segundo Marin e Palmeira (2014, p. 1), “existem dois tipos de caixa basicamente, o Fluxo de Caixa Realizado ou Real e o Fluxo de Caixa Projetado ou Planejado”. Fluxo de Caixa Realizado: deverá conter informações com a movimentação do que de fato ocorrerá com as entradas e saídas em um período determinado. Fluxo de Caixa Projetado ou Planejado: este tipo de fluxo deverá conter informações que irão prever em um determinado período, as entradas e saídas de um futuro próximo.

Essa divisão mostra ao gestor o que se fato está acontecendo co dinheiro que disponibiliza e como isso afetara sua vida financeira no futuro. Segundo Gimenes, Francisco e Silva (2011, p. 3):

No caso do fluxo de caixa Planejado (ou Projetado) envolvem os valores previstos para um determinado período de atividade, já o fluxo de caixa Real apresentará os valores que de fato ocorreram, as efetivas entradas e saídas de recursos.

O Fluxo de Caixa Projetado poderá ser utilizado para os gestores possam prever os períodos em que ocorreram mais entradas ou mais saídas de recursos, podendo assim verificar e controlar a melhor forma para realizar os pagamentos. Conforme a necessidade poderá buscar recursos ou fazer investimentos com os excessos de caixa.

O Fluxo de Caixa Projetado poderá ser feito de forma, semanal, mensal, quinzenal, anual, ou conforme a necessidade da empresa. Sendo assim, a empresa de uma forma mais segura e objetiva, poderá tomar as decisões e fazer seu planejamento financeiro.

Segundo Gimenes, Francisco e Silva, “o fluxo de caixa realizado o gestor registra exatamente como foram às entradas e saídas de dinheiro em caixa, isto é, todos os pagamentos, recebimentos, saldos do período”. O Fluxo de Caixa representa os recursos oriundos das atividades da empresa, ou seja, dos produtos e serviços que ela dispõe. Para Macário (2009, p. 14, apud, GITMAN, 1997) também divide os fluxos de caixa das empresas em “fluxo operacional, fluxo de investimento e de fluxo de financiamento”.

Os valores de entradas que a empresa possui podem ser oriundos de vários segmentos, como de algum investimento que a empresa possui em empresas, como ações. Poderá ser de valores recebidos de alguma instituição bancaria através de empréstimos, ou ainda o principal meio de entradas que são as da atividade que a empresa desenvolve.

### **Análise e Discussão de Resultados**

O responsável pela entidade tem conhecimento do que é um Fluxo de Caixa, mas talvez por acúmulo de funções, o que é muito comum em empresas pequenas, não conseguiu implantar essa ferramenta gerencial. Como foi explanado anteriormente há de dar importância aos relatórios não obrigatórios para as empresas, dentre os quais foi destacado o Fluxo de Caixa como uma poderosa ferramenta, que possui um único objetivo que é auxiliar as tomadas de decisões.

Após a escolha do modelo a ser seguido para elaborar o Fluxo de Caixa, obteve-se acesso às informações relevantes e foi feito análise dos resultados. Não ocorreu nenhuma dificuldade para coletar as informações, pois a empresa possui um sistema eficaz utilizado para a movimentação das atividades.



Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	TOTAL
<b>Entradas</b>	-	-	-	-
Bancos	R\$ 182.187,22	202.443,98	204443,98	R\$ 589.075,18
<b>Total de entras</b>	R\$ 182.188,22	202.443,98	204443,98	R\$ 589.076,18
<b>Saídas</b>	-	-	-	-
Salários	R\$ 4.568,00	R\$ 3.409,00	R\$ 4.108,30	R\$ 12.085,30
Retiradas Sócios	R\$ 38.140,11	R\$ 14.870,94	R\$ 13.539,04	R\$ 66.550,09
Pro Labore	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00	R\$ 18.000,00
Manut. Veículos	R\$ 3.043,93	R\$ 1.898,30	R\$ 2.807,15	R\$ 7.749,378
Desp. Bancárias	R\$ 1.948,92	R\$ 420,00	R\$ 3.699,75	R\$ 6.068,67
Outras Despesas	R\$ 199.704,57	R\$ 77.581,26	R\$ 263.367,79	R\$ 540.653,62
<b>Total de Saídas</b>	R\$ 253.405,53	R\$ 104.179,50	R\$ 293.522,03	R\$ 651.107,06
Saldo Mov.	R\$ -77.218,31	R\$ 98.801,36	R\$ -89.078,05	R\$ - 67.495,00
Saldo Anterior	R\$ 122.540,32	R\$ 51.322,01	R\$ 150.123,37	R\$ 323,985,70
Saldo Atual	R\$ 51.322,01	R\$ 150.123,37	R\$ 61.045,32	R\$ 262.490,70

Fonte: Elaborado pela autora.

O fluxo foi elaborado conforme as necessidades da empresa no momento focado nas entradas e de formar simplificada, pois por ainda não trabalhar com esse tipo de ferramenta nesses padrões, para fácil entendimento no primeiro momento, e assim sofrer as mudanças conforme o andamento das atividades que executar.

Os valores de entradas representam o dinheiro que a empresa recebeu dos clientes a parti do seu faturamento, esses valores foram obtidos por controle específico.

A empresa utiliza bancos para o recebimento das vendas efetuadas. Isso se dá por motivos de segurança, pois os valores recebidos são altos, e também para facilitar o pagamento para seus clientes. As empresas que trabalham no ramo agrícola realizam suas vendas pelo chamado prazo safra, que é o pagamento por parte dos clientes das dívidas após a colheita. O sócio administrador acompanha toda movimentação de entradas e saídas nos bancos através da internet.

As saídas representam os desembolsos da empresa para cumprir seus compromissos perante terceiros. Todos os pagamentos são efetuados através de cheques, assinados pelo sócio administrador e acompanhado dos respectivos documentos, evitando possíveis desfalques na empresa.

A empresa precisa trabalhar com capital de giro suficiente para cobrir todas as despesas no período em que ocorrem as vendas até o período dos recebimentos. A Conta salário vem no topo das obrigações, pois é uma prática defendida pela empresa de sempre ser prioridade os pagamentos dos funcionários.

Percebe-se valores autos de saídas, isso ocorre principalmente no 1º trimestre, pois é um período de entressafra, logo é esperado que os recebimentos tenham uma baixa. Neste período, também a conta: fornecedor (que está contida em outras despesas) será a de maior movimento, pois como as vendas são realizadas pelo prazo safra, as compras em sua grande parte também, ou seja, eles precisam receber para pagar.

O capital de giro da empresa não é suficiente para cobrir todas as despesas, somente as fixas. A empresa vem pagando os fornecedores conforme as entradas e tentando negociar os juros, pelo não pagamento total dos débitos.

Será necessária uma revisão de como estão sendo aplicadas as entradas de caixa, para tentar diminuir as despesas, e buscar fontes de recursos como alternativas caso ocorra uma inadimplência

para obter seu capital de giro ou até mesmo uma nova forma de minimizar os efeitos de perdas por causa dessa inadimplência.

O gestor percebeu que antes da elaboração do Fluxo de Caixa a empresa tinha controles isolados, como por exemplo os de: contas a receber, controle de contas a pagar, estoque, etc. A partir do cruzamento das informações percebeu-se o quanto eram falhos os seus controles.

A Pesquisa realizada traz um resultado em que o gestor entende que a devida importância do Fluxo de Caixa. A entidade solicitará mudanças quanto a gestão do sistema, incluído o relatório de fluxo de caixa.

Verifica-se por meio da resposta fornecida pelo proprietário que com um relatório tão importante o gestor poderá a partir deste momento planejar as ações financeiras e econômicas da empresa com maior segurança para que decisões empresariais não sejam comprometidas.

### **Considerações Finais**

As empresas estão sempre em busca de respostas rápidas e precisas para solucionar os problemas que aparecem e atender o mercado que está inserida. Os relatórios contábeis gerenciais são os grandes aliados, provendo informações úteis capazes de auxiliar no processo de tomada de decisões. Identificar de forma organizada as entradas e saídas, e conseguir administrar, tornaram-se um fator decisivo para a sobrevivência das empresas.

O fluxo de caixa é uma ferramenta indispensável para controlar e planejar o caixa, pois representa o valor que a empresa tem a sua disposição para cumprir com seus compromissos. O modelo proposto de fluxo de caixa possibilitou mostrar ao gestor da empresa trabalhada, como essa ferramenta facilita a gestão financeira dos recursos, uma vez que os dados estão organizados visualizando quais os meses de maior necessidade de capital de giro, suas maiores despesas no período voltado ao recebimento das vendas.

O modelo apresentado mostra de fato a situação da empresa nos períodos analisados, com evidências claras de como está se comportando o caixa da empresa. Se for implantado sofrerá algumas alterações para usufruir mais informações que podem ser geradas. O modelo proposto poderá ser utilizado por outras empresas, apenas sendo adaptado para suas necessidades. O que se percebe com este estudo, é que mesmo sendo enaltecidas por vários autores ao longo do referencial da sua importância como ferramenta de gestão financeira, as pequenas empresas conhecem, mas não se dispuseram a utilizar como meio de planejamento que pode facilitar suas decisões no que se refere ao uso do seu dinheiro.

O objetivo proposto por esse trabalho acredita-se que foi alcançado, pois aumentou o conhecimento a respeito dos relatórios não obrigatórios, possibilitando a realização da prática do Fluxo de Caixa. Por ser um assunto amplo, buscar novas formas para conscientizar os administradores principalmente dos pequenos, da importância dos relatórios gerenciais e os benéficos que podem agregar a suas empresas.

### Referências Bibliográficas

CAIXETA, Maiara Gomes. **Fluxo de Caixa como Ferramenta de Gestão Aplicável às Micros e Pequenas Empresas de Luziânia – GO**. Disponível em: <[file:///C:/Users/Paulo/Downloads/-adm-maiara-gomes-fluxo-de-caixa-como-ferramenta-de-gestao-aplicavel-as-micro-e-pequenas-empresas-de-luziania-go%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Paulo/Downloads/-adm-maiara-gomes-fluxo-de-caixa-como-ferramenta-de-gestao-aplicavel-as-micro-e-pequenas-empresas-de-luziania-go%20(2).pdf)>. Acesso em: 27 Mar. 2019.

FREZATTI, F. **Gestão do Fluxo de Caixa Diário**: Como dispor de um instrumento fundamental para o gerenciamento do Negócio Planejamento e Controle Gerencial. 1. Ed. -. reimp. -São Paulo: Atlas, 2009.

GAZZONI, Elizabeth Inez Fluxo de Caixa: **Ferramenta de Controle Financeiro para a Pequena Empresa**. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/85831/198309.pdf?sequence=1>>>.

Acesso em: 06 Jul. 2019.

GIMENES, Aline Angeli. FRANCISCO, Dayane Fernandes. SILVA, Eric Tadeu Gimenes. **Fluxo de Caixa**. Disponível em:

<<http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2011/publicado/artigo0081.pdf>>.

Acesso em: 28 Maio. 2019.

MAHL, E. M. **Relatórios Gerenciais como Ferramenta na Tomada de Decisões no Empreendimento Hoteleiro**. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis294291>>. Acesso em: 03 Mar. 2019.

MATSU, Sayuri. **Como Fazer o Controle Financeiro Empresarial**. Disponível em: <[http://www.dzai.com.br/sayurimatsuo/noticia/montanoticia?tv\\_ntc\\_id=78817](http://www.dzai.com.br/sayurimatsuo/noticia/montanoticia?tv_ntc_id=78817)>. Acesso em: 25 Maio. 2019.

MARIN, Franciele, PALMEIRA, Eduardo Mauch. **A Importância da Gestão do Fluxo de Caixa**. Disponível em: <<http://www.eumed.net/ce/2014/fluxo-caixa.html>>. Acesso em: 27 Maio. 2019.

SENGER, Carine Maria. CESARO, Nestor Henrique de. **A Importância dos Relatórios Contábeis Gerenciais na Tomada de Decisão das Organizações de Determinado Setor Econômico de um dos Municípios da Região do Codemau**. Disponível em: <[file:///C:/Users/Paulo/Downloads/763-3503-1-PB%20\(8\).pdf](file:///C:/Users/Paulo/Downloads/763-3503-1-PB%20(8).pdf)>. Acesso em: 02 Mar. 2019.

SILVA, Marcio Lopes da. FONTES, Alexandro Albino. **Discursão sobre Critérios de Avaliações Econômicas: Valor Presente Líquido (VPL), Valor Anual Equivalente (VAE), Valor esperado da Terra (VET)**. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rarv/v29n6/a12v29n6.pdf>. Acesso em: 06 Jul. 2019.

## O PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO SOBRE OS EMPRESÁRIOS DE INDUSTRIAS NA CIDADE DE PALMAS-TO

Jhólistay Rodrigues Fonseca<sup>45</sup>

Lidiane dos Santos Silva<sup>46</sup>

Flávio Augustus da Mota Pacheco<sup>47</sup>

### Resumo

A pesquisa propõe compreender as características que englobam o perfil empreendedor de empresários de indústrias na cidade de Palmas – To. Para alcançar este objetivo, avaliou-se mais de 50 empreendedores de indústrias resididos em Palmas através de um questionário eletrônico aplicado online ou *in loco*. Trata-se de uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa. Os resultados compilados permitiram conhecer habilidades presentes no indivíduo que empreende. Tais características corroboram para a inovação que é considerada a palavra chave do empreendedorismo. Conclui-se a existência de características predominantes e que existe oportunidade podem ser feitas para que se cresça em inovação.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, crescimento, habilidades.

### Abstract

The research proposes to understand the characteristics that encompass the entrepreneurial profile of industrial entrepreneurs in the city of Palmas - To. To achieve this goal, more than 50 entrepreneurs from the Palmas-based industries were assessed through an online or on-site electronic questionnaire. It is a descriptive research with quantitative approach. The compiled results allowed to know skills present in the individual who undertakes. These characteristics corroborate the innovation that is considered the key word of entrepreneurship. It concludes the existence of predominant characteristics and that there is opportunity can be made to grow in innovation

**Keywords:** entrepreneurship, growth, skills.

### Introdução

As literaturas mais atuais definem empreendedorismo como um processo de renovação pessoal e organizacional que traz inúmeros benefícios sociais e econômicos para a sociedade. A imersão da sociedade no ecossistema empreendedor comprova os benefícios do empreendedorismo para a sociedade. Os resultados da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2018) de abrangência mundial apresenta anualmente os níveis das atividades empreendedoras, aponta que aponta que 38% da população brasileira são empreendedores. Isso significa que 51,9 milhões de pessoas de 18 e 64 anos tem um negócio ou estão envolvidas na criação de um.

Segundo o site Guia Industrial do Tocantins, apenas 26,88% realizaram inovação no último ano e 73,12% não realizaram atividades inovadoras dentro das empresas. Na cidade de Palmas

---

<sup>45</sup> Acadêmica do Curso de Engenharia de Produção pelo Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>46</sup> Possui graduação em Ciências Contábeis pela PUC -GO. Especialista em Gerência Contábil, Auditoria e Controladoria pela Faculdade Internacional de Curitiba - PR. Mestre em Ciências da Religião FUV-ES.

<sup>47</sup> Possui graduação em Administração de Empresas pela Faculdade Maringá - Centro de Ensino Superior do Paraná (2002), mestrado em Administração pela Faculdade Cenequista de Varginha (2005) e doutorado em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2012).

contabiliza-se 625 indústrias sendo destas, 72% empresas de micro porte contra 2% de grande porte gerando 18. 827 empregos formais na capital do Tocantins.

Desta forma, o estudo tem o objetivo de mostrar as habilidades que caracterizam o perfil empreendedor e os níveis de inovação presente dentro das organizações afim de, ampliar o conhecimento na área de gestão organizacional.

Esse estudo será apresentado em cinco partes. Iniciará pela introdução, na qual será mostrada a temática e relevância do trabalho. O referencial teórico será tratado no segundo momento, trabalhando a história do empreendedorismo, teorias sobre o espírito empreendedor e suas características. Os tipos de pesquisas, bem como a forma e elaboração do estudo serão apresentados na metodologia (terceira etapa). Na quarta fase é apresentada a análise e discussão dos resultados. Sendo na última fase a apresentação das considerações finais relacionadas ao tema estudado.

## **Referencial Teórico**

### **A evolução histórica do empreendedorismo**

O termo “*empreendedor*” (derivado da palavra francesa *entrepreneur*) foi usado pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, que dizia ser *entrepreneur* um indivíduo que assume riscos. Richard também é conhecido por diferenciar o papel do empreendedor daquele que fornecia o capital, chamado de capitalista. Em 1814 o economista francês Jean – Baptiste Say (1767-1832) usou a palavra para identificar o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade baixa para um setor de produtividade mais elevado. Say enfatizou a importância do empreendedor para o sistema econômico. Em 1871 Carl Menger, economista austríaco, definiu o empreendedor como “Aquele que antecipa necessidades futuras”. (CHIAVENATO, 2012, p.6).

O economista austríaco Ludwig von Mises (1949), faz uma ligação entre o ato de decidir e empreender ao afirmar ser empreendedor aquele que, de forma subitânea, toma as decisões. Mantendo esse mesmo pensamento, mas agora na década de 80, Casson (1982) também utiliza o verbo decidir para caracterizar o que é ser empreendedor ao criar a expressão “O empreendedor toma decisões criteriosas e coordena recursos escassos” (CHIAVENATO, p.7).

Outro economista austríaco presente na história do empreendedorismo é Joseph Schumpeter (1950). Suas observações sobre os impactos gerados na economia pelo trabalhador que empreende originaram talvez a teoria mais conhecida sobre o empreendedorismo, chamada de “destruição criativa”. Joseph concentrava sua teoria na capacidade de introduzir novos produtos ou uma nova ideia, em alternativa aos que já eram utilizados, ou seja, inovar de forma bem-sucedida.

### **O Empreendedorismo no Brasil**

Foi na década de noventa que o empreendedorismo se tornou conhecido no Brasil através de instituições como Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (Softex), além das incubadoras de novos negócios, fundações de patrocínio à pesquisa e outros tipos de apoio. Antes disso, o cenário político e econômico não favorecia o empreendedor que iniciava sua jornada nesse universo.

Uma das entidades responsáveis pela consolidação do empreendedorismo em nossa pátria foi a empresa Softex que junto a incubadoras, universidades e seus cursos na área de tecnologia da informação apoiaram o empreendedorismo em *software*. O programa Genesis – Geração de Novas

Empresas de *Software* promoveu o ensino da disciplina em universidades e geração de novas empresas de Software (startups).

### **O espírito empreendedor**

Antes de abordar os diversos temas sobre empreendedorismo, é importante se ter em mente que o empreendedor não é um fundador de empresas ou criador de novos negócios. Ele é a força que movimenta a economia gerando novos cenários econômicos. Ele procura se antecipar aos fatos antes que outros o façam, não tem medo de assumir riscos ou responsabilidades, pelo contrário, sente-se motivado diante de novos desafios. O empreendedor dinamiza impulsiona e explorando o mercado ao inserir inovações de serviços, produtos, negócios e ideias como definiu Joseph Schumpeter “*O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.*” criador da onda destrutiva (DORNELAS, 2017, p.29).

A forma de onda não é aleatória, Joseph considerou ser a economia semelhante a uma onda marítima que recebe ventos fortes até gerar a ondulação. Quanto maior e veloz for o vento, maior será a formação da onda. Pode-se dizer que o empreendedor é a força que transmite energia para movimentar a economia do país. Joseph também acreditava que da mesma forma que uma onda possui o ponto mais alto e em função das condições se quebra, as ondas de inovação teriam o mesmo comportamento. Isso ocorre quando novos comerciantes copiam o produto antes inovador e o tornam

Mas o espírito empreendedor está presente além das organizações, sua existência não pode ser relacionada apenas aquelas pessoas que possuem um negócio ou pretendem iniciar algo novo. O termo intraempreendedor é usado para caracterizar aquelas pessoas que possuem habilidades empreendedoras, porém dedicam-se dentro dos limites de empresas já estabelecidas. Estes indivíduos possuem uma cultura de resultados e utilizam a motivação pessoal no processo das entregas.

Independente se o espírito empreendedor atua como solucionador das necessidades dos consumidores ou para o benefício de uma organização, a verdade é que essas pessoas dispõem da capacidade de fazer as coisas acontecerem, possuem sensibilidade para os negócios, a capacidade para identificar oportunidades, introduzirem inovações e por consequência disso, incentivam o crescimento econômico. Esses perfis podem ser encontrados desde os mais jovens a pessoas adultas, entre todas as classes sociais.

### **Características do espírito empreendedor**

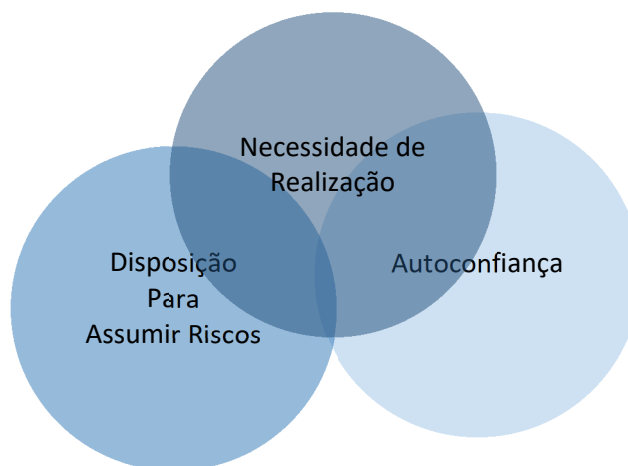
Quando se fala em característica, tenta-se extrair o formato de algo. Isso pode ser uma tarefa simples se o objeto a ser desenhado for algo físico. No entanto, busca-se dar forma a algo abstrato, porém conhecido e verdadeiro, o ímpeto empreendedor. Para que se torne mais claro busca – se reunir um conjunto de características pessoais que influenciam o indivíduo de forma positiva a realizar atividades inovadoras.

De acordo com Idalberto Chiavenato:

O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas, mas os membros da segunda ou terceira geração de empresas familiares e os gerentes-proprietários, que compram empresas já existentes de seus fundadores. (CHIAVETATO, 2008, p. 3)

Na definição de Idalberto é possível identificar três características básicas no indivíduo que empreende.

Figura 1.1: Características básicas do empreendedor



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

De uma forma geral quando se lê a definição de Chiavenato, percebe-se o quanto esse indivíduo é dotado de confiança. Pois iniciar novas ideias, produtos, negócios, encarar desafios e realizar decisões importantes, requer o pilar de Autoconfiança. O autor também menciona o desejo de realizar uma ideia ou um projeto pessoal. Nesse trecho encontra-se o pilar Necessidade de realização. Ao que tudo indica, o empreendedor possui uma forte necessidade de realização se comparado com as demais pessoas da população em geral. O último pilar descrito pelo autor é disposição para assumir riscos. A razão disso, é devido o realizador entender que o erro não representa o fim de um projeto, mas a descoberta de um caminho que não agrega oportunidade e, portanto, não será mais percorrido.

As três características são como estruturas de apoio que sustentam a mente de um empreendedor. Mas a origem de um indivíduo com habilidades empreendedoras ainda é muito questionada. Isso porque o existia basicamente dois objetos de estudo, o empreendedor por nascimento e o empreendedor por absorção do meio. Em ambas não há evidências científicas comprovadas que anulam a subsistência da outra. Devido a diversidade da mente empreendedora, há uma teoria bastante aceita dentro desse universo chamada de construtivista. Consiste na construção do seu próprio aprendizado, num processo de dentro para fora baseado em experiências de fundo psicológico (Argento, 2008, p.1).

### **Materiais e métodos**

Para Demo (1987, p. 23) a pesquisa vem a ser a atividade científica pela qual descobrimos a realidade. Demo acredita que a realidade não se desvenda de forma superficial, mas, com base em estudos profundos. Com base neste pensamento será descrito nessa seção os procedimentos metodológicos que foram usados na elaboração do artigo tais como o tipo de pesquisa, universo e a amostra, a coleta de dados, aplicação do questionário e tratamento dos dados

### **Tipo de estudo**

Esta pesquisa classifica-se como descritiva e bibliográfica com o propósito de acrescentar e proporcionar novas visões sobre a realidade do mundo empreendedor. Para a sondagem de dados

utilizou-se a pesquisa por levantamento. Este tipo de pesquisa é classificado por muitos autores como um caso particular da pesquisa quantitativa. O levantamento tem como característica principal a interrogação direta de pessoas sobre um determinado assunto, por meio de um questionário (GIL, 1995).

### Universo da pesquisa

Em específico, a pesquisa desenvolveu-se junto aos micro e pequenos empresários da indústria na cidade de Palmas – TO. A escolha é influenciada pela contribuição em divulgar o perfil inovador por parte desses empresários, exatamente pela pouca idade da Capital e sua característica de expansão.

O questionário foi aplicado *in loco* em mais de 50 empresários em diferentes seguimentos como alimentício, têxtil, movelaria entre outros, em setores que fomentam o comercio de industrias na capital do Tocantins no período compreendido entre 09/01/2019 a 02/02/2019.

### Procedimentos de coletas de dados

Segundo Parasuraman (1991), um questionário é tão somente um conjunto de questões feito para gerar os dados necessários para se atingir os objetivos do projeto. Utilizando o conceito de Parasuraman as variáveis de qualificação foram levantadas por meio de itens formulados em escala tipo Likert de 5 (cinco) sendo, 5 (sempre), 4 (A maioria das vezes), 3 (Algumas vezes), 2 (Raramente) e 1 (nunca).

### Tratamentos de dados

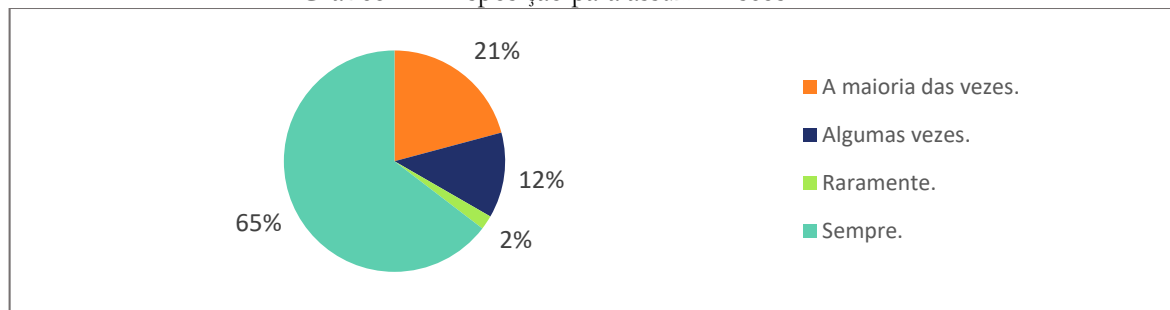
As respostas obtidas através do formulário estruturado foram organizadas em um software que permite arrumar e visualizar dados no formato de planilha, no qual pode-se observar, analisar, comparar assim como, gerar gráficos e dados estatísticos para facilitar a compreensão do leitor.

### Resultado e discussão

Para alcançar o objetivo proposto nesta pesquisa, foram utilizados questionários próprios e será apresentado alguns scores obtidos e suas respectivas análises.

#### 1. Desafios

Gráfico 1 – Disposição para assumir riscos.



Fonte: Resultado de pesquisa (2019).

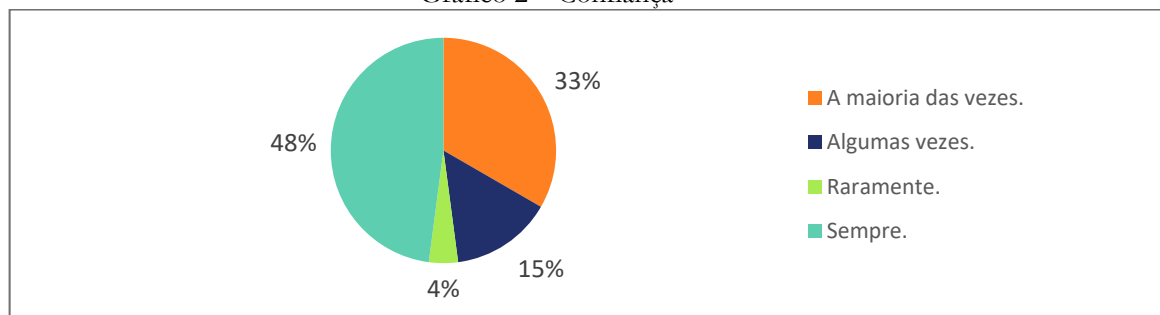
65% disseram sempre gostar de desafios e novas oportunidades. Esse interesse por desafios torna-se importante ao criar um novo projeto, elaborar novos produtos, abrir filiais entre outros. Apesar dos riscos, existem ferramentas de suporte como o Canvas Bussines Model, criado pelo



alemão Alexander Osterwalder que converge em uma execução mais segura os desafios do mundo dos negócios.

## 2. Confiança

Gráfico 2 – Confiança

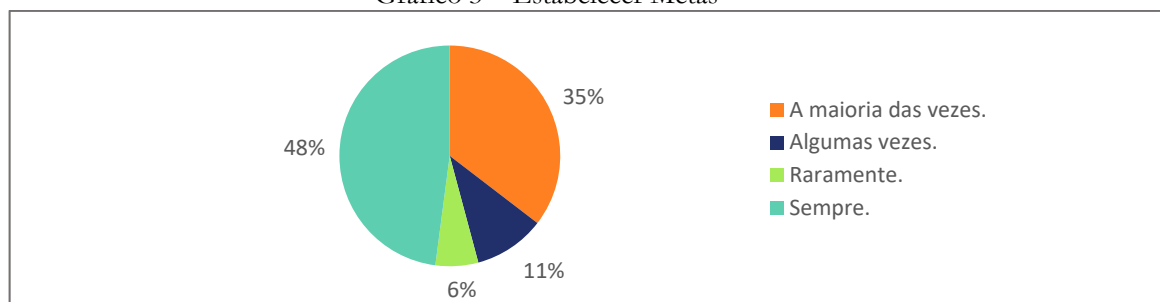


Fonte: Resultado de pesquisa (2019).

O gráfico mostra 48% dos entrevistados são extremamente confiantes em suas metas de realização, ou seja, aplicam a automotivação em favor de uma meta a alcançar. Logo a confiança assim como outras características podem estar relacionadas com as experiências ao longo da vida ou com a percepção da necessidade de estimular habilidades com finalidade de se desenvolver.

## 3. Estabelecer metas.

Gráfico 3 – Estabelecer Metas

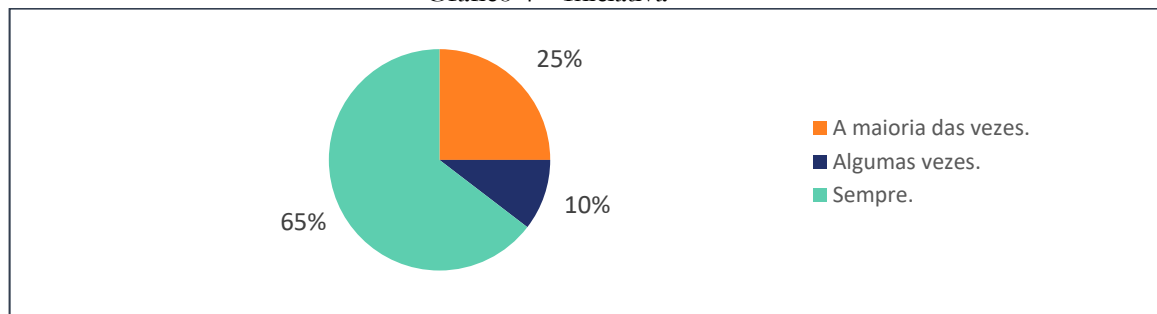


Fonte: Resultado de pesquisa (2019).

Os dados mostram que 48% dos entrevistados possui a iniciativa de estabelecer suas metas. Isso demonstra que o empreendedor tem facilidade para organizar o trabalho, porém percebe – se mais da metade dos entrevistados não possuem disciplina sobre planejamento. Isso pode estar relacionado ao temperamento executor dessa outra parcela. Os seres executores agem no sistema rápido, são proativos com foco em resultados (Sólides RH Inteligente, 2019). O ato de estabelecer metas promove a clareza dos objetivos a serem alcançados, por isso sua importância.

#### 4. Iniciativa

Gráfico 4 – Iniciativa



Fonte: Resultado de pesquisa (2019).

Iniciar está diretamente ligado a inovação no empreendedorismo. Essa iniciativa somente será considerada inovadora se a resultante for positiva (FNQ, p. 4, 2017). Durante a pesquisa *in loco*, percebeu-se poucas atividades inovadoras nos estabelecimentos. Esta afirmação se baseia no conceito de que inovar é fazer algo diferente daquilo que já existe, ou de uma forma diferente daquela já existente (SEBRAE/MG, p.7, 2011). A pesquisa mostra que para o quesito iniciativa 65% dos entrevistados consideram-se sempre proativos e 25% manifestaram a iniciativa na maioria das vezes. Apesar dos números serem positivos, percebe-se poucas evidências de inovação.

#### Conclusão

O objetivo desse estudo é explorar a personalidade empreendedora dos empresários de indústrias na cidade de Palmas, com o objetivo de desenhar um perfil de habilidades que estimule e facilite a compreensão. O perfil empreendedor ou inovador, propõe trazer um norte para aqueles que buscam inserir-se no universo do empreendedorismo, mas também, pode ajudar aqueles que já estão inseridos e procuram aperfeiçoar-se.

Baseado nos estudos obtidos destaca-se a princípio com maiores pontuações características como proativo, confiança, auto desejo de realização e disposição para assumir riscos. Estas são características básicas no indivíduo que empreende.

Ainda sob a perspectiva dos estudos, constatou-se que os empreendedores de indústria da cidade de Palmas – To de fato possuem características que fomentam a inovação, porém verificou-se que além dessas habilidades, é necessário aprofundar os conceitos de inovação e a partir disso, realizar o plano de implantação dentro da organização. Caso contrário, os benefícios gerados pelo perfil inovador e refletidos na comunidade não são gerados. Com o resultado apresentado, conclui-se que as práticas inovadoras devem ser repensadas pelos empresários, caso desejem crescer no mercado.

#### Referências

- GEM 2018, **Global Entrepreneurship Monitor**, Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em 30 de julho de 2019.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. São Paulo: Editora Atlas Ltda, 2017.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Editora Manole Ltda, 2012.

BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão, **Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

SEBRAE, **Data Sebrae Indicadores**. Disponível em:

[http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo\\_datasebrae/#](http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo_datasebrae/#) . Acesso em 30 de julho de 2019.

SISTEMA FIETO, **Guia Indústria do Tocantins**. Disponível em:

<http://guiaindustrial.fieto.com.br/Empresa/PerfilIndustria?municipioid=1#mapa>. Acesso em 30 de julho de 2019.

DEMO, Pedro. **Avaliação qualitativa**. São Paulo, Cortez, 1987.

PARASURAMAN, A. **Marketing Research. 2**. Addison Wesley Publishing Company, 1991.

SBRAE/MG, **O que é Inovação?**, Disponível em:

<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/cartilha-manual-ou-livro/o-que-e-inovacao>. Acesso em 21 de dezembro de 2019.

FNQ Gestão para Excelência, **#28 Gestão da Inovação**. Disponível em:

<https://fnq.org.br/comunidade/e-book-28-gestao-da-inovacao/>. Acesso em 21 de dezembro de 2019.

SOLIDE, RH inteligente, **O que é perfil comportamental**. Disponível em:

<https://blog.solides.com.br/o-que-e-perfil-comportamental/>. Acesso em 21 de dezembro 2019.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1995

## A QUALIDADE DOS SERVIÇOS CONTÁBEIS PRESTADOS PELO ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE EM PALMAS –TO: UM ESTUDO DE CASO.

Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>48</sup>  
José Fernando Bezerra Miranda<sup>49</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>50</sup>

### Resumo

O presente artigo evidencia o que é qualidade, e a importância da qualidade na prestação de serviços. Num segundo momento, correlaciona a contabilidade como um serviço importante para o empresário. Evidencia a importância da excelência na prestação de serviço. Por isso a pesquisa procura saber sobre os índices de qualidade na prestação de serviço contábil. Para chegar a esses índices utiliza-se do método SERVIQUAL. A pesquisa mostra a importância da relação entre o Contador e o Empresário e a necessidade de se ter um canal de serviços contábeis de qualidade.

**Palavra-chave:** Prestação de serviço. SERVIQUAL. Excelência.

### Abstract

This article highlights what quality is and the importance of quality in service delivery. Secondly, it correlates accounting as an important service for the business owner. It highlights the importance of excellence in service delivery. Therefore, the research seeks to know about the quality indices in the rendering of accounting services. To reach these indexes, we use the SERVIQUAL method. The research shows the importance of the relationship between the Accountant and the Entrepreneur and the need to have a quality accounting services channel.

**Key Words:** Provision of service. SERVIQUAL. Excellence

### Introdução

Sabe-se que toda empresa tem uma pessoa e/ou escritório que realiza sua contabilidade, seja por obrigação fiscal ou por realmente reconhecer a necessidade e importância do acompanhamento contábil para a saúde financeira empresarial, mas fato é - toda entidade tem um contador. Vale salientar que a contabilidade tem por objetivo zelar pelo patrimônio da entidade e oferecer informações de qualidade e tempestivas para seus usuários internos e externos.

Por usuários externos, segundo os Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade, entendemos que os mesmos têm uma visão mais genérica da empresa, que são expressas nas demonstrações financeiras contábeis (2008), poder-se-ia complementar dizendo que o Estado também seria um usuário externo preocupado com seus interesses particulares de cumprir a legislação tributária do país.

---

<sup>48</sup>Formado em Ciências contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.

<sup>49</sup>Bacharel em Ciências Contábeis pelo ITOP – TO. Professor do Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>50</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

Por outro lado, temos os usuários internos também segundo Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade são os administradores, esses se aprofundam mais nas informações (2008), ou seja, é a própria empresa, e as pessoas ligadas ao administrativo da entidade.

O empresário como administrador de sua empresa deve ter uma relação direta com a contabilidade desde o processo de abertura até o encerramento da atividade mercantil exercida pela entidade. Deve ser uma parceria de negócio, a contabilidade atua como uma consultora para a empresa, a comunicação entre o empresário e o contador que vos presta serviço, deve ser clara, distinta e objetiva, para que o empresário possa aproveitar ao máximo do que a ciência contábil pode oferecer para seu empreendimento.

## **Desenvolvimento**

Para começar nossa discussão, vale a pena ressaltar a origem etimológica desse termo que irá acompanhar todo o desenvolvimento dessa pesquisa. Como outras diversas palavras em português, qualidade tem sua origem no latim *qualitas*, que significa dizer a natureza das coisas.

Esse é um termo que já está intrínseco na sociedade, todos já tem seus parâmetros e conceitos internos a respeito do que é qualidade, para Carpinetti (2016), devido a subjetividade do termo existem várias interpretações que perambulam o conceito, para muitos está relacionada às características intrínsecas de determinada coisa, já para outros a qualidade é correlacionada com a satisfação do cliente, há ainda aqueles que entendem que qualidade é o produto atender as suas especificações prometidas, ainda há aqueles que pensam que qualidade seria custo benefício.

Para Paladini (2009), o conceito de qualidade é uma relação de como o mercado se organiza/consume, ainda diz que parece ser restrito esse pensamento, contudo é a partir dele que surgem todas as outras vertentes e interpretações que acompanham lado a lado o conceito.

No mundo dos *businesses*, esse termo é muito utilizado, sobretudo para ajudar a mensurar a qualidade na produção, do produto acabado, serviço prestado. Contudo, tanto no serviço prestado, quanto no produto elaborado é muito importante saber seu público alvo, as pessoas são diversas e subjetivas, as opiniões podem divergir a respeito do mesmo serviço e produto. Por isso é tão importante saber o que você quer vender, e para quem você vai vender. Sendo assim, fica mais fácil achar um ponto comum dentro da subjetividade de desse grupo de pessoas.

## **Qualidade na Prestação de Serviços**

Vale a pena esclarecer, nesse primeiro momento, o que muitas vezes é tido como verdade quando se fala de serviços e produtos; é comum distinguirmos, por exemplo, empresas prestadoras de serviço das de comércio, utilizando como característica de distinção: O comércio entrega um produto. E os prestadores oferecem seus serviços.

Entretanto, serviço também é um produto, pois produto é algo elaborado/processado para ser entregue ao cliente; por esse conceito subentende-se que o serviço é uma atividade de transformação de uma realidade para que se possa oferecer ao cliente uma realidade/produto diferente da inicial, logo podemos concluir que Prestação de Serviços são também produtos.

Salienta-se ainda o quão delicado é a mensuração da qualidade na prestação de serviços, para além das individualidades e particularidades do prestador estão as do tomador dos serviços, é comum se ver em franquias discursos feitos, frases prontas no atendimento, devidamente ensaiadas, por exemplo no cinema: “Bom filme”, no *fastfood*: “Bom apetite”, seria esse o fator determinante para

melhorar um atendimento, ou fica notável o engessamento padronizado e não transmite a sinceridade que um bom atendimento deveria transcender?

Poder-se-ia redir ao niilismo da relatividade e ir de encontro ao nada, porém não se conseguiu atender à necessidade real de um atendimento impecável, que supere as demandas expectativas que o tomador gera, numa hipótese *a Priori* ao atendimento.

Ao pensar na qualidade da prestação de serviços, vários pontos nos deixam inquietos, para se ter uma resposta assertiva da pesquisa Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014), fizeram várias pesquisas com grupos diferentes e ramos diferentes, e percebe-se que nas entrevistas com os clientes muitos atributos eram colocados, e que muitas vezes não conseguiam distinguir o atendimento do prestador. Contudo, mesmo com todo o debate, chegou-se ao consenso de que o segredo para se conseguir uma alta performance na qualidade em serviços é atender ou exceder as expectativas geradas pelo cliente.

De acordo com Brito (2016), a qualidade, além de ser um termo subjetivo, é o que une dois pontos no mercado - de um lado os processos realizados pelas empresas, que oferecem um bem-acabado sendo um produto/serviço, do outro lado se encontram os usuários desses produtos, que são os avaliadores da qualidade desses processos elaborados pela entidade.

### Índices de Qualidade

É comum sempre se fazer uma analogia com a qualidade de bens tangíveis, quando se fala de índices de qualidade na prestação de serviço, e o motivo é óbvio – nosso cérebro está acostumado a raciocinar pelo antagônico; primeiro sabemos o que não é, para identificar o que é de fato, por exemplo: sabemos quando é noite, quando se deixa de ser dia.

Paladini, Bridi (2013) destacam que ao avaliar um bem físico, um produto industrializado, sente-se a impressão que sua avaliação é concreta, porque está relacionado a algo tangível, assim também se dá seu processo de elaboração, todo ele é concreto, o resultado desses processos são fáceis de se estabelecer um julgamento, se vê a instalação de uma peça, e o funcionamento de um motor e seu desempenho, fica fácil de avaliar se atingiu o objetivo de seu propósito, ou se está faltando alguma peça ou ajuste.

Para complicar nosso julgamento, os serviços são bens intangíveis e não depende do serviço em si, como no caso dos bens concretos, que o bem fala por si mesmo. Agora sendo o protagonista o cliente, o serviço foi bem desempenhado? Foi preciso em atender a necessidade da pessoa? Isso é mais complexo de se mensurar.

Existem diversos fatores que podem prejudicar a avaliação “justa” da qualidade do serviço, por esse motivo essa pesquisa precisa ser qualitativa, mas também quantitativa, para que se possa tentar chegar a um ponto comum dentro da subjetividade, mesmo com tantos fatores que possam deturpar os resultados.

Avaliar é o processo de determinar o valor ou a utilidade de algo, avaliar é julgar, mas não pejorativamente, é estabelecer juízo sobre algo e determinar a valia desse algo para a sua realidade. Paladini, Bridi (2013), destacam que o processo de avaliação deve ser muito bem definido, e se deve garantir uma estrutura uniformizada, para cada quesito avaliado, e deve atender a dois critérios básicos, confiabilidade e relevância, depois os resultados devem ser organizados de forma a facilitar a análise.

Quando se fala em qualidade de serviços, a literatura é escassa, pois costumam-se abordar mais sobre bens tangíveis. Mensurar algo que não é palpável realmente é uma tarefa muito árdua e complexa e é por esse motivo que se fez necessário a busca por autores que já tentaram fazer esse mesmo trabalho. Pois é através de experiências de outras pesquisas que se pode gerar um conhecimento mais alicerçado, semelhante à evolução do conhecimento espiral de Hegel.

Ao procurar métodos que pudessem auxiliar a auferir a qualidade na prestação de serviço é muito fácil se deparar com o método SERVIQUAL, Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014). Ao começarem a desenvolver esse método de pesquisa, eles estabelecem dez dimensões do que perambulam os aspectos gerais de uma prestação de serviço.

Zeithaml, Parasuraman e Berry (2014), a primeira dimensão estabelecida utiliza são os elementos tangíveis, se as instalações físicas são atraentes, se o cliente se sente confortável onde o serviço é prestado, se é um ambiente agradável; já a segunda dimensão analisada é a confiabilidade, que está relacionado com a capacidade de se prestar o serviço de forma confiável e correta; a terceira dimensão é a responsividade, que nada mais é que a disposição de ajudar o cliente e resolver sua necessidade sem delongas; a quarta dimensão é a competência, se o prestador tem capital intelectual e capacidade de realizar o serviço que lhe é designado; a quinta dimensão é a cortesia, que nada mais é que educação de fato, ser cordial com o cliente, fazê-lo se sentir bem ao ser atendido; a sexta dimensão é a credibilidade, se o prestador de serviço e a instituição onde ele trabalha transmitem honestidade e são idôneos; a sétima dimensão é a garantia, se é seguro tomar serviços desta instituição, confiar no serviço tomado; a oitava dimensão é a acessibilidade, que consiste na facilidade de falar com os donos da instituição que presta o serviço, se não são inacessíveis aos clientes; a nona dimensão é a comunicação, que se traduz em o prestador do serviço conseguir adequar seu vocabulário as diversas necessidades do tomador; e a décima e última dimensão é o entendimento do cliente, que é o esforço de reconhecer os clientes e as necessidades de cada um.

Contudo, apesar de inicialmente os autores estabelecerem dez dimensões, na consolidação do método SERVQUAL ficaram apenas cinco dimensões, mas não significa que eles desprezaram o resultado do início do seu trabalho, mas que perceberam que dentro dessas cinco dimensões as demais estavam englobadas, sendo assim ficaram as seguintes: Elementos tangíveis, confiabilidade, responsividade, segurança e empatia.

## **Resultado e Discussão**

Foram elaboradas dez questões que, respeitando os princípios do método SERVIQUAL, consiste em o usuário dos serviços atribuir uma nota de zero a dez para sua expectativa em relação aos serviços a priori da experiência. E logo em seguida atribuir uma nota para a realidade percebida, também de zero a dez.

O questionário foi aplicado a 89 clientes, entretanto não se obteve a respostas de todos, tendo respostas somente de 55 clientes o que dá uma porcentagem de 61,70% de respostas. A média de respostas surpreendeu, até porque não se tem o costume de avaliar o serviço, nessa instituição, e é difícil introduzir essa cultura. Até mesmo para quem é o avaliador, o processo de julgar a qualidade de algo pode ser desconfortante.

Em um segundo momento foi realizada uma média das respostas, tanto da expectativa, quanto da realidade. Após calculado as médias se faz um cálculo de probabilidade de satisfação, qual a probabilidade de o tomador do serviço ter suas expectativas atendidas ou até mesmo superadas. E por último um cálculo simples de nota da realidade subtraído pela nota da expectativa, se terá como produto o índice de qualidade. O quanto se supera as expectativas, as atende, ou o quanto falta para atingir o ponto ideal do atendimento.

Como resultado do questionário aplicado, elaborei em forma de planilha as médias das notas atribuídas a cada quesito aplicado, vejamos:

**Nota média das respostas**

<b>DIMENSÃO</b>	<b>EXPECTATIVA</b>	<b>REALIDADE</b>	<b>MED. SATISFAÇÃO</b>	<b>IND. QUAL.</b>
<b>TANGIBILIDADE</b>	-	-	-	-
<b>QUESTÃO 1</b>	8,58	7,67	89,39%	-0,91
<b>CONFIABILIDADE</b>	-	-	-	-
<b>QUESTÃO 2</b>	9,42	9,03	95,83%	-0,39
<b>RESPONSIVIDADE</b>	-	-	-	-
<b>QUESTÃO 3</b>	9,67	8,87	91,69%	-0,8
<b>SEGURANÇA</b>	-	-	-	-
<b>QUESTÃO 4</b>	9,6	9,08	94,60%	-0,51
<b>QUESTÃO 5</b>	9,82	9,67	98,54%	-0,14
<b>QUESTÃO 6</b>	9,64	9,39	97,40%	-0,25
<b>QUESTÃO 7</b>	9,53	9,35	98,12%	-0,17
<b>EMPATIA</b>	-	-	-	-
<b>QUESTÃO 8</b>	8,71	7,96	91,39%	-0,75
<b>QUESTÃO 9</b>	9,58	9,32	97,20%	-0,26
<b>QUESTÃO 10</b>	9,75	9,64	98,90%	-0,1
<b>MEDIAS</b>	94,3	89,98	95,31%	-4,19

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

A primeira questão aplicada foi a seguinte: As instalações do escritório de Contabilidade são atraentes? Essa questão atende à dimensão tangível do método SERVIQUAL. Analisando os resultados da pesquisa podemos dizer que os clientes têm uma nota média em relação a expectativa com as estruturas físicas do escritório de 8,58. Já em contrapartida a essa expectativa temos a nota que os mesmos atribuíram após conhecerem as acomodações do escritório que corresponde a nota 7,67.

Se aplicarmos uma probabilidade a esses resultados, facilmente pode-se afirmar que existe 89,39% de chances de um cliente atender suas expectativas em relação a estrutura do escritório de contabilidade. Aplicando a fórmula SERVIQUAL, a nota de qualidade nesse quesito é de - 0,91. Significa que apesar de se ter uma boa probabilidade de atender as necessidades e expectativas do cliente, para se ter uma nota de excelência ainda há alguns pontos a melhorar.

A segunda questão aplicada, corresponde a dimensão da confiabilidade. Sendo descrita assim: Quando você entra em contato com o escritório de contabilidade os funcionários te respondem rapidamente? A expectativa média dos clientes em relação a esse quesito é de 9,42. Aparentemente os clientes não se frustram tanto em relação a confiabilidade após a experiência com os colaboradores, pois atribuíram uma nota de 9,03. Sendo assim existe 95,83% de os clientes serem atendidos conforme suas expectativas. Entretanto no índice de qualidade existe uma baixa de 0,39.

Atendendo a dimensão da Responsividade foi aplicado a questão de número três, que indagava da seguinte maneira: Quando há um problema em algum serviço prestado, o escritório resolve rapidamente? Não é de se impressionar que, para esta questão, existe uma expectativa alta, já



que quando se está com algum problema é evidente que se tenha urgência, ainda mais com o responsável pelo serviço. Por esse motivo a nota de expectativa é de 9,67. Contudo, a realidade percebida pelos clientes é que nem sempre são atendidos de forma imediata, por isso atribuíram uma nota de 8,87. Se tem assim uma probabilidade de 91,69% de serem atendidas as expectativas dos usuários dos serviços contábeis nessa situação. E um índice de qualidade negativo de -0,8.

A quarta dimensão abordada foi a segurança. O questionamento foi feito pelas questões de número quatro: Os colaboradores são capazes de atender as suas dúvidas?; cinco: Os colaboradores sempre atendem educadamente, sem demonstrar irritação, quando são indagados?; seis: O escritório de Contabilidade tem credibilidade no mercado?; e sete: É seguro para você fornecer informações ao escritório de contabilidade, sem medo de que elas sejam perdidas ou desviadas? Se fizermos a média das expectativas dessa dimensão chegaremos a nota 9,6475. E a realidade percebida tem uma nota de 9,3725, a possibilidade de os clientes se frustrarem é de 2,84%. Isso causa uma nota de qualidade negativa de -0,2675. Apesar de se ter 97,16% de sucesso, ainda não é uma nota de excelência.

Na quinta e última dimensão foi abordado a empatia. É claro que na prestação de serviço a empatia faz toda a diferença, as questões que abordam essa característica são a oitava: É fácil para você falar com os donos do escritório de contabilidade?; nona: Os colaboradores falam com clareza, evitando jargão técnico?; e décima: Os colaboradores são capazes de identificá-lo como um cliente, sem que você precise dizer que o é? Para ajudar a sintetizar a médias de expectativa dessas questões é de 9,3466. Já a realidade tem uma média de 8,9733. Existe a probabilidade de os clientes saírem satisfeitos nesse aspecto de 95,83%. A nota de qualidade também ponderada é de -0,37.

### **Considerações Finais**

Ao analisar todo o contexto, percebe-se que, apesar de existir uma nota alta de probabilidade de o cliente sair contente em relação a qualidade da prestação de serviço, existe sempre um ponto a melhorar e por isso a nota de qualidade sempre está em negativo. Uma necessidade atendida seria uma nota ZERO.

Isso mesmo, com a nota de qualidade zero a expectativa estaria de acordo com a realidade, notas acima de zero correspondem a superação das expectativas o que não ocorreu na pesquisa realizada.

O escritório de contabilidade está ciente de seus resultados e usará os resultados para adequar os pontos falhos, e manter e melhorar os pontos fortes. Reservar tempo para avaliar não é uma perda de tempo, mas é a diferença entre prestadores de serviço de sucesso e mero sobreviventes.

Pode-se concluir que a prestação de serviço de qualidade é de suma importância, principalmente em um escritório de contabilidade. E que é preciso avaliar de tempos em tempos a excelência do serviço que está sendo ofertado. Pois somente assim se poderá ter uma avaliação quantitativa e qualitativa da subjetividade que é o serviço, e assim se manter com líder na prestação de serviço contábil e poder oferecer o que a contabilidade há de melhor: O sucesso dos clientes de um escritório de contabilidade é consequentemente o sucesso do escritório de contabilidade.

Excelência em serviço em qualquer área é muito difícil se alcançar, entretanto não é algo intangível, deve-se desejar a excelência e manter métodos de avaliação constantes para que se possa chegar a um nível de qualidade inquestionável.

### **Referências**

- MARION, J. C. Contabilidade Empresarial: instrumentos de análise, gerência e decisão. 18. Ed. Campos Elísios - SP: Atlas, 2018.
- MATAZARRO, D. C. Análise financeira de Balanços: abordagem básica gerencial. 6. ed. São Paulo - SP: Atlas, 2003.
- GALLIANO, A. G. O Método Científico: Teoria e Prática. São Paulo - SP: Mosaico, 1979.
- SILVA, E. C. Contabilidade Empresarial para Gestão de Negócios. São Paulo - SP: Atlas, 2008.
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. PF: Princípios fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade. Brasília - DF: CFC, 2008.
- CARPINETTI, L. C. R. Gestão da qualidade – conceitos e técnicas. 3 ed. São Paulo - SP: Atlas, 2016.
- PALADINI, E. P. Gestão da qualidade: princípios, métodos e processos. 2. Ed. São Paulo – SP: Atlas, 2009.
- BRIDI, E. Qualidade Total. São Paulo – SP: Cengage, 2016.
- PALADINI, E. P; BRIDI, E. Gestão e avaliação da qualidade em serviços para organizações competitivas: estratégias básicas e cliente misterioso. São Paulo – SP: Atlas, 2013.
- ZETHAML, V. A; PARASURAMAN, A; BERRY, L.L. A excelência em serviços: Como superar expectativas e garantir a satisfação completa de seus clientes. São Paulo – SP: Saraiva, 2014.

## QUALIDADE NO ATENDIMENTO: UM ESTUDO EM UMA DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS NA CIDADE DE PORTO NACIONAL – TO.

Junio de Souza Cruz<sup>51</sup>  
Flavio Augustus da Mota Pacheco<sup>52</sup>  
Stefanny Suzerainny Lopes Souto Pereira<sup>53</sup>  
Cleudson Vicente de Souza<sup>54</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>55</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>56</sup>

### Resumo

O atendimento ao cliente é algo que a empresa sempre deve prezar para garantir sua sobrevivência da sua empresa. A satisfação do atendimento permite corrigir os erros e analisar o que está funcionando para padronizar e sistematizar seus procedimentos de forma a garantir a excelência de execução. Este estudo tem por objetivo aprimorar o atendimento aos clientes, prestando um serviço ao público de qualidade adequada na cidade de Porto Nacional. Tratando – se de um estudo bibliográfico, exploratório e de campo, com abordagem quantitativa e caráter descritivo.

**Palavras-Chave:** Atendimento; Serviço; Qualidade.

### Abstract

Customer service is something that the company must always ensure to ensure its survival of the company. Satisfaction of service allows you to correct errors and analyze what is working to standardize and systematize your procedures to ensure excellence in execution. This study aims to improve customer service by providing an adequate quality public service in the city of Porto Nacional. It is a bibliographical, exploratory and field study, with quantitative approach and descriptive character.

**Key-words:** Attendance; Service; Quality.

### Introdução

As bebidas estão presentes em quase todos os encontros de amigos, nas reuniões das empresas, nas festas de faculdade e até mesmo, nos feridos de família. De acordo com o site de economia O Globo, as bebidas no Brasil é uma verdadeira potência no mercado cervejeiro brasileiro é um gigante cuja cadeia produtiva movimenta R\$ 74 bilhões, respondendo por 1,6% do PIB nacional e 14% da indústria de transformação. Os dados são de uma pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas para a Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (Cerv Brasil) com dados de 2019.

---

<sup>51</sup> Graduado em Administração de Empresas

<sup>52</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor do Curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins e Universidade Federal do Tocantins (UFT).

<sup>53</sup> Graduada em Administração de Empresas.

<sup>54</sup> Graduado em Administração de Empresas

<sup>55</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>56</sup> Formado em Ciências Contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.

Segundo o site Egestor, em uma pesquisa realizada pelo SINDICERV (Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja), quando o assunto é a produção de cerveja o Brasil só fica atrás de China, Estados Unidos e Alemanha. Há mais de 40 mil fábricas do ramo espalhadas pelo Brasil, gerando de 30 a 40 mil empregos diretos, e cerca de outros 100 mil indiretos.

Diante da necessidade, os mecanismos para o controle da qualidade do atendimento e garantir um diferencial competitivo para a organização, questiona-se: Qual a percepção dos clientes sobre a qualidade do atendimento recebido por eles, em uma distribuidora de bebidas na cidade de Porto Nacional-To?

### **Atendimento e Satisfação do Cliente**

A qualidade no atendimento está cada vez mais sendo observada pelos consumidores, pois eles estão mais exigentes, querem mais características e posturas das pessoas que prestam serviços e produtos que são adquiridos com a alta concorrência do mercado. Conceição e Marcelino (2008, p. 13) afirmam que: “atendimento é contato que se mantém com outra pessoa, buscando o cumprimento da solicitação feita por ela. O atendimento deve ter como missão, garantir a satisfação de toda pessoa”.

Para Tschohl (1996, p.79) afirma: “priorize uma atitude cortês, lembrando-se que não é o que você diz que é importante, e sim o modo como você fala, e jamais esqueça que você demonstra o seu interior através da expressão corporal, facial”.

De acordo com (Cobra 1992), relata que o atendimento ao cliente é a execução de todos os meios possíveis de dar satisfação ao consumidor por algo que ele adquiriu: tantas facilidades quantas possíveis para adquirirem o bem ofertado. Entende-se que através do sucesso dos negócios tem a presença do atendimento com o foco no cliente para estar presente a um bom atendimento. Kotler e Armstrong (2003) consideram que a satisfação corresponder às expectativas que sempre vai manter seus clientes muito satisfeitos, cumprindo com suas obrigações e que nunca ficará insatisfeito com o que promete.

Para Kotler (1999, p.169) “As transações com clientes antigos tornam-se rotineiras. Grande parte dos entendimentos se faz sem necessidade de assinar muitos contratos. A confiança é estabelecida e há economia de tempo e custos”. Baseado nesta citação os clientes velhos ou novos sempre vai ter grandes promoções com muitas vantagens e com grandes descontos, e com isso fazer um cliente satisfeito. A satisfação do cliente é algo que a empresa sempre deve prezar para garantir sua sobrevivência e agregar valor à sua marca.

Drucker (2002) esclarece que só existe uma definição válida para finalidade de uma empresa: criar um consumidor. Ter um cliente mais próximo da empresa que o consumidor sempre tem razão e com isso buscando ele para fica mais pertos de nos, com ligações quando chegam novidades e também quando estives grandes promoções que nunca permitirá que fiquem de fora. Na concepção de Kotler (2000), que a satisfação consiste na sensação, de prazer ou desapontamento, comparada ao desempenho percebido de um produto em relação as expectativas daquele que compra. Albrecht e Bradford (1992) relatam que, para que sua empresa seja bem-sucedida, você precisa vender aquilo que o cliente que comprar; para saber o que ele quer e saber quais são as suas vontades, necessidades, atitudes e tendências de compra.

### **Conhecendo a necessidade do Cliente para a Excelência do Atendimento**

As empresas, na hora de lançarem seus produtos ou serviços, precisam conhecer as necessidades de seu público-alvo, para que assim, possam saber se é viável ou não o colocar no

mercado consumidor. Determinar a necessidade de informação do cliente é uma das etapas mais difíceis em um processo de gestão, pois nem sempre isso está claro para o próprio cliente. Miranda (2006) propõe elementos conceituais e dimensões que definem as necessidades informacionais individuais, como as condições cognitivas, afetivas e situacionais; e as necessidades ambientais, socioeconômicas e políticas.

O cliente está cada vez mais informado a respeito dos produtos e serviços da empresa. Silva (2012), em sua pesquisa, apresenta classificações para as necessidades de informação, ressaltando que elas contemplam três fundamentos: a autonomia de informação do cliente que sente uma necessidade diante de um fenômeno social e pode ou não reconhecer o papel de uma unidade de informação para suprir suas necessidades de informação; o contexto das relações sociais dos clientes com outros componentes humanos que o levam a sentir necessidade(s); e a interação do usuário com a própria unidade de informação quando as necessidades já são minimamente concebidas.

Gianesi e Corrêa (1996) dizem que, quanto mais satisfeito com o serviço, maior será a probabilidade de repetição de compra. O consumidor satisfeito além de direcionar o serviço e produto a outros, possibilita a redução do risco percebido por consumidores potenciais. Um atendimento bem prestado e com qualidade tem como cortesia os benefícios com os produtos, e usado em serviços de qualidade que ajuda o cliente sempre voltar para fazer novas compras e ainda indicar novos amigos.

As empresas devem estar sempre atentas quanto às medidas de ações estratégicas com o objetivo de melhorar a qualidade do atendimento. Para Kotler e Armstrong (2003) expõem que, atrair e reter clientes podem ser uma tarefa difícil. Hoje, os clientes têm à sua disposição uma grande variedade de escolha de produtos e marcas, preços e fornecedores. Para Freemantle, (2001), desenvolver uma abordagem criativa, é identificar e reforçar todos os comportamentos de que o cliente gosta, bem como identificar e erradicar os comportamentos de que ele não gosta. Deve-se realçar que tudo isso precisa estar dentro dos limites do bom senso, da decência, da estrita moralidade e da obediência.

Atender bem o cliente é mais do que abordá-lo de forma correta e agradá-lo. E ter sensibilidade para detectar o que ele sente naquele momento, procurando agir da forma em que ele quer. Em alguns momentos o cliente só quer permanecer em silêncio e ficar à vontade. As empresas devem focar na contratação de funcionários que saibam lidar com pessoas, que saibam agir e entender os clientes, que sejam atenciosos e informados. Atendimento de qualidade possibilita satisfazer as necessidades do cliente, no entanto, é necessário encantá-lo oferecendo-lhe sempre um algo a mais, um valor agregado ao produto e serviço oferecido, criando vínculo e proporcioná-los conveniente para a empresa diferenciar-se da concorrência. (SOUZA; RAVAZZI; SILVA, 2006).

Para se construir a fidelização é essencial atender as necessidades, desejos e valores, pois constantemente a comunicação, nesse contexto, deve reforçar a percepção sobre o produto ou serviço com mensagem certa, na hora certa. (DOBARRO, 2001). Um bom atendimento representa um diferencial competitivo para a empresa. Segundo Kotler (2000, p.79) “Qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas”.

Os clientes como indivíduos, possuem gostos e necessidades diferentes. O papel da empresa é analisar o perfil de seus consumidores para que possam padronizar suas ações visando garantir a satisfação dessas necessidades.

## Metodologia

Este trabalho tem por objetivo aprimorar o atendimento aos clientes, prestando um serviço ao público de qualidade adequada na cidade de Porto Nacional – TO.

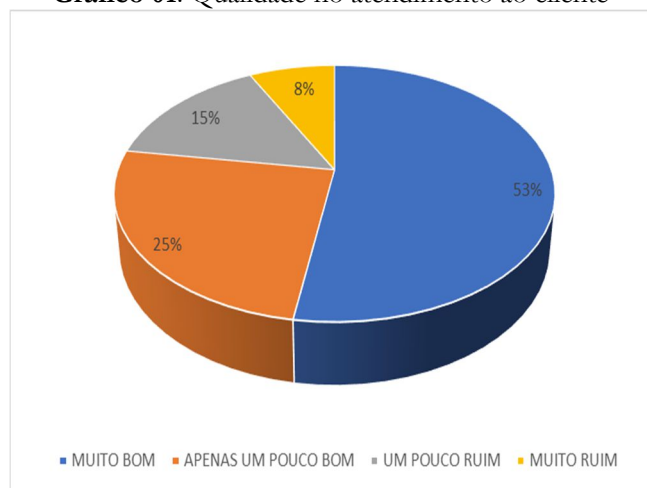
Para sua operacionalização, utilizou-se de pesquisa bibliográfica de forma a obter informações sobre o tema e o segmento estudado. De acordo Lakatos e Marconi (2017) a pesquisa bibliográfica é utilizada para criação da opinião científica por parte do pesquisador. Trata-se também de uma pesquisa descritiva, ou seja, aquela que observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los com abordagem quantitativa, estudando a compreensão de objetos, sendo-lhe atribuída a análise quantitativa das informações.

Na pesquisa descritiva realiza-se o estudo, a análise, o registro e a interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. São exemplos de pesquisa descritiva as pesquisas mercadológicas e de opinião (BARROS; LEHFELD, 2007). O tipo de abordagem escolhida para o trabalho foi a quantitativa por não ser só um objeto de estudo, e sim vários. Esse tipo de abordagem prioriza apontar numericamente a frequência e a intensidade dos comportamentos dos indivíduos de um determinado grupo, ou população. (INSTITUTO PHD, 2015).

## Análise de Resultados

Em relação à qualidade no atendimento ao cliente, observe o gráfico 1 percebe-se que 53% responderam que a qualidade do atendimento é muito boa, 25% disseram ser um pouco bom, 15% dos clientes falaram que é um pouco ruim e 8% disseram ser muito ruim.

**Gráfico 01:** Qualidade no atendimento ao cliente

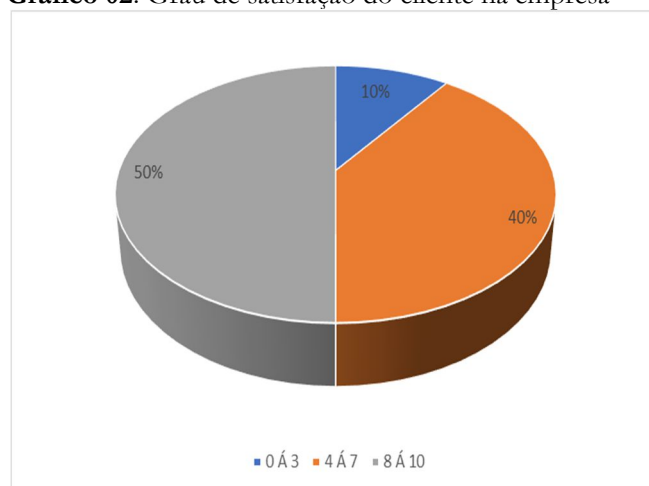


Fonte: Da pesquisa (2019)

Para Freemantle (2001), O atendente deve saber como agir em relação ao cliente. Em uma empresa, a qualidade visa principalmente à satisfação do cliente, a eliminação dos defeitos e redução dos custos. O treinamento ou profissionalização do colaborador pode aperfeiçoar as formas de percepção do estado dos clientes, além de propor formas de agir adequadas, de acordo com cada situação.

No gráfico 2, percebe-se que 50% dos entrevistados possuem o grau de satisfação entre 8 a 10, 40% dos entrevistados possuem o grau de satisfação entre 4 a 7, já 10% dos pesquisados, deram notas de satisfação entre 0 a 3.

**Gráfico 02:** Grau de satisfação do cliente na empresa



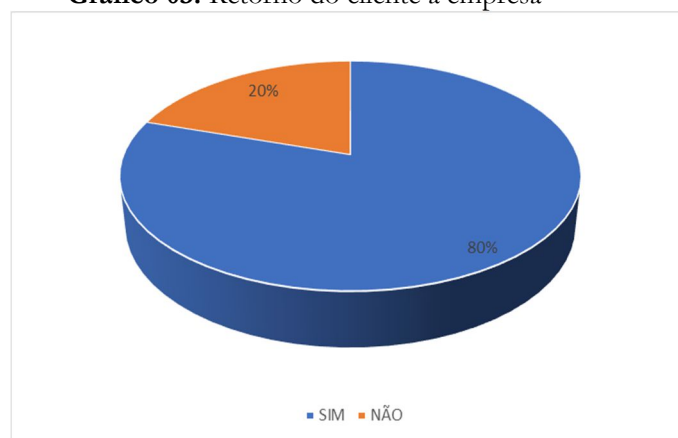
**Fonte:** da pesquisa (2019)

Para Tófoli (2004), a satisfação do cliente é uma maneira muito satisfatória, que determinar ser sua empresa está atendendo a cada dia melhora sua qualidade e o gosto o que seu público-alvo procura.

O cliente representa o principal foco da empresa, portanto, deve ser bem atendido e estar satisfeito quanto aos seus desejos em termos de produto e qualidade nos serviços que lhes são prestados.

No gráfico 3 percebe-se que 80% disseram sim, que voltaria a compra na distribuído, e com 20% responderam quem não voltaria mais.

**Gráfico 03:** Retorno do cliente à empresa

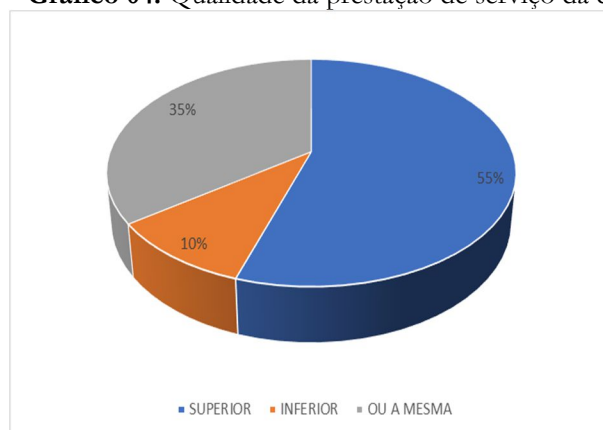


**Fonte:** Da pesquisa (2019)

Para Kotler e Armstrong (2003), atrair e reter clientes podem ser uma tarefa difícil. Hoje, os clientes têm à sua disposição uma grande variedade de escolha de produtos e marcas, preços e fornecedores. Para criar posições duradouras no mercado, primeiro as empresas têm de criar relações fortes. A satisfação do cliente não está apenas na aquisição de produto ou serviço, mas também na atenção que recebe da empresa após a venda.

O cliente espera que a empresa possa continuar prestando-lhe atendimento, e de qualidade, mesmo após ter adquirido determinado produto, ou seja, a relação entre uma empresa e seu cliente tende a ser constante, se isto não vir a acontecer, o cliente vai à procura de outros produtos e outros fornecedores. Sendo assim, a empresa deve agregar valor ao seu produto, garantindo diferenciais competitivos capazes de torná-la competitiva. No gráfico 4, percebe-se que 55% dos clientes falaram que a qualidade da prestação de serviço da empresa é superior, 35% dizem ter a mesma qualidade, já 10% dos clientes entrevistados, responderam que a qualidade do serviço é inferior.

**Gráfico 04:** Qualidade da prestação de serviço da concorrência



**Fonte:** Da pesquisa (2019)

Segundo Whiteley (1992), para a empresa possuir uma qualidade de atendimento e principalmente mantê-la, ela deve se preocupar com algumas questões, como por exemplo, estar atenta ao ambiente de negócios, avaliando seus concorrentes e percebendo o que deve ser alterado para melhor atendimento de seu cliente.

Uma prestação de serviço, e ter uma boa qualidade no atendimento e ter uns serviços prestados superiores aos seus concorrentes. A qualidade de serviços deixa de ser um diferencial competitivo e passa a ser uma das formas de sobrevivências das organizações.

### **Considerações finais**

O objetivo foi aprimorar o atendimento aos clientes, e prestar um serviço ao público de qualidade adequada e com uma boa comunicação específica aos seus consumidores e oferecer soluções em atendimento para manter a satisfação e a fidelidade dos clientes. Entende-se que esse trabalho servirá de grande valia para melhorar o feedback entre consumidores e estabelecimento.

Por esse motivo é necessário que o administrador saiba que a tarefa de manter uma qualidade esperada e satisfatória, demanda tempo e muito esforço, um esforço contínuo, porém compensatório, visto que, a qualidade do produto ou do serviço, se torna um diferencial competitivo para a empresa e para a marca.

O cliente não satisfeito com a qualidade do produto ou dos serviços de uma empresa provavelmente não retornará já clientes fiéis e satisfeitos são responsáveis por manter o capital da empresa. O atendimento é um dos maiores indicadores na hora de fazer o controle de qualidade dos serviços. Ele pode causar um grande impacto na percepção que o cliente tem sobre os produtos e/ou serviços da empresa.



Por fim, c. O treinamento ou profissionalização do colaborador pode aperfeiçoar as formas de percepção do estado dos clientes, além de propor formas de agir adequadas, de acordo com cada situação. Sendo assim, a empresa deve agregar valor ao seu produto, garantindo diferenciais competitivos capazes de torná-la competitiva.

### Referências Bibliográficas

- O GLOBO, Economia. **Mercado cervejeiro movimentou R\$ 74 bilhões no Brasil**. Publicado em: 27/03/2016. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/economia/mercado-cervejeiro-movimentou-74-bilhoes-no-brasil-18950844>> Acesso em: 30 de outubro de 2018.
- ALBRECHT, Karl e BRADFORD, Lawrence.J. **Serviço com qualidade: a vantagem competitiva**. São Paulo: ed. 1992.
- COBRA, Marcos Henrique Nogueira. **Marketing Básico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- CONCEIÇÃO, Marcela; MARCELINO, Victor. Atendimento ao cliente. Disponível em: <http://www.marcelaconceicao.com/wp-content/uploads/2008/07/Apostila-Atendimento-ao-Cliente.pdf>. Acesso em: 20 set. 2018
- DRUCKER, Peter F. O melhor de Peter Drucker: a administração. São Paulo: Nobel, 2002.
- DOBARRO, S. L. C. A importância da qualidade no atendimento. 2001. Pós Graduação (Graduação em Administração) - Faculdades Salesianas de Lins.
- EGESTOR. **Como montar uma distribuidora de bebidas em 2018**. Publicado em 12 de janeiro de 2018. Disponível em: < <https://blog.egestor.com.br/como-montar-uma-distribuidora-de-bebidas/>> Acesso em: 30 de outubro de 2018
- FREEMANTLE, David. **Incrível Atendimento ao Cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994.
- GIANESI, I.G.N.; CORREA, H.L. **Administração Estratégica de Serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1996.
- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercado**. São Paulo: Futura, 1999, 305p.
- KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- KOTLER, e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- MARCONI, Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 8. ed. - São Paulo: Atlas, 2017.
- MIRANDA, S. **Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais**. Ciência da Informação, Brasília, v.35, n.3, p. 99-114, set/dez. 2006.
- SILVA, J. F.; FERREIRA, M. A. T.; BORGES, M. E. N. **Análise metodológica dos estudos de necessidades de informação sobre setores industriais brasileiros: proposições**. Ciência da Informação, Brasília, v.31, n.2, p.129-141, maio/ago. 2002.
- SILVA, J. L. C. **Necessidade de informação e satisfação do usuário: algumas considerações no âmbito dos usuários da informação**. InCID: R. Ci.Inf. e Doc., Ribeirão Preto, v.3,n.2, p.102-123, jul./dez. 2012.
- SOUZA, D. D. F.; RAVAZZI, H. G. SILVA, N. R. C. Atendimento ao cliente. 2006. Monografia (Graduação em Administração) - Faculdades Salesianas de Lins, Lins.
- TSCHOHL, John. Encantando totalmente o cliente. São Paulo: Makron Books, 1996.
- WHITELEY, R. C. **A empresa totalmente voltada para o cliente – do planejamento a ação**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

## CONTROLADORIA INTERNA: ÊNFASE NO AGRONEGÓCIO

Kaique Trindade Pires<sup>57</sup>

Lidiane dos Santos Silva<sup>58</sup>

Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>59</sup>

### Resumo

Este trabalho tem por finalidade verificar quais são os controles internos utilizados para a gestão de estoque, e se esses controles internos têm base em algum modelo reconhecido. Para alcançar os resultados esperados, foram analisados os controles existentes na empresa e se esses controles tinham uma base confiável para a tomada de decisão. Os dados foram subtraídos por meio de questionário e dos relatórios do sistema da empresa. Como resultado, evidenciou-se que existem controles internos na empresa tanto contábeis como administrativo com base em modelos reconhecido por auditoria externa como o COSO.

**Palavras-Chave:** Controles internos; Agronegócio; Gestão de estoque.

### Abstract

This paper aims to verify which internal controls are used for inventory management, and whether these internal controls are based on any recognized model. To achieve the expected results, the company's existing controls were analyzed and whether these controls had a reliable basis for decision making. Data were subtracted by questionnaire and company system reports. As a result, it was evidenced that there are internal accounting and administrative controls in the company based on models recognized by external audit as COSO.

**Key-words:** Internal controls; Agribusiness; Stock management.

### Introdução

Os controles internos dentro de uma empresa, além de servir para identificar erros e falhas em procedimentos, servem também para dar confiabilidade nos números evidenciados nas demonstrações contábeis da empresa. Segundo o dicionário Aurélio controlar significa; examinar, fiscalizar, inspecionar, ter sob sua vigilância algo.

Uma empresa que não tem ferramentas de controles internos estará correndo grandes riscos ambientais, econômicos e financeiros e não terá base confiável para a tomada de decisão. Um dos testes mais relevantes de uma auditoria está relacionado ao controle interno da empresa. O problema de pesquisa abordado será identificar quais são os controles internos utilizados por uma empresa do ramo do agronegócio para a gestão de estoque.

Assim, o objetivo geral da pesquisa foi analisar quais são os controles internos e políticas utilizadas para a gestão de estoque de defensivos agrícolas em uma empresa do ramo do agronegócio. Para alcançar o objetivo geral, formularam-se os seguintes objetivos específicos: Identificar quais são

---

<sup>57</sup> Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade UNIBALSAS. MBA em Auditoria, Direito Tributário e Contabilidade pela FAHESA/ITPAC. MBA em Gestão de Custos e Planejamento Estratégico pela UNOPAR-PR.

<sup>58</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>59</sup> Formando em Ciências contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.

os controles internos utilizados; verificar as políticas de controles internos utilizados pela empresa; evidenciar as ferramentas de controles internos que auxiliam para a tomada de decisão.

### **Controles Internos**

Os controles internos além de ser uma ferramenta para controlar a empresa servem para o administrador tomar decisões mais precisas e confiáveis.

Partindo para a definição do conceito de controles internos o instituto americano dos contadores certificados, AICPA, diz que: Controle Interno é formado pelo plano de organização e de todos os métodos e procedimentos adotados internamente pela empresa para proteger seus ativos, controlar a validade dos dados fornecidos pela contabilidade, ampliar a eficácia e assegurar a boa aplicação das instruções da direção. É o conjunto de procedimentos tomados pela administração para controlar a empresa.

A importância dos controles Internos está ligada à responsabilidade que a administração tem frente à veracidade da informação que este passa para os órgãos internos/externos. Segundo Attie (2011) para que se verifique a importância do controle, é oportuno analisar o crescimento e a diversificação da empresa e como esta é controlada pelo administrador. É ele quem analisa e controla praticamente todos os seguimentos da empresa; verifica a pontualidade dos funcionários; a fabricação e o padrão de qualidade dos produtos; o despacho e a entrega aos clientes; o pedido e o contas a pagar aos fornecedores; as contas a receber e o recebimento dos clientes etc.

Attie (2011) ainda destaca que a partir do momento que a empresa começa a se desenvolver e produzir em maiores proporções e abrir filiais fica inviável que seu dono, sozinho, controle todas as operações e transações. Com esse crescimento da entidade, cresce também a complexidade da estrutura organizacional, pois grande parte das atividades controladas inicialmente pelo dono vão sendo delegadas a outros funcionários, dos quais ele espera que haja compromisso capacitação igual àquela que dispunha pessoalmente na gestão do negócio.

### **Limitação do controle Interno**

Os controles internos servem para estabelecer limites em todos os setores da empresa diminuindo assim os riscos de desvios e fraudes. Segundo Almeida (2010), as limitações do controle interno são, principalmente, com relação a: Conluio de funcionários na apropriação de bens da empresa; Instrução inadequada dos funcionários com relação às normas internas; Negligência dos funcionários na execução de suas tarefas diárias.

Devido aos pontos relatados, mesmo no caso de a empresa ter um excelente sistema de controle interno, o auditor externo deve executar procedimentos mínimos de auditoria. (2011) igualmente enfatiza que bons controles internos previnem contra a fraude e minimizam os riscos de erros e irregularidades, porque, por si só, não bastam para evita-los, assim, por exemplo, a segregação de uma operação em fases distintas, confiadas a diversas pessoas, reduz o risco de irregularidades; porém, não pode evitar que estas ocorram, se as diversas pessoas que intervêm no processo se puserem de acordo para cometer algum ato fraudulento.

No mesmo sentido, Crepaldi (2013) defende que para um funcionário praticar um desfalque ele tem de ter acesso aos ativos da empresa. Os desfalques podem ser temporários ou permanentes. O desfalque temporário ocorre quando um funcionário apossa-se de um bem da empresa e não altera os registros da contabilidade (transferido o ativo roubado para despesas), já o desfalque permanente ocorre quando um funcionário desvia um bem da empresa e modifica os registros contábeis na

contabilidade, para que suceda esse tipo de desfalque é necessário que o funcionário tenha acesso aos ativos e aos registros contábeis.

### **Avaliação do controle Interno**

Mesmo que os controles internos sejam planejados de maneira correta, a empresa ainda está sujeita a falha ocasionada por pessoas mal-intencionadas que ignoram ou colocam o sistema de controles de lado na execução de suas atividades, tendo como objetivo fraudar ou isentar-se de obrigações.

Segundo o AICPA, Controle interno é um instrumento de gerenciamento de riscos indispensável à governança corporativa. É importante destacar que cabe à governança assegurar que os recursos da organização sejam empregados de maneira eficaz na consecução da missão e na realização dos objetivos e metas estabelecidos. A implantação de um conjunto de controles sem a observância de modelos reconhecidamente aceitos pode levar a organização a sérios problemas de informações distorcidas como também, desperdício de tempo e recursos.

É importante analisar os modelos de controles internos reconhecidos que tenha base para uma avaliação precisa. Um dos modelos utilizados nesses procedimentos de controle é o COSO.

Segundo o Instituto dos Auditores Internos do Brasil (AUDIBRA) o prefácio da edição brasileira do novo modelo afirma que o Coso tornou-se referência para ajudar empresas e outras organizações a avaliar e aperfeiçoar os sistemas de controle interno, sendo que essa estrutura foi incorporada em políticas, normas e regulamentos adotados por milhares de organizações com a finalidade de controlar melhor suas atividades de forma a cumprir os objetivos estabelecidos. A premissa inerente ao gerenciamento de riscos corporativos é que toda organização existe para gerar valor às partes interessadas.

Todas as organizações enfrentam incertezas, e o desafio de seus administradores é determinar até que ponto aceitar essa incerteza, assim como definir como essa incerteza pode interferir no esforço para gerar valor às partes interessadas. Incertezas representam riscos e oportunidades, com potencial para destruir ou agregar valor. O gerenciamento de riscos corporativos possibilita aos administradores tratar com eficácia as incertezas, bem como os riscos e as oportunidades a elas associadas, a fim de melhorar a capacidade de gerar valor.

### **Análise e Discussão dos Dados**

Nesta seção, serão expostos e discutidos os resultados da pesquisa. De início, buscou identificar quais são os controles internos utilizados, em seguida, verificar as políticas de controles internos utilizados pela empresa; e por último, evidenciar as ferramentas de controles internos que auxiliam para a tomada de decisão.

Para identificar como funcionam os controles internos da empresa, aplicou-se um questionário para o responsável da filial, e por meio do mesmo, constatou-se que existem controles interno tanto contábil, como físico e financeiro. Foram analisados, também, alguns relatórios do sistema para ver a real composição e controle dos estoques de defensivos agrícolas.

A primeira observação realizada foi em relação à segregação das funções, pois o colaborador que atende ao cliente não é o mesmo que entrega o produto, e o responsável pelo estoque comunica o setor comercial a falta do produto, o mesmo repassa a demanda a ser adquirida pelo setor de compras.

Com relação à organização e o controle dos defensivos, os produtos são separados por categoria; fungicidas e herbicidas, onde, em cada categoria tem os produtos disponíveis à venda, sendo a distinção de preço em relação ao fabricante ou a marca do produto. Possui três galpões de armazenagem sendo um destes refrigerado em razão dos inoculantes.

Observou-se, também, que a empresa utiliza registros eletrônicos onde são gravadas todas as informações de entrada como: fornecedor, produto, nº de lote, vencimento, quantidades, como as principais informações para o controle de estoque. No procedimento de baixa, as retiradas são realizadas por meio de código de barras para identificar qual o produto, a quantidade e para qual cliente saiu o produto.

Em relação às requisições, o departamento responsável pela emissão é o faturamento. Este, junto com a nota fiscal após a autorização do comercial é entregue a expedição ao setor responsável pela entrega dos produtos. Como confirmação de entrega, a empresa possui como ferramenta de controle um canhoto, onde o mesmo é assinado pelo colaborador responsável do cliente e o canhoto da nota fiscal que confirmam a entrega do produto. As devoluções de mercadorias a fornecedores são feitas por emissão de nota fiscal e o destino da via é fornecedor, contabilidade e financeiro.

Em relação à existência dos estoques, antes de iniciar a contagem dos defensivos é gerado o relatório para posteriormente a equipe iniciar as atividades, ao final, é realizado o confronto da 1º contagem com a 2º contagem, existindo diferenças é realizada a 3º contagem, estando tudo certo é comparado os saldos contados com o saldo do sistema.

No que diz respeito à integridade dos estoques e valorização, o controle é feito durante uma contagem por amostragem. O coordenador da equipe poderá selecionar um item de forma aleatória e confrontá-lo de imediato com o sistema a fim de certificar se as quantidades estão certas.

O controle do estoque é feito com base no custo médio. O processo é realizado via sistema, este é considerado pelo valor das entradas, ou seja, custo de aquisição e o registro de suas saídas é feito pela média do total dos produtos comprados divididos pela quantidade adquirida.

É feito também o controle do estoque por lote de vencimento, onde, ao inserir os produtos no sistema, é informado aos produtos o lote e o vencimento. Tal procedimento visa o controle a fim de evitar a comercialização de produtos vencidos.

Com relação às políticas internas, a empresa dispõe-se de um manual de inventário descrevendo todo o processo legal para a evidenciação dos estoques. Existem conferências físicas a cada semestre, onde é feito a contagem geral dos estoques e durante esse período são feitas conferências pontuais de uma ou outra referência a fim de identificar possíveis distorções.

Percebeu-se que as maiores diferenças são encontradas nos itens de alto giro. No final de todo inventário é apurado todas as diferenças no estoque de defensivos e o coordenador do inventário emite um documento de ajuste de inventário, o qual é assinado pelas duplas que contaram, e posteriormente esse ajuste é feito no sistema e informado a quantidade e o valor financeiro para a diretoria.

A empresa conta apenas com um departamento de controle interno que é a controladoria, responsável por acompanhar todos os processos estabelecidos pela diretoria. Ainda está em fase de implantação do departamento de auditoria interna para melhorar cada vez mais os processos estabelecidos pela administração uma vez que a empresa passou a ser auditada recentemente e precisa estar com os controles internos alinhados com padrões reconhecidos como o COSO.

Constatou-se que os administradores tomam as decisões por meios de relatórios extraído do sistema da empresa, porém, eles fazem essa análise sistemática dos controles internos com os gestores do departamento de controladoria para terem confiabilidade nas informações prestadas. Tomam por base os procedimentos de inventários de evidenciação dos controles internos fazendo o cruzamento de informações sistema com estoque.

### **Considerações Finais**

Tendo alcançado com sucesso o objetivo geral dessa pesquisa que foi analisar quais são os controles internos e políticas utilizadas para a gestão de estoque de defensivos agrícolas em uma empresa do ramo do agronegócio, observou-se através do instrumento de coleta de dados: questionário, que a empresa utiliza os seguintes instrumentos de controle interno: Controles por evidenciação quando a existências dos estoques, integridade, custo médio e controle por lote de vencimento.

Contemplando um dos objetivos específicos, também por intermédio do mesmo questionário, obteve-se resposta quanto às políticas de controles que a empresa utiliza. A empresa além de ter um manual de procedimentos internos, faz a segregação de funções colocando um responsável por cada departamento, o que facilita o controle por parte do administrador, pois, à medida que a empresa cresce, aumenta o volume e a complexidade de suas atividades.

Foi possível evidenciar que as ferramentas de controles internos são cruciais para auxiliar na tomada de decisão, por tanto, que a empresa utiliza controles internos e esses controles dão base para as informações geradas no sistema. As ferramentas que auxiliam na tomada decisão são: Relatórios do sistema, o inventario do estoque evidenciando os valores informados, e o parecer do departamento de controladoria.

Existem controles internos tanto contábeis como administrativos com base em modelos reconhecidos por auditoria externa como o COSO, porém, a empresa está em processo de melhorias desses controles. A empresa está em fase de implantação de um departamento de auditoria interna para atender os usuários internos e externos das informações contidas na composição do balanço patrimonial da empresa. As sugestões de melhorias são desnecessárias no presente momento, pois, a empresa já está em processo de adequação aos procedimentos de auditoria externa e interna que se utiliza de modelos de controles internos reconhecidos internacionalmente.

### **Referências Bibliográficas**

- ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria: um curso moderno e completo**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ATTIE, William. **Auditoria**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- COSO - **Gerenciamento de Riscos Corporativos** - Estrutura Integrada. Disponível em: [http://www.coso.org/documents/coso\\_erm\\_executivesummary\\_portuguese.pdf](http://www.coso.org/documents/coso_erm_executivesummary_portuguese.pdf), acessado em: 04/11/2019.
- Crepaldi, Silvio Aparecido. **Auditoria Contábil**. São Paulo: Atlas, 2013.

## JUROS DE FINANCIAMENTOS DE AUTOMÓVEIS: UM ESTUDO FEITO COM OS ACADÊMICOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO CATÓLICA DO TOCANTINS.

Maurício Massami Okabaiashi<sup>60</sup>  
Wátilla Alves Moreira<sup>61</sup>  
Flavio Augustus da Mota Pacheco<sup>62</sup>  
Lidiane dos Santos Silva<sup>63</sup>  
Jorge Fernando Silvestre Medeiros<sup>64</sup>

### Resumo

Nos últimos anos as operações de crédito e financiamento de veículos aumentaram significativamente segundo o Banco Central do Brasil. Em função deste contexto, o cenário atual, foi ficando com mais opções de operações financeiras para aquisições de veículos. Com o objetivo de entender este contexto no meio universitário, este estudo se propõe a investigar as escolhas de financiamentos e aquisição de veículos dos acadêmicos do curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins.

**Palavras-chave:** Financiamento; Automóveis; Juros.

### Abstract

In recent years vehicle credit and financing operations have increased significantly according to the Central Bank of Brazil. Due to this context, the current scenario has been left with more options for financial transactions for vehicle acquisitions. In order to understand this context in the university environment, this study aims to investigate the financing and vehicle acquisition choices of the students of the Business Administration course at the Catholic University Center of Tocantins.

**Keywords:** Financing; Automobiles; Interest.

### Introdução

Nos últimos anos as operações de crédito e financiamento de veículos aumentaram significativamente segundo o Banco Central do Brasil. O cenário nacional atual é repleto de operações financeiras de créditos. São inúmeras as modalidades oferecidas por diversos Bancos Brasileiros. Uma das opções mais contratadas pelos brasileiros é a linha de crédito para financiamento de veículos, uma das mais crescentes no mercado.

Uma das principais modalidades utilizada para o financiamento de veículos é o CDC. Segundo Securato (2002, p.320) “o CDC é uma modalidade de financiamento à disposição de pessoas físicas e jurídicas para aquisição de bens de consumo duráveis”.

O CDC nos dias de hoje é a modalidade mais utilizadas, por apresentar uma facilidade na hora da aquisição além de ser a opção mais disponível. Em outras modalidades como o leasing ou

---

<sup>60</sup> Graduado (a) em Administração -Unicatólica.

<sup>61</sup> Graduado (a) em Administração de Empresas - Unicatólica.

<sup>62</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor do Curso de Administração do Centro Universitário Católica do Tocantins e Universidade Federal do Tocantins (UFT).

<sup>63</sup> Mestre em Ciências da Religião pela Faculdade Unida de Vitória (FUV). Professora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica do Tocantins.

<sup>64</sup> Formado em Ciências Contábeis no Centro Universitário Católica do Tocantins. Pós-graduando em Contabilidade, Compliance e Direito Tributário pela BSSP-GO.;

arrendamento mercantil “o bem fica arrendado à empresa prestadora, visto como um tipo de aluguel” (ASSAF, 2010, p.79).

Existem outras modalidades de financiamento como o leasing e consórcio. Diante das opções de financiamentos, percebe-se que o CDC apesar de possuir a taxa de juros mais elevada é a opção mais usada por ser rápida e menos burocrática. Percebe-se que o consumidor muitas vezes não se atenta ao preço final e sim a opção menos burocrática.

Neste contexto surge a situação problema que sustenta esse trabalho: Será que acadêmicos da Faculdade Católica do Tocantins possuem conhecimentos necessários sobre opções de crédito disponíveis, bem como as taxas de juros contratadas numa operação de financiamento de veículo?

### **Discussão e Problemática**

Como exposto anteriormente, o CDC é o crédito direto ao consumidor, tanto para pessoa física como jurídica.

É modalidade de financiamentos a disposição de pessoas físicas e jurídicas para aquisição de bens de consumo duráveis, de origem nacional ou estrangeira, como, por exemplo, veículos, equipamentos de informática, eletrodomésticos, máquinas e equipamentos, pacotes turísticos e outros. (SECURATO, 2002, p.320)

No momento da escolha na forma do pagamento do bem financiado, as operadoras de crédito são em maior número na quantidade em oferta desta modalidade de crédito, detendo assim, a maioria dos financiamentos destinados a veículos.

Normalmente a garantia de uma operação de CDC é a alienação fiduciária do próprio bem, objeto do financiamento. O bem poderá ser retomado em caso de inadimplência. As condições de negócio de um CDC, os percentuais de custo da aquisição de bens que serão financiados e os prazos máximos e mínimos do financiamento são estabelecidos pelo Banco Central.

Todos os limites operacionais de um CDC são feitos pelo Banco Central que considera a conjuntura econômica e os objetos (BCB, 2019). Uma das vantagens dessa operação é por ser o crédito de mais fácil acesso é que as instituições pulverizam o seu risco, por se tratarem de operações de pequeno ou médio valor, pois envolvem grande número de clientes. (SECURATO, 2002, p.321).

É uma operação onde os valores geralmente não são altos, e envolvem milhares de clientes, e o risco de inadimplência da instituição é diminuído, visto que o crédito não é concentrado nas mãos de poucos consumidores. O cliente pode escolher quanto vai dar de entrada e quanto deseja financiar e dependendo do ano do bem o prazo a ser financiado.

Os valores das prestações são fixos, não ocorrendo o risco de aumento mesmo ocorrendo uma crise na economia do país. Opção do cliente de antecipar parcelas com desconto, ou quitar o contrato antecipadamente com isenção dos juros praticados no contrato de financiamento. O veículo financiado fica em nome do cliente e alienado a instituição ou Banco na qual foi feito o financiamento.

As taxas de juros praticadas nas operações de financiamentos variam de acordo com a instituição contratada. Não existe uma taxa fixa entre os bancos ou financeiras disponíveis. Cada uma estabelece as suas formas de liberação do crédito, com políticas diferenciadas e taxas de juros distintas (BCB, 2019).

Sendo assim, na aquisição de uma operação de crédito, é necessário que, o consumidor esteja atento as taxas praticadas e oferecidas no mercado financeiro. Analisando sempre que, quanto menor



o prazo conseqüentemente se pagará menos juros no final do contrato estabelecido e se maior o prazo, respectivamente maior os juros até o final do contrato.

### **Leasing**

Leasing também conhecido como operação de arrendamento mercantil pode ser compreendida como uma forma especial de financiamento. É um contrato estabelecido onde o veículo fica “alugado” (ASSAF, 2010).

Basicamente, essa modalidade de financiamento é praticada mediante a celebração de um contrato de arrendamento que é considerado um aluguel sempre efetuado entre um cliente arrendatário e uma sociedade de arrendamento mercantil que no caso é a arrendadora. Hoje é considerada como uma opção a mais de financiamento, mas não sendo considerada uma opção ótima para toda a necessidade de financiamento.

Segundo Fortuna (2010) uma das vantagens do leasing é a possibilidade de financiamento total do bem e conseqüente a possibilidade de uma taxa de juros mensal menor do que o CDC. E ainda acarreta menor pagamento de imposto de renda. Apesar de algumas vantagens o leasing possui mais desvantagens quando comparado com o CDC. Veículo fica em nome do Baco ou Financeira e alugado ao cliente que no término do contrato é que ocorre a opção de compra. Geralmente sem grandes possibilidades de desconto, pois é isento de IOF.

Por não estar no nome o contratante não existe a possibilidade de transferência para outra pessoa física ou jurídica, pois o veículo é em nome de uma instituição e não do cliente. Não convém utilizar o arrendamento mercantil financeiro para financiar bens cuja vida econômica útil seja inferior ao prazo mínimo da operação.

As taxas de juros no leasing são um pouco mais baixas quando comparadas com o CDC. Porém, não é uma opção tão utilizada devido ao seu processo burocrático. Considera-se que o leasing não é tão atrativo, porém é uma opção a mais que o consumidor dispõe.

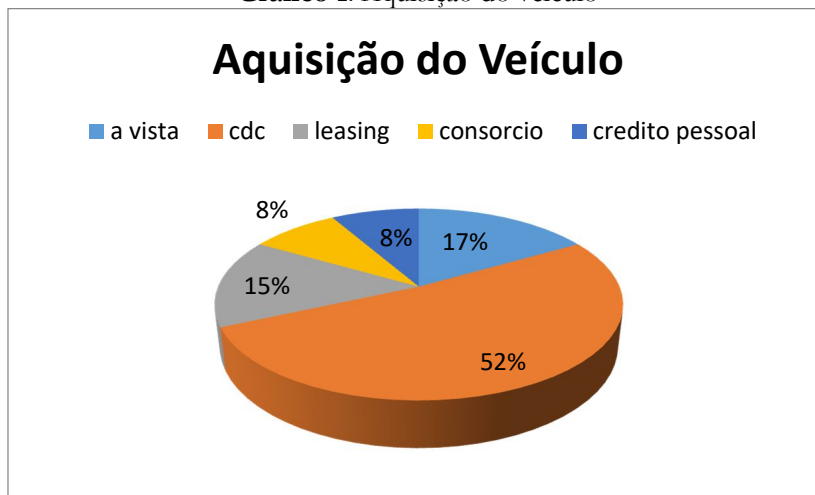
E recentemente, com a nova medida do governo federal na qual reduziu os encargos e diminui as taxas de juros dos bancos públicos e também forçando os bancos privados a baixarem, o leasing deixou de ser uma opção na contratação do financiamento, pois o CDC é sempre a modalidade mais aceita (BCB, 2019).

Mesmo o leasing sendo isento do IOF- Imposto sobre operações financeiras vista por ser considerado com um aluguel do veículo, porem acrescenta o imposto de ISS sobre serviços.

## Análise dos resultados

Após a aplicação dos questionários foi possível realizar o seguinte levantamento de dados:

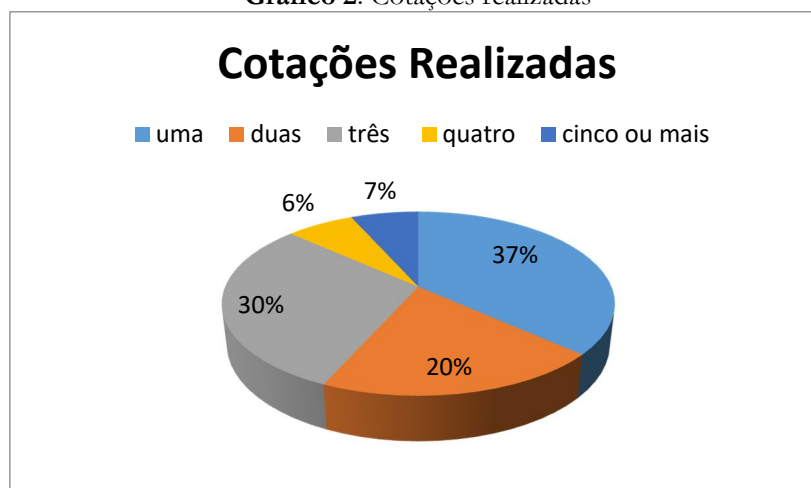
**Gráfico 1:** Aquisição do veículo



Fonte: Da pesquisa (2019)

Pode-se perceber com o Gráfico 1, que na hora da compra do veículo o CDC é a operação mais utilizada. Sendo a opção mais ofertada na hora de negociar a aquisição do veículo e ainda oferece vantagens na hora da troca do veículo, por oferecerem amortização dos juros do CDC e se adequar a renda dos entrevistados.

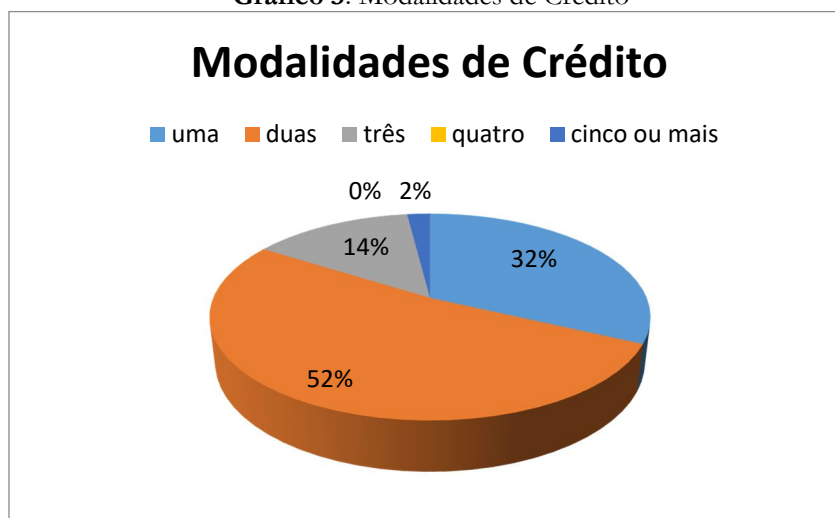
**Gráfico 2:** Cotações realizadas



Fonte: Da pesquisa (2012)

No Gráfico 2 é possível perceber que na hora da compra do veículo a grande maioria das pessoas entrevistadas não realizam mais que uma cotação, observando que somente 13% realizam mais de quatro cotações no mercado financeiro disponível, fato é, o consumidor ainda faz poucas cotações na hora de adquirir um veículo.

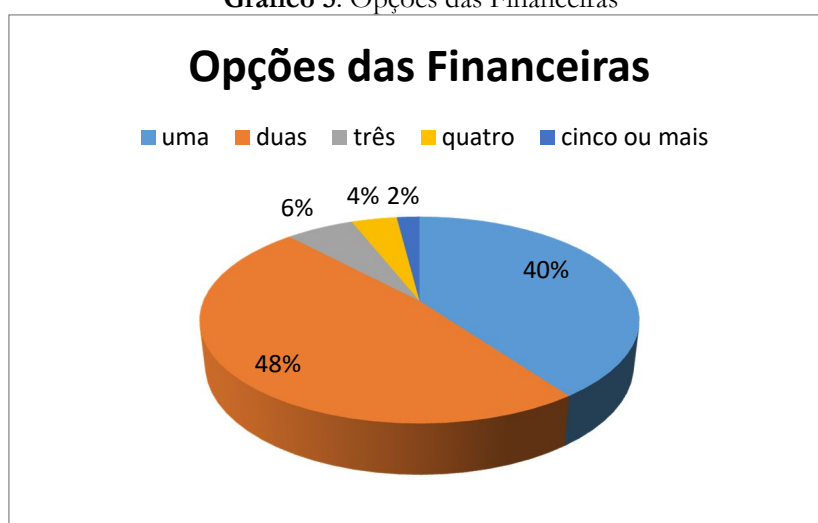
Gráfico 3: Modalidades de Crédito



Fonte: Da pesquisa (2012)

No gráfico 3 é possível perceber que na grande maioria, ou seja, 52% das financeiras oferecem mais de uma modalidade de crédito ao consumidor na hora da aquisição do seu veículo. Observando que as financeiras concentram suas operações mais voltadas a duas linhas de crédito: o CDC e o Consórcio.

Gráfico 5: Opções das Financeiras



Fonte: Da pesquisa (2012)

No gráfico 4 é possível perceber que 48% das financeiras ofereceram mais de uma modalidade de crédito para a aquisição e somente 4% oferecem até 4 modalidades ao consumidor. O resultado revela a pouca oferta das outras opções de créditos oferecidas pela mesma financeira, talvez resultando numa oferta tendenciosa.

**Gráfico 5: Critério Utilizado**



**Fonte:** Da pesquisa (2012)

No Gráfico 5 é possível perceber que 50% do critério utilizado na hora da contratação de um crédito de juros menor e 50% restante é a agilidade na aprovação. Percebe-se que a personalidade do mercado de financiamento de veículos é bem dividido. Pois ao mesmo tempo que não querem pagar tantos juros, também lhes apetece um processo menos burocrático.

### **Considerações Finais**

O objetivo desse estudo foi analisar as opções de crédito adquiridas dos alunos da Faculdade Católica do Tocantins, levando em consideração as análises dos dados coletados em pesquisas realizadas com questionários quantitativos.

Tendo alcançado o objetivo desse trabalho, pode-se perceber que as opções mais contratadas foram por CDC, pois é a opção mais usada e oferecida pelas financeiras no mercado na aquisição de veículos, mesmo sendo com juros maiores que as opções de leasing, na segunda opção mais contratada foram por pagamentos à vista tendo uma pequena diferença por financiamento leasing.

No presente estudo observou-se que poucas pessoas fizeram mais de duas cotações na hora de escolher o tipo de financiamento, constatando o hábito de fazer poucas cotações neste segmento. Pode-se observar também que as financeiras colocam a disposição na maioria dos casos somente uma ou duas modalidades de créditos disponíveis para financiar o veículo.

Nota-se que os alunos entrevistados não têm o total conhecimento sobre as práticas e os tipos de crédito contratado nestas modalidades de crédito indicadas no questionário e ainda o juro real contratado. Percebe-se que os critérios citados na hora da contratação tiveram os resultados iguais tanto para menores juros e agilidade na aprovação.

### Referências Bibliográficas

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado Financeiro**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BCB. **Taxa de juros de operação de crédito**. Disponível em <<http://www.bcb.gov.br/fis/taxas/htms/tx012040.asp>>. Acessado em 27/04/2019.

BCB, **FAQ - Consórcios**. Disponível em: <[http://www.bcb.gov.br/pre/bc\\_atende/port/com\\_sorcio2.asp#o](http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/com_sorcio2.asp#o)>. Acessado em 03/05/2019.

CONSUMIDORES DO BRASIL, **Leasing – conceituação**. disponível em <<http://www.consumidorbrasil.com.br/consumidorbrasil/textos/ebomsaber/leasing/conceituacao.htm>>. Acessado em 20/05/2019.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 18. Ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

SECURATO, José Roberto, coord. **Crédito – Análise e Avaliação do Risco – Pessoas Físicas e Jurídicas**. São Paulo: Saint Paul, 2002.

## DISLEXIA E DISCALCULIA TRANSTORNOS DE APRENDIZAGEM

Wáhkylly Rodrigues Fonseca Cursino<sup>65</sup>

Lidiane dos Santos Silva<sup>66</sup>

Flávio Augustus da Mota Pacheco<sup>67</sup>

### Resumo

O presente trabalho iniciará com um tema existencial, os transtornos de aprendizagem dentre eles a dislexia e discalculia onde o objetivo foi aprofundar os conceitos referentes a essas duas dificuldades de aprendizagens, com a abundância existencial em função das mesmas nas escolas e o posicionamento do profissional referente a esse diagnóstico, onde serão enfatizados os breves conceitos sendo ainda um tema complexo de como detectá-las, tendo a percepção dessas em sala de aula e as necessidades de cada indivíduo ao tê-las consigo para desenvolver, juntamente com a aceitação da família e como será feita a intervenção, pautando a necessidade de como agir na prática pedagógica em sala de aula desde o posicionamento do pedagogo em docência ou em acompanhamento psicopedagógico, fazendo a mediação entre professor e aluno, contribuindo para o seu crescimento e sua desenvoltura no que diz respeito a aprendizagem e sua vivência na sociedade. Assim, este artigo pautará um breve certame a dislexia, tendo como característica o déficit de atenção e, também a discalculia onde existe a dificuldade no cálculo no que diz respeito ao entendimento relacionado aos números.

**Palavras-chave:** Transtornos; Aprendizagem; Dislexia; Discalculia; Mediação.

### Abstract

The present work will start with an existential theme, the learning disorders among them dyslexia and dyscalculia where the objective was to deepen the concepts related to these two learning difficulties, with the abundance of existence due to them in schools and the positioning of the referring professional. to this diagnosis, where the brief concepts will be emphasized and still being a complex subject of how to detect them, having their perception in the classroom and the needs of each individual to have them with them to develop, along with the acceptance of family and how the intervention will be done, guiding the need for how to act in the pedagogical practice in the classroom since the pedagogical positioning in teaching or in psychopedagogical accompaniment, making the mediation between teacher and student, contributing to its growth and resourcefulness in what it says. Respect for learning and its experience in society. Thus, this article will guide briefly the dyslexia, having as characteristic the attention deficit and also the dyscalculia where there is the difficulty in the calculation regarding the understanding related to the numbers.

**Keywords:** Disorders; Learning; Dyslexia; Dyscalculia; Mediation.

---

<sup>65</sup> Graduada em Pedagogia pela Universidade Pitágoras Unopar (2018); Especialista em Psicopedagogia pela Faculdade Campos Eliseos (2018); Professora da Educação Básica no Ensino Fundamental I – Disciplinas do Currículo Colégio Dom Bosco Taquaralto – PROEB Professora da Educação Básica, Sala de Recursos Multifuncionais na Escola Estadual Setor Sul (atualmente) Palmas - To.

<sup>66</sup> Possui graduação em Ciências Contábeis pela PUC -GO. Especialista em Gerência Contábil, Auditoria e Controladoria pela Faculdade Internacional de Curitiba - PR. Mestre em Ciências da Religião FUV-ES. E-mail: [lidiane202@hotmail.com](mailto:lidiane202@hotmail.com)

<sup>67</sup> Possui graduação em Administração de Empresas pela Faculdade Maringá - Centro de Ensino Superior do Paraná (2002), mestrado em Administração pela Faculdade Cenequista de Varginha (2005) e doutorado em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (2012). E-mail: [flavio.pacheco@catolica-to.edu.br](mailto:flavio.pacheco@catolica-to.edu.br)

## **Introdução**

O conteúdo abordado no decorrer do desenvolvimento deste trata de forma sucinta à docência na educação básica, abordando a dificuldade na aprendizagem e o porquê elas existem, pois vem aparecendo e dado à mostra com frequência nos últimos anos, e não apenas ignorar esses elementos, entre tanto será ressaltado apenas duas delas à Dislexia e à Discalculia sendo de suma importância a mediação entre o professor e o aluno, a família com os pais ou responsáveis sendo consciente do déficit existente, conciliando e acompanhado o processo de diagnóstico até seus resultados havendo aprendizagem do aluno, pois toda compreensão dos conteúdos a serem abordados na condição de não existirem ou serem mínimos é necessário criar após essa investigação, ações e meios de mediações e recursos abordando na prática os assuntos e estudos, concretizando a importância de uma equipe especializada para executá-los de maneira profissional visando qualidade do ensino e resultados a serem obtidos, não deixando passar despercebidos resultando em baixos índices escolares, mas terem uma atenção para os alunos que englobam algum tipo de transtorno de aprendizagem dentro e fora da sala, objetivando extingui-los ou ameniza-los ao máximo para o acompanhamento da criança junto com as demais tendo o direito igual à educação que todos têm.

## **Referencial Teórico**

### **Conceitos Prévios De Aprendizagem**

Para este tema faz-se necessário conhecer e ter o entendimento do que é a aprendizagem, definida como processo que se cumpre no sistema nervoso central (SNC) em que se produzem por uma modificação funcional ou conduta, processo pelo qual as competências, habilidades, conhecimentos, comportamento ou valores são adquiridos ou modificados como resultado de estudo, experiência, formação, raciocínio e observação.

Para Vygotsky, o processo de aprendizagem ocorre na relação do indivíduo com o meio, sendo que este se forma homem em contato com a sociedade, ou seja, (...) o ser humano constitui-se enquanto homem na relação com outro. (OLIVEIRA, 1992, P 240).

No trecho acima, observamos que o conhecimento que trazemos de alguma forma não pode ser excluído e sim acrescentado ao que adquirimos como soma, onde trazendo para o cotidiano o conceito de aprendizagem é um termo geral que quando não acontece se refere os manifestos de dificuldades na aquisição e uso da escuta, da fala, leitura, escrita, raciocínio ou habilidades matemáticas.

Sendo a aprendizagem um processo constituído por diversos fatores além do aspecto referente ao aprender assim como os aspectos neurais de aprender, necessitam apresentar certo equilíbrio tais como o ambiente, o aprendiz, o professor e emocional.

O pedagogo sempre deve refletir sobre a concepção de educação buscando orientar a criança na prática pedagógica trabalhando de forma organizada e estruturada. Cabe aqui a pergunta: qual tipo de conhecimento a escola valoriza? A escola se inclina a valorizar alguns conhecimentos mais que outros e a exigir que todos deem conta dos diversos conteúdos abordados pelo professor, desde cedo aprendemos que devemos saber tudo que nos é ensinado em sala de aula.

Mesmo assim não conseguir guardar tudo que nos é passado isso nos mostra que não precisamos ser bons em tudo, mas trabalhamos aquilo que temos facilidades utilizando recursos e adaptações para melhoria das aprendizagens.

## **Transtorno abordado Dislexia**

Entende-se por **dislexia** de acordo com o exposto por Dr. Dráuzio Varella, é um transtorno genético e hereditário da linguagem, de origem neurobiológica, que se caracteriza pela dificuldade de decodificar o estímulo escrito ou símbolo gráfico. A dislexia é que compromete a capacidade de ler e escrever com correção e fluência de compreender um o processo textual.

Com isso existem as causas, primeiramente ela pode ser identificada durante a alfabetização, pela dificuldade de decodificação. Isso não significa que a criança esta doente ou com preguiça, mais um transtorno neurológico de aprendizagem que gera essa dificuldade de decodificar o que lhe é enviado.

O que não se pode confundir é que o aluno que possui a dislexia tenha capacidade inferior ao que não a possui, não medindo níveis de inteligência, embora encontrem dificuldades podem ser pessoas brilhantes e competentes, porém com meios de aprendizagens diferentes e adaptados aos mesmos.

A fase da alfabetização, onde melhor podem ser percebidas as características incluindo: Baixo desenvolvimento, dispersão e atraso no desenvolvimento da linguagem, dificuldade em aprender rimas e canções falta de interesse por livros dificuldade em aprender o alfabeto e desenvolvimento da coordenação motora.

Já na idade escolar, após os seis anos, alguns indivíduos com dislexia podem apresentar problemas que se repetem aos citados anteriormente, a dispersão e o desenvolvimento lento da coordenação motora, e outros como: Identificar palavras reconhecer os sons que compõem as palavras (na leitura), ortografia, organizar ou sequenciar pensamentos, palavras que rimam, associar os fonemas as letras, dificuldade de copiar de livros e da lousa, distinção, senso de direção como direita ou esquerda, dificuldade em utilizar certos itens como dicionário.

O tratamento da dislexia tem um enfoque multidisciplinar, onde os profissionais trabalham em conjunto para cuidar da pessoa dislexa, como os pedagogos, médicos neurológicos, psicopedagogos, psicólogos e fonoaudiólogos. Eles ajudarão a pessoa com dislexia a superar da melhor forma possível suas dificuldades descartando antes claro se a dificuldade não decorre de uma deficiência visual ou auditiva.

## **A discalculia**

A língua portuguesa como a matemática são disciplinas acompanhadas de regras, fórmulas, vocábulos próprios, palavras exatas entre outros. Ambas são influentes e necessárias em nossa sociedade e no ensino aprendizagem de todas as pessoas, a discalculia ou transtorno da matemática, manifesta-se através da dificuldade para realizar operações, classifica-las, sequenciação numérica e conceitos matemáticos.

A possibilidade não é a realidade, mas é parte dela, uma realidade: que o homem pode ou não fazer determinada coisa, isso tem importância na valorização daquilo que realmente faz. Possibilidade que quer dizer “liberdade”. Mas, a existência das condições ou possibilidade de liberdade, ainda não é suficiente, é necessário conhecê-las, saber utilizá-las. Querer utilizá-las. (GRAMASCI, P.47).

Os discentes com discalculia apresentam muitas dificuldades no ensino aprendizagem matemático, dificuldade essas, que implicam nas tarefas mais simples do dia como, por exemplo, olhar a hora do relógio e contar moedas. Sentem dificuldade na hora de lembrar e memorizar regras,



fórmulas, conceitos, números como (antecessor e sucessor).

Segundo os parâmetros curriculares nacionais (PCNs) é possível perceber que a construção do conhecimento matemático desempenha um papel decisivo, pois permite resolver problemas da vida cotidiana, em muitas aplicações no mundo do trabalho e funcionam como instrumento essencial para construção de conhecimento em outras áreas curriculares.

### **Os Processos De Acompanhamento e a Contribuição Da Mediação**

No Brasil não existe atualmente uma escola só para pessoas com transtornos de aprendizagem, o ministério da educação e cultura (MEC) adotam uma política de educação na perspectiva da inclusão, que defende a participação de todos os estudantes independentes de suas dificuldades, preferencialmente na rede regular de ensino.

Essa prerrogativa é endossada pela lei de diretrizes e bases da educação nacional – LDB 9.394/96. De modo que sempre que houver suspeita de que um aluno possui um transtorno de aprendizagem, a escola deve providenciar junto às famílias o encaminhamento para a avaliação multidisciplinar do aluno, além de incentivar o crescimento dessa criança.

Observando a interação com o indivíduo em que Vygotsky criam uma zona de desenvolvimento proximal, que é o caminho pelo qual o indivíduo vai percorrer para chegar a tal objetivo, ou seja, é a distância entre o nível de desenvolvimento real (realiza tarefa independente) e o nível de desenvolvimento potencial (capacidade de desempenhar tarefa de ajuda de alguém adulto ou com mais experiência). É nesse caminho que o desenvolvimento proximal que a interação de alguém é transformadora.

A intervenção e mediação do professor atentado ao aluno junto a coordenação devendo informar a toda equipe escolar sobre a existência do transtorno, assim como a família ter o conhecimento e discutir com cada um deles quais estratégias serão empregadas, sendo que necessário haver uma reformulação dessas estratégias aplicadas para melhoria do ensino com qualidade a esse aluno.

A equipe escolar deve ainda, promover o acompanhamento consistente e afirmativo destas crianças e jovens, além de incentivar professores a desenvolver atividades que favoreçam a integração social e uso de ferramentas metodológicas que atendam a neurodiversidade em sala de aula. É importante lembrar que não se pode punir o indivíduo por possuir uma formula de aprender que não correspondem as expectativas da escola ou da sociedade. Em geral, a abordagem escolar do aluno com transtorno de aprendizagem deve ser preventiva, individualizada, multissensorial e sequencial e agir com intervenção para não ter futuras consequências como distorção idade série que não seja apenas social como uma realidade existente na maioria das escolas públicas como também cognitiva, irradiação essa que acontece executando apenas uma reclassificação desse aluno em sua respectiva série ou ano devido a sua idade.

O posicionamento do professor em evitar expor as situações de leitura em voz alta, em salas de aula, caso perceba que isso deixa a criança incomodada evitar qualquer tipo de desconforto. É de suma importância, por serem os mediadores do saber, conseguir identificar os diferentes perfis de aprendizagem, funcionalidades de seus alunos. Dessa forma essa informação deve ser utilizada a favor da promoção de estratégias diferenciadas de ensino, que atendam às necessidades de todos os alunos, dentre os quais os que têm transtornos de aprendizagem.

O uso de mediadores culturais e tecnologias possibilitam para todos os indivíduos com ou sem dificuldades de aprendizagem, o desenvolvimento dos processos internos e da habilidade de organizar funcionalmente o próprio comportamento, possibilitando verificar a importância da ação

pedagógica junto à ação, como o papel do professor e a organização do ensino.

Buscar identificar em conjunto com a equipe pedagógica e familiares os resultados obtidos quando trabalhado exercitando a prática para o desempenho do entendimento que a criança possa ter compreendido, com o intuito de conceber a Pedagogia como ciência da educação, Libâneo (2001, p. 6) a define como “um campo de conhecimentos sobre a problemática educativa na sua totalidade e historicidade e, ao mesmo tempo, uma diretriz orientadora da ação educativa.” A ciência da pedagogia apresenta diferentes sistemas teorias que não só explicam o processo de ensino-aprendizagem, como sugerem formas de atuação coerentes com esses pressupostos.

Por conta disso, a teoria pedagógica contém elementos constantes e variantes. Como elementos que variam devastam-se os saberes escolares, os métodos de ensino, as formas de avaliação a organização da escola, entre outros aspectos. Como constantes de cada linha teórica podem ser citadas as concepções de ensinar, de aprender, de conhecimento, de ciência, de homem, de escola e de sociedade.

Muitas crianças, quando não são identificados nos primeiros anos escolares, infelizmente passam por situações de preconceito e até mesmo bullying. No entanto até chamadas de preguiçosas, ou mal interpretadas por não conseguirem acompanhar as atividades escolares no mesmo ritmo que seus colegas. A falta de conhecimento dos pais e professores afeta a autoestima, gera falta de confiança, ansiedade e, em casos extremos depressão. Se o diagnóstico for tardio, a criança ou o jovem já pode sofrer um efeito bola de neve por essa apresentar uma grande defasagem na apreensão dos conteúdos escolares.

A dificuldade com a leitura e a escrita varia de acordo com a demanda dessas atividades ao longo da vida. Os que possuem algum tipo de transtorno de aprendizagem eles por terem uma maneira diferente de processar as informações, geralmente desenvolvem estratégias bastante criativa para compensar suas dificuldades e conseguem se superar, levando uma vida normal, o que é essencial a desenvolver enquanto educandos é uma interpretação de tudo em sua volta, de recriar, de responder e analisar são métodos para vida, ela conseguirá não só quando diz respeito a dislexia e discalculia com aspectos interdisciplinares mas com interpretação movera e trará clareza, podendo facilitar o raciocínio nos indivíduos. Uma vez que seja trabalhada integralmente essa interpretação a percepção ficará mais eficaz e facilitadora para chegar ao resultado final.

As múltiplas habilidades se desenvolvem em um espaço físico com diversidades e sensações que desafia permanentemente aqueles que o ocupam. Esse desafio se estabelece pelos símbolos e pelas linguagens que modificar-se e o recriam continuamente (BARBOSA, 2006 p. 120).

Certamente as atividades serão sempre um desafio, mas conseguindo aprender e compreender de maneira mais clara e própria em seu tempo. No Brasil, os transtornos de aprendizagem se enquadram na categoria de necessidades educacionais especiais, da lei de diretrizes e bases da educação nacional (LDB) – lei nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Não existe ainda uma política nacional de identificação e acompanhamento destes estudantes.

A aprendizagem ocorre por meio da mediação entre o aluno e o conhecimento. Essa mediação perpetuada pelo professor, que domina os conteúdos científicos a serem transmitidos, utilizando-se de instrumentos sociais e da linguagem. A simples relação entre o sujeito e objeto, ou seja, o conhecimento não garante que houve a aprendizagem. Este processo necessita de intervenção do professor, ou seja, não se dá espontaneamente, é resultado da interação do sujeito com outros sujeitos. É dessa maneira que o aluno abstrai o significado social dos objetos, significado este social dos objetos, significado este constituído com elementos construídos coletivos e socialmente pelos homens historicamente situados. Evidencia-se também a urgente necessidade de se estabelecer,

esclarecer o verdadeiro papel da Pedagogia nos textos da Legislação (Diretrizes Curriculares) que a mesma contemple toda a complexidade e amplitude da mesma. A Legislação atual “não fundamentou nem definiu o campo conceitual da Pedagogia, fragmentou sua articulação disciplinar e desprezou os saberes historicamente construídos” (FRANCO, LIBÂNEO, PIMENTA, 2007, p.70).

Na escola, esta interação sucede de maneira sistemática e direcionada, visto que tem a intencionalidade da transmissão do conhecimento. O que devemos entender é que tendo em sala de aula ou na escola alunos com diferentes possibilidades exige dos educandos incluir no aprendizado de forma coletiva e participativa de todos com união da equipe pedagógica extinguindo qualquer tipo de preconceito, mas despertando o companheirismo em cada um deles de maneira distinta, coletiva e interdisciplinar.

O que pode se definir através de todo estudo enfocado é que apesar de todo conteúdo científico abordado e existente nada será melhor do que a própria prática da intervenção, com estudos de teorias e pesquisas relacionadas entre si com cada profissional buscando qualificação e formação, mesmo em dias atuais aos quais vivemos ainda existe um déficit tão grande em relação à aprendizagem do aluno que engloba não apenas a si possuir os transtornos de aprendizagem, mas ele depende de alguém para ajuda-lo necessariamente, mas de profissionais dedicados em seu momento de trabalho totalizando sua carga horaria de dedicação de ter e obter resultados de qualidade, que para outros são meras obrigações mais que decidirão e ajudarão influenciando a serem discentes melhores em sala de aula assim como pessoas e profissionais futuros melhores e de sucesso comum a todos.

Colocar-se a em disposição da função de educador é depositar o melhor pelo próximo por amor, sim se resume ao amor pelo que faz pelo que é e, pelo que quer sendo um pedagogo com diferencial que não haja como tantos como se estar ali como obrigação de desempenhar certa função, mais comprometimento sincero consigo mesmo de aplicar o que buscou e aprendeu mesmo não tendo receitas prontas para segui-las em situações existenciais no ambiente escolar e na sala de aula.

Contribuir com atitudes corretas desde pequenos atos, essa linha escolhida para profundamente teoricamente referências bibliográficas não é apenas mais um mero assunto, mas a partir dessa compreensão os transtornos de aprendizagem mesmo que não podem ser resolvidos 100% mas podem ser compreendidos por contribuir em quantidade para formação de caracteres melhores, pessoas melhores e quem sabe um mundo melhor desde cedo desde o começo.

Atividade mental construtiva do aluno na base dos processos de desenvolvimento pessoal que promove a educação escolar. Mediante a realização de aprendizagens significativas, o aluno constrói, modifica, diversifica e coordena seus esquemas, estabelecendo deste modo redes de significado que enriquecem seu conhecimento de mundo físico e social e potencializa seu crescimento pessoal (COLL, 1992, p. 179).

A experiência de aprendizagem mediada é decorrente da interposição de um mediador, geralmente um adulto (pais, professores, psicopedagogos), que organiza as situações de aprendizagem de forma intencional, sendo de muita importância esse ato. A experiência de atuação como psicopedagoga no ambiente escolar público possibilita a interação entre as pessoas envolvidas no processo de ensino-aprendizagem das crianças, agregando a equipe pedagógica para o aprimoramento dos processos e práticas de ensino numa perspectiva mediadora, compartilhando o pensar e o agir frente a um aluno com dificuldades para aprender.

Quanto mais cedo forem detectadas, melhores serão as intervenções terapêuticas, onde ajudarão a criança a se desenvolver, driblar as dificuldades e ampliar novas habilidades. Como é um distúrbio detectado na infância, o papel do professor é fundamental na fase de alfabetização, porém, este precisa ter conhecimento sobre o assunto, para determinar que algo esteja errado com

determinado aluno e não fazer avaliações distorcidas a respeito do mesmo uma vez que para um laudo apenas um profissional especializado para finaliza-lo, o laudo não diz respeito ao pedagogo ou psicopedagogo clinicar esse indivíduo.

### **Considerações Finais**

O objetivo central deste estudo foi entender de que maneira os profissionais lidam com alunos que apresentam dificuldades de aprendizagem dentro da sala de aula. Alguns aspectos podem ser considerados importantes: a convivência fora da sala de aula, a necessidade de acompanhamento com equipe de profissionais, disposição para se dedicarem, não deixar os transtornos observados passarem despercebidos como se não existissem ou não pudessem ser trabalhados, pois podem se desenvolver-se normalmente na sociedade. Os resultados obtidos revelaram que há intenção destes profissionais em ajudar seus alunos a saírem da situação de dificuldades de aprendizagem. Nesse sentido é essencial a interação com tudo que envolve o ambiente escolar e o processo educacional. Observa-se ainda que de fato que é preciso auxiliar o aluno, que por alguma restrição não aprende, a ir sempre além dos conteúdos e atividades. Assim, o professor exerce múltiplos papéis, muitas vezes utilizados na intenção de reverter estes quadros e ajudar o seu aluno com recursos apropriados para atender suas necessidades.

### **Referências**

- BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Lei número 9394, 20 de dezembro de 1996.
- COLL SALVADOR, César. **Aprendizaje escolar y construcción del conocimiento**. 2ª edição. Barcelona: Paidós, 1992.
- LEONTIEV, A. N. **O desenvolvimento do psiquismo**. Lisboa: Livros, Horizonte, 1978.
- LIBÂNIO, J.C.; PIMENTA, S. G. **Elementos para a formulação de diretrizes curriculares para cursos de pedagogia**. Cadernos de Pesquisa, p. 70. 2007.
- VASCONCELOS, C. S. **Coordenação do trabalho pedagógico: do projeto político – pedagógico ao cotidiano da sala de aula**. 12 ed. São Paulo: Libertad, 2009.
- VYGOTSKY, L, S, **Obras Escogidas V**. Madri: Visor: Distribuições, 1997.
- VARELLA, Drauzio <https://drauzioarella.uol.com.br/doencas-e-sintomas/dislexia/>