



# CIÊNCIAS CONTÁBEIS

2024 - ED.01 - VOL. 07

ISSN - 2317-420X



# Maiêutica

Revista



**CENTRO UNIVERSITÁRIO LEONARDO DA VINCI**

Beco Doutor Pedrinho, 79 - Bairro: Rio Morto

89082-262 - INDAIAL/SC

[www.uniasselvi.com.br](http://www.uniasselvi.com.br)

**REVISTA MAIÊUTICA**

CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
UNIASSELVI 2024

**CEO VITRU EDUCAÇÃO**

William Victor Kendrick de Matos Silva

**VICE-PRESIDENTE OPERAÇÃO EAD UNIASSELVI**

Ricardo Grima Fernandes

**REITORA DA UNIASSELVI**

Neuzi Schotten

**PRÓ-REITOR DE ENSINO DE GRADUAÇÃO  
PRESENCIAL UNIASSELVI**

Adriano Luís Fonseca

**PRÓ-REITORA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO A  
DISTÂNCIA UNIASSELVI**

Márcia de Souza

**COMISSÃO EDITORIAL**

Estelamaris Reif

Gerson Faustino Rosa

Grazielle Jenske

Ivone Fernandes Morcilo Lixa

Kevin Daniel dos Santos Leyser

Liliani Carolini Thiesen

Luis Augusto Ebert

Maria Cecília Miotto

Pedro Sidnei Zanchett

Roseane Leandra Da Rosa

Taíse Ceolin

**EDITORES CHEFE**

Gerson Faustino Rosa

Luis Augusto Ebert

Pedro Sidnei Zanchett

**SUPERVISORES DE PUBLICAÇÃO**

Paula Renata dos Santos Ferreira

Eduardo Antunes Anderson

Antonio Eduardo Nicacio

Derick Rantin

Marcelo Sanches Tonolli

**REVISÃO**

Marcio Kisner

Sarah Mariana Longo Carrenho Cocato

Bruna Da Silva

Carlos Augusto Brito Oliveira

Cristina Maria Costa Wecker

Elias José Lascoski

Dener Kopsch Alves

**DIAGRAMAÇÃO E PROJETO GRÁFICO**

Diogo Ribeiro Garcia

Arthur Cantareli Silva

Matheus Silva de Souza

**PUBLICAÇÃO ON-LINE**

Propriedade do Centro Universitário  
Leonardo da Vinci

### **CONSELHO EDITORIAL**

Ângela Bilk  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

Estelamaris Reif  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

Ivonete Telles Medeiros Plácido  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

Maike Bauler Theis  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

Sheila Jeane Schulz  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

Cleide Jane Gruber Merizio  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

Valdecir Knuth  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

### **CONSELHO EDITORIAL – MEMBROS EXTERNOS**

Carline Rakowski Savariz  
(Universidade Positivo/ PUC PR – Curitiba – Brasil)

### **COORDENAÇÃO DA REVISTA MAIÊUTICA**

Estelamaris Reif  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)

### **EDITOR DA REVISTA MAIÊUTICA**

Ivonete Telles Medeiros Plácido  
(UNIASSELVI – Indaial – Brasil)



# APRESENTAÇÃO

---

A Revista Maiêutica de Ciências Contábeis, com satisfação, apresenta um conjunto de artigos específicos da área da gestão contábil. Esses textos levam os processos educativos à instância da aprendizagem cooperativa, uma vez que fomentam a atuação conjunta de professores, tutores e acadêmicos que colaboram mutuamente em prol de um objetivo comum: a produção do conhecimento construído com base em um processo colaborativo que abrange um contexto ambiental da contabilidade, frente às mudanças mundiais enquanto ciência destinada a perceber as qualificações do patrimônio das organizações corporativas e que acompanha o desenvolvimento e a inovação tecnológica.

De fato, o conhecimento gerado no conjunto dessas ações se volta para o perfil profissional qualificado do gestor contábil que, de forma crítica, elucida questões voltadas às práticas de gestão: um gestor habilitado a compreender, tomar decisões e propor soluções dos problemas de ordem patrimonial, econômica e financeira das organizações, partindo da utilização eficaz das informações contábeis. Essa publicação evidencia a importância de pesquisar e socializar os resultados alcançados. Busca-se a troca de ideias para, assim, enriquecer o mundo acadêmico com diferentes conhecimentos. Afinal, o nome Maiêutica relembra o conceito socrático de que é preciso trazer as ideias à luz, fazer nascer o conhecimento, confirmando a dialética necessária da construção da sabedoria humana.

Convidamos você para a leitura desta revista, para que você possa desfrutar de cada um dos ensinamentos apresentados e, desse modo, continuar o processo de enriquecimento intelectual.

**Profa. Estelamaris Reif**  
**Coordenadora do Curso de Ciências Contábeis**

# SUMÁRIO

8

## **PLANO DE NEGÓCIO: INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO FEMININA**

*Business plan: industry of female confection*

Valdemir Cardoso  
Nádia Nara de Godoy

18

## **EDUCAÇÃO FINANCEIRA É ASSUNTO DE CRIANÇA?**

*Is financial education a child's business?*

Josiane Fernandes Fermino  
Reginaldo Leandro Placido  
Ivonete Telles Medeiros Placido

25

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E GESTÃO ESTRATÉGICA: UMA ANÁLISE DOS PRINCIPAIS HIPERMERCADOS DA CIDADE DE SOBRAL**

*Corporate social responsibility and strategic management: An analysis of the main hypermarkets in the city of sobral*

Maria Lidiane de Lima Pedrosa  
João Pedro Pereira de Sousa

44

## **O PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS EAD DA UNIASSELVI**

*The professional profile of the Accounting alumni of Uniasselvi's distance education*

Nádia Nara de Godoy  
Adelir Terezinha Gadotti

54

## **SISTEMA DE CUSTEIO ABC: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE SOFTWARE DE BLUMENAU/SC**

*ABC costing system: case study in a software company in Blumenau/SC*

Quetlin Tamiris Leite  
Maíke Bauler Theis

# SUMÁRIO

70

## **TRIBUTAÇÃO: DEFINIÇÕES E ARRECADAÇÃO NA PANDEMIA**

*Taxation: definitions and collection in the pandemic*

Andrea Oliveira Hopf Díaz

Irani Rocha de Souza

83

## **GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

*Strategic cost management in micro and small businesses*

Talles Garcia Santana1

95

## **AUDITORIA INTERNA E GESTÃO EMPRESARIAL**

*Internal audit and business management*

Ketlin Pergher

Eberton Vargas

108

## **AUDITOR EXTERNO: ANÁLISE DO PERFIL DO PROFISSIONAL EM SANTA CATARINA**

*External auditor: professional profile analysis in the state of Santa Catarina*

Arthur Delmiro Lourenço

Eduardo Salválágio

Márcio Roberto dos Santos Júnior

Josiane de Oliveira Schlotefeldt



VALDEMIR CARDOSO<sup>1</sup>  
NÁDIA NARA DE GODOY<sup>2</sup>

# Plano de Negócio: Indústria de Confecção Feminina

*Business plan: industry of female confection*

ARTIGO 1

08-17

---

1 Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI. Rodovia BR 470 – Km 71 – nº 1.040 – Bairro Benedito – Caixa Postal 191 – 89130-000 – Indaial/SC. Fone (47) 3281-9000 – Fax (47) 3281-9090 – e-mail: adm.valdemir@gmail.com.

2 Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI. Rodovia BR 470 – Km 71 – nº 1.040 – Bairro Benedito – Caixa Postal 191 – 89130-000 – Indaial/SC nadia.godoy@uniasselvi.com.br.

**Resumo:** A empresa Sopralindas Ltda. é uma indústria inserida no segmento têxtil de confecções, tendo como produto principal blusinhas e camisetas em malha, as quais atenderão a um público na faixa etária dos 15 aos 55 anos. A empresa encontra-se sediada em Rio do Sul, a macrorregião do Vale do Itajaí, reconhecidamente um dos polos têxteis do estado de Santa Catarina. Administrada por Valdemir Cardoso, com mais de dez anos de experiência no ramo, e por seu sócio Filipe Ventura Cardoso, o qual também será fornecedor dos tecidos diferenciados para Sopralindas. As vendas serão realizadas por pedidos efetuados por representação comercial autônoma, remunerados com 3% do valor efetivamente pago pelos clientes. Os pedidos serão também a base para iniciar a produção, visto que cada coleção será em quantidade limitada, para atender às áreas comercial e de marketing. Com uma célula de costura própria e estruturada de forma a fornecer uma boa produção mensal, Sopralindas contará com serviços de terceirização única e, exclusivamente, a costura, pois o corte será totalmente interno, visando a melhor qualidade e aproveitamento dos tecidos, por meio de um sistema de encaixe por software especializado e ilha com cabeçote automatizado, o que propiciará maior eficiência e precisão no corte dos tecidos. O ponto forte da empresa focará na eficácia das entregas, mesclando rapidez, qualidade e o mínimo de desperdício, tanto de materiais quanto de tempo. O mercado-alvo serão magazines e lojas de departamento e vestuário do segmento, tendo sido estimada uma previsão média de vendas mensais equivalentes a R\$ 750 (em milhares).

**Palavras-chave:** Confecção. Qualidade. Eficácia.

**Abstract:** The company Sopralindas Ltda is an industry inserted in the clothing textile segment, having as main product blouses and knitted T-shirts which will attend a doctor in the age group from 15 to 55 years, the company is based in Rio do Sul/SC, the macroregion of the Itajaí Valley is recognized as one of the textile poles of this State. Managed by Valdemir Cardoso with more than ten years of experience in the industry and his partner Filipe Ventura Cardoso, who will also be the supplier of the differentiated fabrics to Sopralindas. The sales will be through orders made by autonomous commercial representation, remunerated with 3% of the value effectively paid by the customers, the orders will also be the basis to start the production since the initial of each collection will be in limited quantity to serve the commercial area and marketing. With its own sewing cell and structured in order to provide a good monthly production, it will count on outsourcing services only and exclusively the sewing as the cut will be completely internal, aiming at better quality and utilization of the fabrics, a system of docking through specialized software and island with automated heads will provide greater efficiency and precision in the cutting of fabrics, the company's strength will be focusing on the efficiency of deliveries, mixing speed, quality and minimum waste of both materials and time. The target market will be magazines and department stores and clothing segment, where an average forecast of monthly sales equivalent to R\$ 750 (in thousands) is estimated.

**Keywords:** Confection. Quality. Efficiency.

## INTRODUÇÃO

**A** Sopralindas será implantada no bairro Boa Vista, na cidade de Rio do Sul, o qual foi escolhido visando à sua já existente estrutura, em termos de facções e mão de obra. O galpão tem uma área de 480 m<sup>2</sup>, sendo suficiente para comportar as células de corte, costura, expedição e depósito no primeiro piso, contando, ainda, com mesaninos laterais para setores administrativos e laboratório de desenvolvimentos de produtos. Inicialmente, produzirá blusinhas femininas para venda direta a magazines e lojas de confecções, tendo sido projetado um faturamento médio mensal em R\$ 750 mil.

## IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO

Sopralindas Indústria e Comércio de Confecções Ltda., com CNPJ: 44.102.249/0001-83, localizada na Rua Reinoldo Klenm, 188, Boa Vista, Rio do Sul/SC, CEP: 89167-184, registrada como sociedade limitada, tendo como sócios Valdemir Cardoso, inscrito no CPF sob número 516.290.209-82, residente, na mesma cidade, a Rua Humaitá, 116, e Filipe Ventura Cardoso, inscrito no CPF sob número 080.802.009-98, residente a Avenida Getulio Vargas, 1022, Brusque/SC. Filipe Ventura Cardoso, sócio-diretor da TexFive, aportará 50% do capital e Valdemir Cardoso os outros 50%, sendo este último o administrador da Sopralindas.

Após viabilidade junto aos órgãos e departamentos em esfera municipal, estadual e federal, foi iniciada a programação para auditoria de conformidade para obtenção da certificação de qualidade ABVTEX, exigida pelos principais clientes-alvo da Sopralindas.

## DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

Sopralindas Indústria e Comércio de Confecções Ltda. nasceu com foco em um mercado de extremos, para clientes como magazines e/ou lojas de departamentos que possuem diversas regras para seus fornecedores e, principalmente, fabricantes. Se, por um lado esses potenciais varejistas tendem a consumir grandes quantidades com pagamentos praticamente à vista, por outro, os preços pagos são os menores possíveis. Contudo, com os produtos regrados por esses, isso causa devoluções de carga e/ou pedido completo no caso de divergência de quantidade e/ou qualidade acordado anteriormente.

Outro detalhe importante é que cada magazine de confecção tende a exigir exclusividade em termos de estampas e/ou cor do tecido utilizado para fabricação de seus produtos, sendo o fator exclusividade um ponto forte da Sopralindas, pois o sócio é um grande fabricante de tecidos. Com sede em Brusque/SC, mais de cinco décadas de atuação no mercado de malharia, com toda a infraestrutura de tecelagem, tinturaria, estamparia, calandragem, entre outras atividades pertinentes, a TexFive S/A vende tecidos a fabricantes/fornecedores de confecções a diversos magazines no Brasil e de outros países. Um dos sócios da TexFive, visando diversificar as atividades da empresa e por meio de contatos em comum, propiciou a formalização de contrato de sociedade limitada.

## ESTRUTURA EQUIPÉ E PROPRIETÁRIOS

Valdemir Cardoso, graduando em Ciência Contábeis, conta com mais de dez anos de experiência administrativa em indústria do segmento têxtil, detém conhecimento em sistemas de Enterprise Resource Planning (ERP, ou sistema de gestão integrado) e Recursos Humanos, além de administrar a empresa, agregará o departamento de compras.

Filipe Ventura Cardoso, formado em Economia pela Pontifícia Universidade Católica (PUC), em 1998, está à frente da TexFive há quase duas décadas, recebendo controle da empresa familiar após sua formatura, em 1998, dividindo a responsabilidade pela empresa com Julia Moresco, sua única irmã, sendo que cada um desempenha papel bem definido e de suma importância. Julia é responsável pela área produtiva da empresa, pois é formada em Engenharia de Produção e tem MBA em Administração.

## GERENTES SETORIAIS

Ivens Santos Junior é formado em Economia e Mercado, trabalhou cinco anos no cargo de analista sênior em uma grande importadora na capital de São Paulo, passando a residir em Santa Catarina em busca de melhores condições de vida para sua recém-iniciada família. Ele assumirá o departamento comercial e de marketing.

Josimara Garcia tem oito anos de experiência no setor financeiro, trabalhando como supervisora para gerentes de pessoa jurídica em uma instituição financeira. Após a sua gestação, resolveu mudar de ramo, com intuito de ter mais tempo pessoal, visto que, no emprego anterior, havia muitos compromissos requerendo viagens. Seu perfil é ideal para o departamento financeiro da Sopralindas.

André Antônio Soares atua como designer há alguns anos em outra empresa do segmento, apesar de não ter formação na área, domina muito bem o sistema CAD para modelar e também tem um bom perfil de liderança, o qual será necessário na Sopralindas, já que ele assumirá, também, a responsabilidade de gerenciar o setor de Planejamento, Programação e Controle de Produção (PPCP).

Virginia Schneider trabalhou mais de 15 anos como encarregada de costura na extinta Sulfabril e, mesmo depois de aposentada, assumirá, novamente, este setor, pois tem muito a contribuir, devido à sua experiência.

Raimundo Araújo conhece muito bem o setor de corte em tecido, tanto plano quanto malha, pois trabalhou por 13 anos nessa atividade e concordou em assumir como encarregado do setor, tendo a responsabilidade também sobre o estoque dos tecidos.

## MOTIVAÇÃO E OPORTUNIDADES

Quando o assunto é fabricar, tendo como foco fornecer para magazines ou lojas de departamentos, as indústrias de transformação precisam de excelência em planejamentos e controles em todos os setores da empresa, visto que esses clientes têm normas rígidas de controles de qualidade e prazos de entrega, além de efetuarem avaliações periódicas das normas fiscais, tributárias e, principalmente, sociais, voltadas aos colaboradores da empresa fornecedora. Produzir e vender para magazines é uma boa estratégia de mercado para qualquer indústria. Entre as vantagens estão a baixa sazonalidade, devido à grande abrangência de mercado, e a grande quantidade adquirida, um ponto mais delicado, pois não se pode assumir uma produção maior que o que é fisicamente possível ao estabelecimento fabril nem comprometer um percentual muito grande de toda a produção, pois a entrega pode ser recusada, causando problemas financeiros à fabricante, o que, talvez, pode prejudicar a sua manutenção no mercado.

Investimento em tecnologia de ponta para os setores de desenvolvimentos de produtos e corte, além de pessoal qualificado, garantirá melhor qualidade com redução significativa no tempo de produção das peças, minimizando os riscos em ter pedidos devolvidos por atrasos nas entregas ou reprovações de qualidade. Nesse sentido, a norte-americana Gerber Technology, por meio de sua representante no Brasil, a Galileu Tecnologia, terá grande relevância em razão de a automação dos setores de desenvolvimento e corte ser interligada, para maior eficiência do processo.

Outro ponto a ser descrito é o benefício fiscal conferido pelo estado de Santa Catarina ao segmento têxtil, sob a presunção de 3% para o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), uma vez que as vendas terão valores maiores que as compras, o benefício proporcionará uma importante redução nos desembolsos de caixa.

## DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS

Com base na fabricação de produtos femininos com qualidade e preços competitivos para um mercado de abrangência nacional, a Sopralindas fabricará blusinhas e camisetas em malha sintética e natural, camiseta babylook, blusinhas dos tipos nadador e regata, nas variações com e sem detalhes em renda. Os tecidos utilizados serão sintéticos com 95% de poliéster e 5% de elastano e ribana, 100% algodão. Quanto à grade, foi definida a fabricação nos tamanhos P, M, G e GG, com cores lisas em tons de azul, amarelo, vermelho, lilás, verde e branco, além de estampas variadas, de acordo com a estação e/ou a escolha do cliente, podendo este solicitar desenvolvimentos de tonalidade e estampa personalizadas para cada estação, obedecendo às quantidades mínimas de pedidos estipuladas para cada caso de exclusividade.

### Tecnologia e processos

A tecnologia aplicada terá, como destaque, o desenvolvimento de produtos e corte dos tecidos, pois se trata de setores com grande influência nos custos do produto final, bem como no cumprimento dos prazos para entrega dos pedidos. O desenvolvimento de tecidos, no que diz respeito a cores, estampas e gramatura, quando o cliente solicitar exclusividade nesses quesitos, será efetuado diretamente entre o setor de criação do cliente e o setor de desenvolvimento da TexFive. Assim, esse processo será bem simples e resolvido em poucos contatos, sendo o primeiro por telefone ou e-mail, em que o responsável pelo setor

de desenvolvimento do cliente passa uma ideia de tendência das cores e estampas à TexFive, esta desenvolve um mostruário de opções sem fugir a ideia principal e envia ao cliente, o qual escolherá, entre todas as variações do mostruário, aquelas combinações que farão parte da coleção, além de, neste momento, definir as quantidades mínimas do pedido para cada modelo de peça a ser produzido. Tendo essas informações, a TexFive dimensiona a produção de cada cor e/ou estampa de acordo com um consumo estimado sempre a maior, para evitar transtorno de falta por quebra, defeito ou outros problemas que a produção de tecidos está suscetível.

## O PROCESSO

O desenvolvimento de um produto para clientes do tipo magazines ou lojas de departamentos inicia-se pela escolha da estampa e/ou cor do tecido a ser utilizado no produto, processo que será efetuado entre a equipe de compras/desenvolvimento do cliente e a equipe de desenvolvimento da TexFive considerando as tendências de mercado e as estações do ano.

Com o tecido em estoque, o próximo passo será a elaboração do molde e da peça-piloto, que seguirá para aprovação do cliente e, caso aprovada, dá-se início à produção com o enfiado do tecido, o que significa esticar o tecido em várias camadas sobre uma mesa própria para efetuar o corte e a separação das partes, com a finalidade de orientar o setor de costura, evitando eventuais trocas de partes, tamanhos ou cores com tonalidade distintas e mesmo extravios de partes que influenciariam no controle de qualidade do produto final.

Durante o processo de produção do tecido, a Sopralindas já tem os dados técnicos e as medidas das peças para desenvolvimento da ficha técnica em nosso sistema de ERP, o qual contempla, também, o desenho técnico de cada modelo, gerando os dados necessários para

alimentar o sistema de encaixe, risco e corte. Ao iniciar a produção propriamente dita, efetua-se o encaixe das peças no sistema Audaces, que indicará a quantidade de camadas de cada cor ou estampa necessária para essa produção, imprime-se, em impressora plotter, de 1,60 m, os riscos com identificação de cada parte das peças cortadas. Esse papel microperfurado servirá para que o enfesto deslize com maior facilidade pela mesa, além de, após cortadas, as partes possam ser mais facilmente identificadas e separadas para envio à próxima etapa da produção; quanto ao corte, uma estação automatizada de corte recebe os dados diretamente do sistema de encaixe e executa a tarefa automaticamente, tanto o corte quanto a sua própria alimentação do tecido, bastando que o enfesto esteja pronto sobre a mesa para que a máquina consiga prendê-lo e puxá-lo.

O processo de desenvolvimento e criação e a primeira parte da produção foram planejados para ter o máximo de eficiência quanto à quebra de produção e ao tempo de processo, reduzindo os custos e ampliando a qualidade e a rapidez do corte, facilitando a costura, pois, com as partes cortadas sem pontas ou diferenças, a costura não precisa efetuar ajustes, recortes, entre outros, pois ajustes, além de demandarem tempo, também demandam mais mão de obra e, notadamente, deficiência na qualidade final das peças, já que ajustes efetuados no setor de costura dificilmente contemplam uma produção homogênea do lote.

Com esse perfil, a Sopralindas consegue produzir mais, com menos mão de obra e com maior qualidade final, reduzindo retrabalhos, o que gera duas grandes vantagens competitivas nesse mercado: a primeira é o menor tempo para produção e entrega dos pedidos ao cliente, principalmente se for reposição, que impõe prazos muito reduzidos a serem cumpridos; e a segunda é uma melhora significativa da margem de lucro, devido à redução nos custos, permitindo melhores negociações de preços junto aos clientes.

## O CONTROLE

O setor de PPCP é responsável por administrar toda a produção, distribuindo, coordenando e orientando os colaboradores e o fluxo de produção, como o momento que a matéria-prima deve sair do estoque, passando por molde, modelagem após o corte, seguindo para costura, acabamento e finalizando a produção com entrada do produto acabado no estoque. O setor planeja e coordena, também, a manutenção de máquinas e equipamentos pertinentes ao setor, treinamentos aos funcionários, trata as informações levadas a registros em sistema, no qual se obtém os relatórios necessários ao bom desempenho de todos os envolvidos, tanto na produção como de toda a empresa.

A costura, normalmente, é dividida em três subfases: a preparação corresponde à fase inicial, em que as peças são separadas e preparadas para o fechamento; na segunda etapa, são unidas as partes, formando conjuntos, para, logo após, seguirem para a fase de acabamento, em que são efetuadas as limpezas, como corte das sobras de fios, colocação de etiquetas e inspeção final de costura, verificando a coerência com a peça-piloto, de forma a garantir a produção em lote do modelo em questão, pois, caso não obtenha correspondência, a peça será considerada com defeito e voltará ao setor de costura para possível correção. Esse processo é efetuado tanto no setor interno quanto nos prestadores de serviços de terceirização para costura.

## EMBALAGEM E EXPEDIÇÃO

A embalagem é a fase final do processo de produção, pois todas as peças aprovadas no setor de qualidade são embaladas individualmente e, a pedidos de alguns clientes, embaladas coletivamente em kits – ambas as formas de embalagens são devidamente identificadas obedecendo às normas exigidas por cada cliente, seguindo, após sua iden-



**ESTRATÉGIA COMPETITIVA É SINÔNIMO DE TOMAR ATITUDES OFENSIVAS OU DEFENSIVAS PARA CRIAR UMA POSIÇÃO DEFENSÁVEL EM UM SETOR, A FIM DE LIDAR COM AS CINCO FORÇAS COMPETITIVAS E, ASSIM, OBTER UM RETORNO SUPERIOR SOBRE O INVESTIMENTO.**

tificação, para o setor de estoque de produto acabado, onde permanecem até o momento de expedir para entrega ao cliente. Neste momento, alguns clientes enviam um profissional para efetuar uma auditoria de qualidade por amostragem e, no caso de não atender ao demonstrado em manual de requisitos, o pedido não pode ser enviado, devendo corrigir os defeitos/problemas encontrados pelo auditor, sendo necessário marcar nova vistoria para outra avaliação de inspeção, sendo que todas as despesas dessa segunda visita do profissional correrão por conta do fabricante.

## **BENEFÍCIOS E VANTAGEM COMPETITIVA**

A Sopralindas tem, em sua produção e entrega, o grande diferencial perante seus concorrentes, com a mesma tecnologia utilizada por grandes fabricantes de confecção, os quais, tendo sua própria marca, não fabricam com etiquetas de marcas para magazines, conseguindo produzir maior quantidade com custo reduzido e em menor tempo, o que as tornam bastante atrativas ao nicho de mercado foco da criação da Sopralindas.

Conforme Porter (2004), estratégia competitiva é sinônimo de tomar atitudes ofensivas ou defensivas para criar uma posição defensável em um setor, a fim de lidar com as cinco forças competitivas e, assim, obter um retorno superior sobre o investimento.

## **DEFINIÇÃO DE PREÇOS**

O preço de vendas para atacado será, em média, de R\$ 12,50 para as peças sem renda e R\$ 14,30 para peças com renda, por unidade. O preço de venda para o mercado de atuação pretendido (magazines e lojas de departamentos) está bastante atrativo, devido às análises efetuadas in loco nas diversas visitas aos possíveis clientes, quando foi verificada grande acessibilidade, tanto devido ao preço quanto ao prazo de entrega significativamente reduzido – dois fatores que são os diferenciais da Sopralindas diante de seus concorrentes. Utilizando tecnologia avançada em setores de grande relevância nos custos, aliado ao planejamento eficiente e profissionais capacitados, consegue-se obter resultado financeiro positivo com preços reduzidos.

## O SETOR

O Brasil é um dos países produtores de algodão, matéria-prima de extrema relevância, impulsionando toda a cadeia têxtil, além de elevar o país a colocações confortáveis no ranking mundial do segmento.

Conforme informações da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit, 2020, on-line):

O Setor Têxtil e de Confecção Brasileiro tem destaque no cenário mundial, não apenas por seu profissionalismo, criatividade e tecnologia, mas também pelas dimensões de seu parque têxtil: é a quinto maior indústria têxtil do mundo, o segundo maior produtor de denim e o terceiro na produção de malhas.

## CLIENTELA

As lojas de departamentos e os magazines serão os principais clientes para os produtos fabricados na Sopralindas, uma clientela que exige o cumprimento dos prazos pré-programados para as entregas dos pedidos, tendo pouca tolerância em possíveis divergências de quantidades e qualidade dos produtos (por eles aprovados) e exigindo que todos seus fornecedores tenham uma certificação de qualidade e responsabilidade social – sendo a ABVTEX o selo para o segmento têxtil.

Com equilíbrio em quantidade e qualidade final dos produtos, aliado à certificação e ao preço competitivo, a Sopralindas terá amplo mercado a sua disposição.

## FORNECEDORES

A matéria-prima principal terá seu desenvolvimento a cargo da TexFive, a qual desenvolverá

materiais personalizados e com exclusividade para cada cliente da Sopralindas, formalizando parceria de grande relevância, o que não impede a aquisição de tecidos de outros fornecedores, a critério dos clientes. O estado de Santa Catarina é autossuficiente no segmento, propiciando flexibilidade em opções para fornecimento de tecidos, aviamentos, acessórios, máquinas e equipamentos para toda a cadeia produtiva têxtil.

## CONCORRENTES

Ainda que, geograficamente, a Sopralindas esteja fora do eixo central da maioria dos fornecedores para grandes magazines, o planejamento logístico, aliado à rapidez de produção, compensará a dificuldade. Ainda que o preço final da mão de obra para o setor têxtil, no estado, esteja valorado (maior que grande parte dos demais estados onde se encontram muitos concorrentes diretos da Sopralindas), a qualificação profissional dos concorrentes é um diferencial significativo e justifica o valor remunerado com a eficiência produtiva. Dessa forma, a concorrência torna-se tolerável ao atual mercado pretendido.

Culturalmente, sobretudo no Brasil, o setor de confecção têxtil tem suas origens no seio familiar e, como tal, seus administradores têm certa resistência a inovações tecnológicas, sociais e mercadológicas, tendo o conservadorismo como um dos pilares em suas empresas. A Sopralindas já nasce com pesados investimentos em tecnologia, além de buscar pessoas qualificadas para liderar setores primordiais à empresa. Com essa visão, os riscos assumidos serão basiliados em conhecimento, análise de viabilidades, com margem de segurança aceitável e pesquisas tanto de mercado futuro quanto de materiais alternativos, sem descuidar da tecnologia de maquinários, processos e capacitação profissional aos colaboradores.

## PROPAGANDA

O setor comercial foi planejado para obter a participação de, no máximo, três representantes comerciais autônomos, que já estejam cadastrados junto aos magazines (clientes foco da Sopralindas), atendendo a outros, ou até ao mesmo setor, mas com outros produtos, pois os magazines e as grandes lojas de departamentos somente aceitam ser atendidos por representantes previamente cadastrados em seus departamentos de compras, não sendo permitido que representem mais de um mesmo tipo de item ou linha de produto.

Os representantes demonstrarão as peças de amostra diretamente aos compradores de cada cliente e, em cada coleção e/ou estação, caso o cliente tenha interesse em algum dos produtos oferecidos, inicia-se toda a negociação de preços versus quantidade e prazos de entrega para, após iniciar a etapa de desenvolvimento de tecidos, cores, estampas e peças-piloto para aprovação, tornando o sistema presencial com amostras para divulgação a esse tipo de cliente, a opção de melhor resultado.

Além desse método, poderá ter anúncios em revistas especializadas no segmento, patrocínio com participação e distribuição de pôsteres em feiras de negócios, feiras de equipamentos e máquinas para o setor, além do desenvolvimento de uma página na web.

## PONTO (CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO)

Por se tratar de uma indústria de confecções, o ponto de distribuição será a própria sede da fábrica, de onde saem os pedidos, após terem sido devidamente separados e embalados, conforme métodos estipulados por cada cliente, carregados em veículos de empresas transportadoras acostumadas a efetuar esse tipo de entrega, porquanto as entregas somente são aceitas pelos magazines após prévio agendamento de data e horário de doca (doca é o nome dado ao portão com rampa, normalmente hidráulica, em que os caminhões estacionam para carga e descarga

nos centros de distribuição de magazines e/ou lojas de departamentos. Para efetuar o descarregamento dos produtos, ainda precisam ser agentes.

Salariômetro: para cada uma das ocupações que compõem a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) calcula o salário médio de admissão dos últimos seis meses, com base nos dados do Caged/MTE. Atualmente, os dados utilizados para a média dos salários utilizam as contratações realizadas entre julho e dezembro de 2015.

## CONCLUSÃO

Formalizar um plano de negócios nem sempre é tarefa fácil, devido à grande quantidade de fatores que necessitam ser reunidos, analisados e, após, ponderados, de tal forma que despertar a atenção do leitor, que pode ser um futuro investidor ou um parceiro fornecedor, é algo que requer grande atenção por parte dos administradores/proprietários.

Apesar de exaustivo, realizar este trabalho foi gratificante, já que permitiu ampliar os conhecimentos sobre fatos relevantes para o setor de confecções, como o tratamento especial ao ICMS que o estado de Santa Catarina concede, na forma de presunção de 3% às empresas tributadas pelo lucro real.

No que se refere à análise mercadológica, o resultado da proposta tornou-se viável, no que tange ao setor econômico, para o segmento têxtil, já que, após algumas leituras em revistas especializadas e pesquisa na internet sobre o assunto, foi possível mensurar quão importante é esse segmento para a economia, haja visto que movimenta milhares de empregos diretos e mais um tanto indiretos em toda a cadeia têxtil.

Assim, pode-se concluir que este trabalho possibilita ter uma visão bastante realista dos processos que integram uma indústria de confecções, com foco em um mercado bastante significativo na estrutura de consumo, os possíveis contratempos do negócio e uma previsão de faturamento que agrada a qualquer empresário.

# REFERÊNCIAS

---

ABIT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. Quem somos. **Abit**, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/quemsomos>. Acesso em: 5 ago. 2024.

FIPE – FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. **Salariômetro**. Fipe, São Paulo, c2024. Disponível em: <https://salariometro.fipe.org.br/home>. Acesso em: 5 ago. 2024.

GALILEU TECNOLOGIA. Quem somos – Galileu Tecnologia: tecnologias e soluções inteligentes, **Galileu Tecnologia**, Blumenau, 2022. Disponível em: <https://galileu.ind.br/quem-somos/>. Acesso em: 5 ago. 2024.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SANTA CATARINA. **Decreto nº 189, de 26 de maio de 2015**. Introduz as Alterações 3.539 a3.546 no RICMS/SC-01 e estabelece outras providências. Florianópolis: Governo do Estado, 2015. Disponível em: [http://legislacao.sef.sc.gov.br/html/decretos/2015/dec\\_15\\_0189.htm](http://legislacao.sef.sc.gov.br/html/decretos/2015/dec_15_0189.htm). Acesso em: 13 fev. 2016.



JOSIANE FERNANDES FERMINO <sup>1</sup>  
REGINALDO LEANDRO PLACIDO<sup>2</sup>  
IVONETE TELLES MEDEIROS PLACIDO<sup>3</sup>

# Educação Financeira é Assunto de Criança?

*Is financial education a child's business?*

ARTIGO 2

18-24

---

1 Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis Centro Universitário Leonardo da Vinci – josihfernandes40@gmail.com.  
2 Professor Dr. EBTT – Instituto Federal Catarinense – reginaldo.placido@ifc.edu.br.  
3 Professora Dra. Docente do Centro Universitário Leonardo da Vinci – ivonete.placido@uniasselvi.com.br.

**Resumo:** O presente trabalho tem como tema questionado Educação financeira é assunto de criança? Para responder tal pergunta, foi realizada uma pesquisa em base de dados científicos de autores que abordam o referido tema. A metodologia utilizada para a pesquisa baseou-se em referências bibliográficas. Falar sobre finanças para crianças é novidade no nosso país, mas está ganhando grandes destaques nos últimos anos. A educação financeira infantil é importante para aprimorar o conhecimento, ensinando a desenvolver uma relação mais saudável com o dinheiro no futuro. O objetivo geral da pesquisa é mostrar que desde cedo devemos incluir a educação financeira na vida da criança, para que no futuro ela se torne um adulto com vida financeira saudável.

**Palavras-chave:** Educação financeira. Educação financeira infantil. Futuro promissor.

**ABSTRACT:** This paper asks the question “Is financial education a child’s subject?”. To answer this question, a search was carried out in a scientific database of authors who deal with this subject. The methodology used for the research was based on bibliographical references. Talking about children’s finances is a novelty in our country, but it has been gaining great prominence in recent years. Financial education for children is important for improving knowledge and teaching them to develop a healthier relationship with money in the future. The overall aim of this research is to show that we should include financial education in children’s lives from an early age, so that in the future they become adults with a healthy financial life.

Keywords: Financial education. Children’s financial education. Promising future.

## INTRODUÇÃO

O presente texto tem por finalidade abordar o tema de estudo que está voltado para a educação infantil, o tema Educação Financeira Infantil vem ganhando grandes destaques nacionais, como um dos fatores fundamentais a fim de garantir melhor qualidade de vida e conforto no futuro, uma vida financeira saudável e equilibrada.

Com relação a isso, a sociedade altamente consumista de hoje pode dificultar tanto o comportamento financeiro adequado quanto o desenvolvimento de habilidades que possam ajudar a regular o comportamento dos filhos sem incentivar ou estimular o consumo da criança, mas, alertá-los e educá-los a respeito dos apelos ao consumo da sociedade vinculados pela mídia televisiva.

Falar sobre finanças para uma criança não se trata apenas de ensinar sobre economia, mas de ensinar financeiramente desde cedo para uma vida futura, ter qualidade de vida para tomar decisões, a introdução da educação financeira na fase de desenvolvimento ajuda a ser um adulto controlador e cuidadoso com seus gastos.

Conforme Rocha (2008), “quando o indivíduo tem as finanças em ordem, ele toma decisões e enfrenta melhor as adversidades. E isso ajuda não só na vida financeira, mas também nos aspectos familiares”. Sendo assim, ao ensinar uma criança a lidar com o dinheiro desde pequena, quando adulta terá maiores chances de aprender a administrar o seu salário, a sua vida. Conseguirá guardar, guardar para comprar, guardar para poupar mais.

De acordo com a Serasa Experian (G1, 2021), o ano de 2021 já acumula 1,62 milhão de pessoas que deixaram de pagar suas contas e acabaram sendo negativadas. A maioria dos inadimplentes hoje em dia não teve conhecimento sobre educação financeira na infância, sendo assim quando se tornam adultos não sabem lidar com o dinheiro e nem com seus gastos excessivos, despertando sérios problemas de saúde, como comportamentos agressivos e até depressões.

Portanto, na sociedade atual, faz-se necessário educar as novas gerações para aprenderem a lidar com o dinheiro. A educação financeira é um instrumento fundamental para as famílias e, principalmente, um elemento que poderá trazer equilíbrio e segurança no futuro, dado que, não basta saber ganhar, é fundamental saber gastar. É preciso ensinar as crianças desde cedo o valor e a terem controle sobre o dinheiro.

Para melhor compreensão do termo educação financeira, trata-se da forma como os pais educam seus filhos com relação ao dinheiro, tanto os valores que transmitem a eles quanto a forma de utilizá-lo no cotidiano.

O objetivo geral desta pesquisa foi refletir como a educação financeira infantil ajuda as crianças e adolescentes a terem uso consciente do dinheiro, qual a importância da introdução da educação financeira infantil nas primeiras fases da vida e como se tornar um adulto consciente e tranquilo financeiramente.

## BREVE CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

Educação financeira é um processo de aprendizado sobre finanças, surgiu para auxiliar a renda pessoal com os gastos, controlar a gestão dinheiro com contas, empréstimos, poupanças a curto, médio e longo prazo, em outras palavras, é sobre compreender o dinheiro e as informações relacionadas a ele.

Não é apenas evitar endividamentos, é saber controlar seu dinheiro, administrar todas as contas e, ainda, incluir metas no seu planejamento a longo, médio e curto prazo. Entender o conceito de educação financeira proporciona escolhas a respeito de seu dinheiro, como proteção e segurança para um futuro promissor.

A educação financeira não deve ser confundida com o ensino de técnicas ou macetes de bem administrar dinheiro, tem como objetivo criar uma mentalidade adequada e saudável com relação ao dinheiro, acima de tudo, a edu-

cação financeira deve ensinar que a responsabilidade social e a ética precisam estar sempre presentes no ganho e uso do dinheiro (Consentino, 2014).

Com o grande aumento dos produtos financeiros, como o cartão de crédito, crescem o número de consumidores inadimplentes, com a ausência de conhecimento necessário sobre finanças, tomam decisões erradas e, com isso, geram consequências, ficando endividados. No Brasil, a situação financeira das pessoas com o aumento do desemprego e com a alta da inflação piorou durante a pandemia.

Ter o domínio dessas habilidades básicas de finanças auxiliam na tomada de decisões conscientes, levando o indivíduo a ter a própria vida financeira mais segura e bem-estar. De acordo com Domingos (2014 *apud* Mendes, 2015, p. 12), “a educação financeira nada mais é do que algo que auxilia a administração dos recursos financeiros, por meio de um processo de mudança de hábitos e costumes adquiridos há várias gerações”.

Aprender a lidar com o dinheiro são hábitos para introduzir no dia a dia, saber manejá-lo corretamente, como gastar menos do que ganha, planejar o pagamento de contas, não se trata apenas de economizar. Saber administrá-lo corretamente auxilia nas tomadas de decisões nos dias de hoje e para o futuro, garantido uma vida mais tranquila e consciente.

## A EDUCAÇÃO FINANCEIRA INFANTIL

Com as crescentes transformações no cenário econômico, a modernização vem se expandindo cada vez mais, afetando mais a geração de hoje. Crianças e adolescentes impulsionados pelo consumo da era digital, tendo uma necessidade imensa de ser educada financeiramente. De acordo com Detoni e Lima (2011, p.3) afirmam:

[...] se analisado de forma racional, seriam idênticos no comportamento, entretanto, os fatores psicológicos tornam um diferente do outro. Um pode dar mais valor aos bens materiais, o outro aos prazeres da vida. De fato, a relação que os pais possuem com o dinheiro, tem grande influência nas escolhas dos filhos. Da mesma forma, pais que agem de forma impulsiva ao consumo desenfreado não poderão exigir que seus filhos pratiquem uma boa gestão financeira e pensem em um futuro promissor, sem dívidas ou fracassos. Entretanto, escondem um rombo na conta bancária, necessitam implorar por crédito no mercado para quitar dívidas, transformando tudo em uma imensa bola de neve.

A educação financeira infantil é importante para aprimorar o conhecimento das crianças, ensinando a desenvolver uma relação mais saudável com o dinheiro no futuro. Muitos jovens, hoje em dia, não têm controle sobre suas próprias finanças, mesmo com renda própria. Por isso a educação financeira infantil é essencial para ensinar as crianças como guardar dinheiro, investir e construir uma vida mais consciente.

De acordo com Reis (2021, on-line), “a **educação financeira** para educação infantil se baseia em alguns pilares cruciais para o comportamento e a relação das pessoas com o dinheiro. Dentre as principais lições que ela visa passar para as crianças, a principal é que elas aprendam o valor do dinheiro”.

O tema educação financeira infantil vem ganhando grandes destaques nos últimos anos, falar desse tema com as crianças garante uma relação mais saudável com o dinheiro. Ensinar desde cedo qual o real valor do dinheiro, associar a questão de esforço e recompensa, principal lógica do mercado de trabalho e empreendedorismo.

Existe vários métodos que podem ser utilizados para o ensino de educação financeira infantil, como “cofrinhos” e mesadas. Ensinar a poupar dinheiro para comprar o que elas desejam, incentivar a anotarem o que gastam e o que ganham são iniciativas que vão ajudá-las a entenderem melhor sobre o orçamento familiar e a importância de economizar e de investir.

[...] o ato de educar financeiramente é o ponto de partida para criar indivíduos conscientes de importância do dinheiro para a sua vida. É importante ensinar a crianças a comprar itens de forma planejada, a fazer escolhas que lhe proporcione um melhor investimento de sua renda. A criança deve estar organizada e comprometida com a sua estabilidade financeira, para que o seu consumo seja cada vez mais consciente e que a partir da sua organização possa ser percebido que as ações individuais ao longo do tempo irão se expandir para a sociedade gerando um bem-estar comum (Cabral, 2013, p. 6).

A inclusão da educação financeira na rotina das crianças é ideal para que ela possa aprender a lidar com o dinheiro, que os valores das coisas vão além do preço da etiqueta e que não precisamos de muitas coisas para ser feliz. Que o dinheiro é importante, mas não é tudo.

## METODOLOGIA

O presente trabalho é classificado como uma revisão bibliográfica, elaborado de materiais já publicados, constituídos, principalmente, por meio de livros, artigos e sites confiáveis e uma busca sistemática nos bancos de dados Google Acadêmico.

A pesquisa científica com a metodologia de pesquisa bibliográfica inicia-se sobre a educação financeira explicando qual sua modalidade

e quais recursos nos fornecem e finaliza com a educação financeira infantil, auxiliando as crianças a economizar, a guardar seu dinheiro e saber gastar com consciência, conhecer o verdadeiro significado do dinheiro e qual o impacto na sua vida adulta.

Para Andrade (2010, p. 25):

A pesquisa bibliográfica é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis, debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica. Ela é obrigatória nas pesquisas exploratórias, na delimitação do tema de um trabalho ou pesquisa, no desenvolvimento do assunto, nas citações, na apresentação das conclusões. Portanto, se é verdade que nem todos os alunos realizarão pesquisas de laboratório ou de campo, não é menos verdadeiro que todos, sem exceção, para elaborar os diversos trabalhos solicitados, deverão empreender pesquisas bibliográficas.

De acordo com Boccato (2006), a pesquisa bibliográfica busca o levantamento e análise crítica dos documentos publicados sobre o tema a ser pesquisado com intuito de atualizar, desenvolver o conhecimento e contribuir com a realização da pesquisa.

Debater sobre um tema que ainda é um tabu no ramo familiar, a Educação Financeira é assunto de criança? Nessa pesquisa bibliográfica, foi discutido que ainda é novidade entre as famílias, mas é essencial a introdução da educação financeira infantil na vida das crianças. Um tema que está ganhando grandes destaques vem crescendo cada vez mais e que pode mudar o futuro do país.

Por meio da educação financeira, a civilização tem mais autonomia para fazer suas escolhas conforme sua renda, não ficam presas às armadilhas do mercado. A qualidade de vida dos cidadãos está relacionada à boa saúde financeira, se não está bem financeiramente, podem ficar doentes e até ter depressão.

A família tem um papel muito importante na educação sobre finanças, conforme os pais se comportam com relação ao dinheiro em casa, as crianças vão se espelhando, se são pais consumistas, não dão valor ao dinheiro, as crianças quando se tornarem adultas seguirão os exemplos dos pais se tornando endividados. Por isso, incluir a educação financeira na vida familiar auxiliará tanto os pais como os filhos.

Atualmente, as crianças estão ligadas ao luxo, ganham tudo com facilidade, pois os pais estão ocupados com o trabalho e compram sua ausência com presentes. Elas não precisam, na maioria das vezes, fazer esforços para ganhar algo, o dinheiro vem de graça. Gerando consequências para o futuro adulto, crescendo sem o conhecimento financeiro.

Conversar sobre finanças tem que começar em casa, discutir com os filhos sobre as contas do dia a dia, incentivá-los a poupar. Assim, o contato com o dinheiro, desde as primeiras fases de vida, vai se tornando íntimo, pois desde criança passamos a entender a importância do dinheiro, sabendo valorizar cada centavo.

Compreender que dinheiro não é apenas papel, mas sim um fruto de um trabalho suado, realizado com muito custo, de horas de trabalhadas de seus pais. Que cada compra é fundamental considerar o valor daquilo que é comprado, se realmente precisa ou se supérfluo. Saber lidar com o dinheiro, gastar com inteligência, planejar as despesas, saber investir adequadamente. Quanto antes aprender a exercitar os ensinamentos financeiros, terá atitudes para avaliar situações de riscos em transações financeiras, sem comprometer seu futuro.

Concluimos, então, que é fundamental educar financeiramente as crianças desde cedo, para termos, no futuro, adultos com consciência e conhecimento financeiro para uma vida saudável e bem-estar. Que saiba que educação financeira não apenas economizar, mas sim planejar, organizar e controlar.



**CONVERSAR SOBRE FINANÇAS TEM QUE COMEÇAR EM CASA, DISCUTIR COM OS FILHOS SOBRE AS CONTAS DO DIA A DIA, INCENTIVÁ-LOS A POUPAR. ASSIM, O CONTATO COM O DINHEIRO, DESDE AS PRIMEIRAS FASES DE VIDA, VAI SE TORNANDO ÍNTIMO, POIS DESDE CRIANÇA PASSAMOS A ENTENDER A IMPORTÂNCIA DO DINHEIRO, SABENDO VALORIZAR CADA CENTAVO.**

# REFERÊNCIAS

---

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2010.

BOCCATO, V. R. C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. **Rev. Odontol. Univ.**, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1896>. Acesso em: 5 ago. 2024.

CABRAL, B. B. Educação financeira: o primeiro passo para o consumo consciente. **Acadêmico Mundo Multidisciplinar**, Bahia, Ano 1, n. 2, out. 2013. Disponível em: [docplayer.com.br/5321425-Educacao-financeira-o-primeiro-passo-para-consumo-consciente.html](http://docplayer.com.br/5321425-Educacao-financeira-o-primeiro-passo-para-consumo-consciente.html). Acesso em: 5 ago. 2024.

COSENTINO, C. R. E. **Educação financeira**: 6º ano. Curitiba: Positivo, 2014.

DETONI, D. J.; LIMA, M. S. Educação financeira para crianças e adolescentes. *In*: **VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Resende: SEGeT, 2011. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/35114357.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2024.

G1. 1,6 milhão se tornaram inadimplentes em 2021, diz Serasa Experian. **G1**, Rio de Janeiro, 27 maio 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/05/27/16-milhao-se-tornaram-inadimplentes-em-2021-diz-serasa-experian.ghtml>. Acesso em: 5 ago. 2024.

MENDES, J. de S. **Educação financeira para uma melhor qualidade de vida**. 2015. 39 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Matemática Financeira) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2015. Disponível em: <http://www.ensinosuperior.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2016/03/TCC-JULIANA-DE-SOUZA-MENDES.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2024.

REIS, T. Educação financeira infantil: entenda o que é e qual a sua importância. **Suno**, São Paulo, 11 jul. 2021. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/educacao-financeira-infantil/>. Acesso em: 5 ago. 2024.

ROCHA, R. H. Educação financeira em pauta. **HSM do Brasil S.A.**, Barueri, 2008. Disponível em: <http://www.hsm.com.br/artigos/educacao-financeira-em-pauta>. Acesso em: 5 ago. 2024.



MARIA LIDIANE DE LIMA PEDROSA  
JOÃO PEDRO PEREIRA DE SOUSA

# Responsabilidade Social Corporativa e Gestão Estratégica: Uma Análise dos Principais Hipermercados da Cidade de Sobral

*Corporate social responsibility and strategic management: An analysis of the  
main hypermarkets in the city of sobral*

ARTIGO 3

25-43

**Resumo:** Diante da socialização preocupante com as questões sociais e ambientais, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) se apresenta como uma resposta das organizações mediante os impactos causados pelas suas operações tanto ao meio ambiente como à sociedade. Os hipermercados, nessa conjuntura, destacam-se por sua representatividade em meio ao comércio e pela maior ligação e interação com seus stakeholders, especialmente os clientes. Frente a esse contexto, o principal objetivo deste trabalho consiste em analisar a visão dos dois principais hipermercados da cidade de Sobral, quanto à atuação da Responsabilidade Social Corporativa em suas estratégias. Para isso, realizou-se uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, por meio de um levantamento, em que as informações foram obtidas com os gerentes dessas empresas. Como instrumento de coleta de dados, aplicou-se um questionário adaptado de Silva et al. (2015). Observou-se por meio dos resultados obtidos que apenas um dos hipermercados mantém uma relação conjunta entre RSC e Gestão estratégica, enquanto o outro, deixa transparecer falta de interação entre ambas.

**Palavras-Chave:** Gestão estratégica. Hipermercados. Responsabilidade Social Corporativa.

**Abstract:** Faced with the worrisome socialization of social and environmental issues, Corporate Social Responsibility (CSR) is presented as a response by organizations to the impacts caused by their operations both on the environment and on society. Hypermarkets, in this context, stand out for their representativeness in the midst of commerce and for the greater connection and interaction with their stakeholders, especially customers. Faced with this context, the main objective of this work is to analyze the vision of the two main hypermarkets in the city of Sobral, regarding the role of Corporate Social Responsibility in their strategies. For this, a descriptive research was carried out, with a qualitative approach, through a survey, where the information was obtained from the managers of these companies. As a data collection instrument, a questionnaire adapted from Silva et al. (2015) was applied. It was observed through the results obtained that only one of the hypermarkets maintains a joint relationship between CSR and Strategic Management, while the other one shows the lack of interaction between both.

**Keywords:** Strategic management. Hypermarkets. Corporate social responsibility.

## INTRODUÇÃO

Diante das transformações no mundo dos negócios, voltadas precisamente para a atuação sustentável das organizações, a sociedade e o meio ambiente ganham destaque quanto as preocupações e as responsabilidades que elas devem ter e assumir. A adoção de um comportamento socialmente responsável se apresenta como uma necessidade para essas organizações que precisam se adaptar às mudanças do meio em que estão inseridas, levando em consideração fatores como o diferencial competitivo, a melhoria de sua imagem perante a sociedade, o aumento da qualidade de seus produtos etc.

Esse compromisso assumido voluntariamente pela empresa, em virtude de contribuir para um mundo “mais verde”, uma sociedade mais consciente, satisfazendo os aspectos sociais, econômicos e ambientais de seus *stakeholders* (clientes, fornecedores etc.), é denominado de Responsabilidade Social Corporativa (Xavier, 2010). Nesse sentido, as organizações que praticam a Responsabilidade Social Corporativa levam vantagem diante do mercado acirrado em que se encontram, pois tal prática se apresenta como diferencial competitivo.

Para sua permanência no mercado, além da garantia de competitividade, as organizações ocupam-se em traçar estratégias e práticas empresariais, utilizando a Responsabilidade Social na gestão (Esteves; Silva; Aligleri, 2007). Isto é, o ambiente e a sociedade também passam a intervir junto dos objetivos e metas organizacionais, se pondo como componentes da gestão estratégica.

Nessas circunstâncias, o setor varejista é bastante representativo, principalmente no que se refere aos hipermercados. A posição estratégica e privilegiada do varejo na cadeia de valor, estando entre fornecedores e consumidores, promove a geração de oportunidades para ele desenvolver a gestão socialmente responsável dos seus negócios.

Diante do contexto exposto, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: Como ocorre o relacionamento entre Responsabilidade Social

Corporativa e Gestão estratégica nos principais hipermercados da cidade de Sobral? Para responder tal indagação, o objetivo geral deste trabalho constitui-se em analisar a visão dos hipermercados quanto a atuação da Responsabilidade Social Corporativa em suas estratégias.

A grande relevância do varejo para o mercado realça a importância da inclusão desse setor nessa nova conjuntura econômica sustentável. A relação entre Responsabilidade Social Corporativa e Gestão estratégica impacta positivamente este e os demais setores do mercado, dando suporte aos gestores na tomada de decisão, na delimitação dos objetivos e no alcance de resultados. Tal fato indica uma das justificativas para esta pesquisa, além de que o intuito desta também é de servir como instrumento de estudo e informação para aqueles interessados, tais como: estudantes, empresários, comerciantes, fornecedores, entre outros; tendo em vista da crescente visibilidade e interesse que as questões ambientais vêm despertando no meio social e empresarial.

A organização da presente pesquisa dá-se, de início, com esta seção de caráter introdutório. A seção dois aborda o referencial teórico, apresentando a definição dos itens da qual a pesquisa está embasada: Responsabilidade Social Corporativa e Gestão estratégica, assim como aborda o contexto sobre a relação dessas duas ferramentas no âmbito organizacional, e é finalizado com o tópico sobre a sustentabilidade no varejo.

A seção três trata dos procedimentos metodológicos aplicados na pesquisa. As análises dos dados coletados são apresentadas na seção quatro, seguidas das considerações finais e recomendações na seção cinco.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, serão apresentados os principais teóricos que irão embasar a pesquisa. Eles estão separados conforme a abordagem do tema, proporcionando o desenvolvimento da base para o presente estudo.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E SUSTENTABILIDADE NOS NEGÓCIOS

Em meio a esse novo cenário econômico, direcionado para a sustentabilidade dos negócios, as organizações se veem na obrigação de se posicionarem e aderirem a estas mudanças, deparando-se com clientes mais exigentes e mais preocupados com o meio ambiente. Alencastro (2016, p. 23) afirma que, “na hora da compra, além da relação custo/benefício, o consumidor também presta atenção se a empresa tem uma atuação positiva na comunidade em que está inserida”. Os objetivos organizacionais vão além da lucratividade, passando a abranger as questões sociais e ambientais.

Essa nova postura organizacional, em uma contextualização generalizada, leva a denominação de Responsabilidade Social, onde ao longo do tempo foram sendo atribuídas outras especificações dentro deste mesmo termo, como o caso da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), que Tinoco (2010, p. 153-154) assim descreve:

A responsabilidade social corporativa está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais questões como as ambientais e sociais são crescentemente mais importantes para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios [...]. Seu conceito está muito mais próximo das estratégias de sustentabilidade de longo prazo das empresas que, em sua lógica de desempenho e lucros, passam a incluir a necessária preocupação com os efeitos das atividades desenvolvidas e o objetivo de proporcionar bem-estar para a sociedade.

A sociedade e o meio ambiente, como principais afetados pelas operações das organizações, necessitam de um retorno por parte delas, no tocante a conscientização e amenização dos impactos causados, atribuindo a estas uma conduta socialmente responsável e fazendo com que as ne-

cessidades, assim como os direitos deles, estejam sendo atendidos.

Ser sustentável, hoje, é necessário para uma empresa de qualquer setor. Por isso, diante do novo paradigma, todos os negócios estão correndo atrás de estratégias de sustentabilidade, estão tratando de divulgar práticas de RSC e estão criando seus setores, departamentos e áreas responsáveis pela sustentabilidade (Amato Neto, 2015, p. 17). Em outras palavras, o quanto antes as organizações começarem a enxergar o meio ambiente como seu principal desafio e como oportunidade competitiva, maior será a chance de que sobrevivam (Tachizawa, 2011, p. 6-7).

O despertar da sociedade e das organizações para as questões ambientais atribui à RSC a característica de estratégia de diferenciação, ao promover a harmonia dos aspectos econômicos, sociais e ambientais, visando benefícios que partem da redução de custos e impactos ambientais a uma postura sustentável da organização frente ao mercado, assim como o olhar diferenciado dos clientes para com ela, e da qual vem a impactar positivamente tanto a realidade presente, quanto as futuras gerações.

Barbieri e Cajazeira (2009) afirmam que uma organização sustentável é aquela que encaminha as suas atividades conforme as influências e a proporção da sustentabilidade sobre elas. Ou seja, que busca alcançar seus objetivos, visando a igualdade social, a prudência ecológica e a eficiência econômica. Mazzali, Schleder e Pedreira (2013) acrescentam que uma organização que deseja ter suas atividades em continuidade e com uma atuação sustentável, deverá manter o equilíbrio entre as diferentes pressões de seus diversos públicos de relacionamento.

Consoante ao exposto, vê-se a importância da RSC como instrumento gerencial para uma organização. Porém, é importante que tal fato não esteja embasado somente sob as conformidades legais, e, sim, executado efetivamente junto as estratégias da organização, auxiliando os gestores na tomada de decisões, assim como nas operações internas, visando sempre o ambiente e a sociedade.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA COMO PARTE DA GESTÃO ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL

O desafio de se manter no mercado torna-se cada vez mais complicado para as organizações, tendo em vista que estas precisam atender e se adequar a diversos fatores que contribuem para sua permanência nesse cenário econômico competitivo, como por exemplo as mudanças de ambientes, as novas tecnologias, os vários tipos de clientes, a concorrência, entre outros.

Esses são fatores que precisam da execução de uma gestão estratégica para o melhor gerenciamento e otimização, dentro e fora da organização. Morais e Barros (2017, p. 31) abordam a definição de gestão estratégica:

Nas organizações, a gestão estratégica pode ser vista como um processo da alçada da alta administração que, tendo como parâmetro uma gama de condicionante, direciona os objetivos organizacionais globais [...]. Trata-se, portanto, de um processo de gestão cogitado pelos níveis de cúpula que objetiva estabelecer de forma integrada o rumo a ser seguido pela organização, levando-se em conta diversas alternativas de seu posicionamento diante do ambiente.

Andersen (2014) complementa afirmando que o modelo de gestão estratégica é desenvolvido em torno das análises ambientais internas e externas da organização, que visa identificar as vantagens e oportunidades do mercado e encontrar maneiras pelas quais as competências da organização poderão ser de fato usadas para alcançá-las. Isto é, os gestores para melhor conduzir a organização, dispõem de diversos elementos que os norteiam e auxiliam no controle, na organização e na administração dos negócios, e a análise ambiental é um desses principais elementos, porém é necessário que a organização saiba executá-los.

No entanto, para administrar e executar as estratégias, a organização, inicialmente, precisa planejar, consolidar as ideias e fazer uma análise do mercado, dos concorrentes e como citado anteriormente, a análise do ambiente, da qual possa vir a lhe afetar positivamente ou negativamente. Ou seja, antes de se iniciar a gestão estratégica, é elaborado o planejamento estratégico. Seu conceito é descrito por Chiavenato e Matos (2009, p. 36):

O planejamento estratégico é um processo organizacional compreensivo de adaptação organizacional pela aprovação, tomada de decisão e avaliação. Procura responder a algumas questões básicas, como: porque a organização existe, o que e como ela faz. O resultado do processo é um conjunto de planos altamente integrado e flexível que serve para guiar a ação organizacional por um prazo de tempo pela frente.

Enquanto o planejamento estratégico formula a base para as definições dos objetivos e metas, ou seja, traça as direções para a tomada de decisão, a gestão estratégica toma parte da execução, pondo em prática todo esse planejamento.

Segundo Nogueira (2014), nenhuma estratégia é executada sozinha e é necessário adotar um modo de ordenação da ação que possibilite estabelecer um padrão de conduta estratégica para a organização. Tal adoção, diz respeito às atividades de planejamento, que são indispensáveis para que uma organização possa crescer não só no curto prazo, mas também no futuro. O mesmo autor afirma que estratégia e planejamento são conceitos centrais para uma gestão de sucesso.

Nesse contexto, a RSC, somada ao planejamento estratégico, apresenta-se como estratégia de diferencial competitivo, sendo vista não somente como um custo para a organização, e, sim, como um elemento integrante da gestão, pois, ao ser incorporada nas estratégias organizacionais, unirá os interesses da empresa com os interesses sociais, promovendo maior interação entre ambos e



**[...] COMO TODO ELEMENTO DO DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO, A RESPONSABILIDADE SOCIAL COMEÇA COM A ANÁLISE DO AMBIENTE. OS ADMINISTRADORES ANALISAM TANTO OS PROBLEMAS COMO AS OPORTUNIDADES DO AMBIENTE EM RELAÇÃO A SEUS IMPACTOS SOBRE A SOCIEDADE.**

possibilitando da empresa conhecer melhor seus clientes, fornecedores e o ambiente em que está inserida.

De acordo com Certo e Paul (2010, p. 279):

[...] como todo elemento do desenvolvimento estratégico, a Responsabilidade Social começa com a análise do ambiente. Os administradores analisam tanto os problemas como as oportunidades do ambiente em relação a seus impactos sobre a sociedade.

Afinal, a Responsabilidade Social visa tanto o interno como o externo da organização abrange, por exemplo, desde as melhorias nas condições de trabalho dos funcionários, a redução da poluição ao meio ambiente.

Tachizawa (2011, p. 6) complementa todo esse contexto afirmando que “as organizações que tomarem decisões estratégicas integradas à questão ambiental e ecológica conseguirão significativas vantagens competitivas, quando não, redução de custos e incremento nos lucros a médio e longo prazos”.

Desta forma, na realidade em que se encontra o mercado, a atuação em conjunto da gestão, do planejamento estratégico e da Responsabilidade Social, torna-se fundamental para a permanência das organizações nele, visto que estes são fatores que dão alicerce para a tomada de decisão, isto é, que norteiam os gestores para o melhor direcionamento da organização e onde tais fatores precisam acompanhar o ritmo da economia e se adaptarem as mudanças provenientes da mesma, dentro de um processo contínuo e flexível.

## **SUSTENTABILIDADE NO VAREJO: HIPERMERCADOS**

Essa nova conduta sustentável das empresas abrange as diversas áreas do mercado, principalmente o varejo, onde Camarotto (2009, p. 15) diz que “varejista é qualquer instituição cuja atividade principal consiste na venda de produtos e serviços para o consumidor final”. Nesse setor, inserem-se os hipermercados, em que o autor caracteriza-os como grandes varejistas que oferecem produtos alimentícios e não alimentícios.

Estas organizações visam atender a maioria das necessidades dos consumidores ao apresentar grande variedade em produtos e preços que são dispostos no atacado e varejo, sobre uma ampla estrutura física. No entanto, as necessidades

de consumo visam requisitos que vão além de preço e quantidade, pois um produto influencia e é influenciado pelo ambiente, o comércio e a população.

Nesse cenário, a sustentabilidade como prática da RSC torna-se uma importante aliada dessas organizações, assim como dos supermercados, pois esses também se incluem no setor varejista. Tal afirmação se confirma sobre a matéria: Supermercados lideram práticas sustentáveis, do *Jornal Meio e Mensagem*, que relata que essa preocupação com a sustentabilidade passa pela comunicação diferenciada no ponto de venda, o produto ecoeficiente de menor impacto ambiental ou o produto solidário feito por comunidades e que o varejo está mais próximo do cliente para fazer campanhas de conscientização socioambiental, e dar acesso às informações sobre o impacto dos produtos.

Em meio a essa influência que os hipermercados têm sobre o comércio, a sociedade e a cadeia de abastecimento, torna mais próxima a relação dos clientes para com essas ações, ou seja, dessa conduta consciente, passando a ser um exemplo de sustentabilidade.

Contudo, essa inserção da Responsabilidade Social no varejo é baseada em um contexto histórico de desenvolvimento, disseminação e aceitação. Os autores Gelman e Parente (2008) relatam que há muitos anos a Fundação Getúlio Vargas/ Escola de Administração de Empresas de São Paulo (FGV/EAESP) iniciou um movimento para incorporar a Responsabilidade Social Empresarial ao setor varejista brasileiro, e que o marco inicial desse movimento ocorreu no Rio de Janeiro, em 24 de agosto de 2000, com a realização do 1º Fórum Brasileiro de Tendências e Responsabilidade Social no Varejo.

Embora tenham sido importantes as iniciativas de realização de fóruns, os mesmos autores afirmam que era necessária uma consolidação, uma união de novos esforços para que as organizações varejistas entendessem que a realização de uma ação de filantropia não as tornavam uma organização sustentável, e que a Responsabilidade

Social deveria ser introduzida continuamente no dia a dia dos negócios.

Desta forma, o Centro de Excelência em Varejo (GVcev) da FGV EAESP, criou, em 2003, o Prêmio de Responsabilidade Social no Varejo como uma maneira de reconhecer e incentivar as ações, os programas e projetos de Responsabilidade social nessas organizações. No ano seguinte, em 2004, para melhor fortalecer esse movimento sustentável, todas essas iniciativas citadas anteriormente impulsionaram a GVcev a criar o Programa de Responsabilidade Social no Varejo, com os objetivos de capacitar, reconhecer, gerar e disseminar conhecimento sobre as práticas de Responsabilidade Social.

Esses são, portanto, alguns dos fatos que vieram a desencadear e a fortalecer a Responsabilidade Social junto ao varejo, isto é, tornar esse ramo um promotor da sustentabilidade, pois este, sendo um elo entre o fornecedor e o consumidor, pode contribuir na mudança de hábitos destes, a começar pelos hábitos de consumo, seguidos de uma educação sustentável.

Praticar a Responsabilidade Social é, portanto, característica de uma gestão eficiente e atuante que direciona seus objetivos e metas a todos os aspectos, sejam eles sociais, econômicos e principalmente ambientais. Assim, tal prática deve ser constante nas organizações e incorporada na sua gestão, com o propósito de alinhar suas estratégias às práticas de RSC. Acrescentando a essa ideia, Certo e Paul (2010) aborda que, quando iniciada a formulação da estratégia de Responsabilidade Social, o objetivo é de desenvolver ações adequadas para lidar com ela, por meio de alternativas como a instalação de canais para o recebimento de reclamações de consumidores, o oferecimento de informações mais detalhadas no rótulo, e entre outras.

O setor varejista, por estar mais próximo de seus *stakeholders*, ou seja, clientes, fornecedores e outras partes interessadas no negócio, possibilita uma melhor análise destes, assim como do ambiente, para melhor executar e desenvolver essas

alternativas. Isto é, as ações da Responsabilidade Social agregada as estratégias organizacionais, proporciona a organização, uma visão abrangente do seu interior e exterior, ao detectar suas forças e deficiências, assim como as ameaças e oportunidades do mercado.

Betioli *et al.* (2012) afirmam que as questões ambientais, sociais, éticas e até culturais ganham pesos nas escolhas por parte das corporações, e que se constituem como novos parâmetros. Assim, é fundamental que as organizações procurem se adequar a esses novos parâmetros, incluindo-os para junto da gestão, pois a organização como integrante da sociedade precisa interagir e se relacionar com eles, em que a melhor forma para tal ação é trazê-los para mais próximo de si.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para Prodanov; Freitas (2013, p. 14), a metodologia envolve a utilização de procedimentos e técnicas que precisam ser seguidos para desenvolver o conhecimento, visando comprovar sua validade e utilidade em diferentes áreas da sociedade.

Uma pesquisa bem estruturada e de qualidade, requer o seguimento de métodos que conduzem o seu passo a passo, promovendo solidez e riqueza nos dados e informações dela, onde na metodologia está a estrutura, ou seja, a base que norteia o estudo a ser desenvolvido.

## ABORDAGEM DA PESQUISA

Pesquisas qualitativas têm uma abordagem histórico-social e tem caráter exploratório, detectando a forma em que os seres humanos se relacionam historicamente. Elas fazem emergir aspectos históricos, subjetivos e atingem motivações não explícitas, ou mesmo não conscientes de forma espontânea (Furlanetti; Nogueira, 2015, p. 13). Aqui, analisa-se o exame da natu-

reza, do alcance e das interpretações possíveis para o fenômeno estudado (Bonat, 2009, p. 12).

Portanto, a presente pesquisa foi do tipo qualitativa, pois tem como objetivo analisar e compreender, através dos conceitos, das informações e interpretações, a forma como a RSC é associada aos objetivos e estratégias organizacionais.

## FINALIDADE/ OBJETIVO DA PESQUISA

No que se refere à finalidade e/ou objetivo, a pesquisa classificou-se como descritiva. As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis (Gil, 2008, p. 28).

A pesquisa descritiva, conforme diz o próprio nome, descreve uma realidade tal como esta se apresenta, conhecendo-a e interpretando-a por meio da observação, do registro e da análise dos fatos ou fenômenos (variáveis). Ela procura responder questões do tipo “o que ocorre” na vida social, política e econômica, sem, no entanto, interferir nessa realidade (Fonseca, 2009, p. 22).

Desta forma, neste trabalho foi demonstrada a importância do elo entre a RSC e a Gestão estratégica, assim como verificar de que forma estes elementos atuam nos dois principais hipermercados da cidade de Sobral.

## PROCEDIMENTOS DA PESQUISA

A pesquisa quanto aos seus procedimentos foi classificada como um levantamento (*survey*). Segundo Gil (2008, p. 55), “as pesquisas deste tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Na maioria dos levantamentos, não são pesquisados todos os integrantes da população estudada”.

Para a melhor obtenção e análise das informações e dos dados, tornou-se viável a utilização de

um levantamento com a aplicação de um questionário. As interrogações possibilitaram a pesquisadora conhecer e identificar as ações sociais desenvolvidas pelos principais hipermercados da cidade de Sobral, e como estas são incluídas na gestão dessas organizações, sob o foco estratégico.

O questionário aplicado pessoalmente possibilitou uma maior interação do entrevistado com a pesquisadora, assim como passou mais segurança a este, deixando espaço para tirar dúvidas entre ambas as partes e deixando o questionário mais rico em informações.

O levantamento foi realizado entre os meses de fevereiro e março do presente ano. Por questões de sigilo e privacidade, as organizações pesquisadas não serão identificadas, e devido tal fato, serão classificadas como Hipermercado A e Hipermercado B.

## DADOS DA PESQUISA

Segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 50):

toda pesquisa, em especial a pesquisa descritiva, deve ser bem planejada se quiser oferecer resultados úteis e fidedignos. Esse planejamento envolve também a tarefa de coletas de dados, que corresponde a uma fase intermediária da pesquisa descritiva.

Para a coleta dos dados, inicialmente, foi feita uma busca de informações nos sites das organizações, quanto a sua posição para com a sustentabilidade, no que diz respeito à disposição de links sobre o assunto, assim como a divulgação de projetos e ações voltadas para este meio, e entre outros aspectos, que vieram a somar para a consolidação dos dados.

Outra principal ferramenta foi o questionário realizado com os gestores das organizações, por meio de questões fechadas. A amostra da pesquisa se delimitou a esses, pois, como Gil (2008) citou anteriormente, nem sempre se utiliza de toda a popu-

lação estudada, e visto que eles são mais “apropriados” para responder tais questionamentos.

A referida ferramenta foi adaptada de um artigo científico publicado pela Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade (GeAS), de Silva *et al.* (2015). Os autores do artigo, elaboraram o questionário com 30 questões divididas em duas categorias. A primeira voltou-se para as práticas de RSC e a segunda, foi a soma da primeira junto da estrutura organizacional.

Para melhor ajustar-se ao tema da pesquisa, realizou-se uma combinação dessas questões, junto de outras realizadas pela pesquisadora, totalizando quinze.

## ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados da pesquisa consistiu sobre a coleta das informações adquiridas nos questionários respondidos pelos gerentes dos hipermercados. Para melhor averiguação e comparação dessas informações, o questionário foi inserido em formato de quadro, possibilitando alinhar e destacar as respostas obtidas, assim como as coincidências e divergências delas. Com base no tema da pesquisa, as perguntas foram estruturadas em duas categorias: RSC e Gestão estratégica. A primeira constando 10 questões; e a segunda 5 questões, percorridas nos quadros 1 e 2, respectivamente.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Nesta primeira categoria, foi analisado o exercício da RSC nos dois hipermercados, visando tanto seu ambiente interno como o externo. Verificou-se desde as relações da empresa, sua posição quanto a RSC, assim como seu posicionamento para com funcionários e comunidades, entre outros aspectos. O Quadro 1 a seguir delimita e ordena essas informações conforme os dados obtidos.

**Quadro 1.** Responsabilidade Social Corporativa

	HIPERMERCADO A	HIPERMERCADO B
1. As relações da empresa (afiliações, membros etc.) com associações empresariais promovem Responsabilidade Social Corporativa?	SIM	SIM
2. A empresa tem uma definição formal de Responsabilidade Social Corporativa e/ou Sustentabilidade?	SIM	SIM
3. Onde a empresa coloca-se em relação a sua experiência de Responsabilidade Social Corporativa?		
Líder	X	X
Melhor seguidor		
Estágio de implementação		
Cumprimento básico		
Nada.		
4. A empresa possui política de sustentabilidade na comunidade?	SIM	SIM
Política de desenvolvimento sustentável	X	X
Política ambiental	X	X
Política de relacionamento com a comunidade		X
Política de saúde e segurança	X	X
Política de fornecedores	X	X
Política de mudança climática		
Política de direitos humanos		
Política de recursos humanos	X	
Outros.		
5. A empresa possui um código de conduta implementado?	SIM	SIM
	HIPERMERCADO A	HIPERMERCADO B
6. O código de conduta lida com:		
Corrupção e suborno	X	X
Discriminação	X	X
Confidencialidade e uso da informação	X	X
Relação com competidores	X	X
Conflitos de interesse	X	X
Saúde ocupacional e segurança	X	X

	HIPERMERCADO A	HIPERMERCADO B
Violência/perseguição	X	X
Local de trabalho	X	X
Ambiente	X	X
Desenvolvimento sustentável	X	X
Não se aplica		
Outros		
7. Existe um setor organizacional específico responsável pela gestão e monitoramento de Responsabilidade Social Corporativa? Se sim, qual nome do setor?	SIM. SETOR ADMINISTRATIVO	SIM. ÁREA DE RESPONSABILIDADE SUSTENTÁVEL
8. Quais são as principais funções do setor Responsabilidade Social Corporativa?		
Governança corporativa		X
Gestão de riscos	X	X
Ética	X	X
Assuntos Governamentais	X	X
Ambiental	X	X
Saúde e segurança	X	X
Assuntos Comunitários – Doações	X	X
Assuntos Comunitários – Projetos Sociais		X
Fornecedores – foco no desenvolvimento sustentável	X	X
Produtos e serviços – perspectiva de desenvolvimento sustentável	X	X
9. A quais outras funções a função “Responsabilidade Social Corporativa” está ligada?		
Comunicação corporativa,	X	
Assuntos corporativos/externos,	X	
Suporte	X	
Recursos Humanos	X	X
Marketing	X	X
Comunicação Interna,	X	
Planejamento e Estratégia	X	
Assuntos da Comunidade		
Assuntos Legais	X	

	HIPERMERCADO A	HIPERMERCADO B
Operações	X	
Assuntos Governamentais	X	
Assuntos de Risco	X	
Outros		
10. Para a empresa, a Responsabilidade Social Corporativa é um diferencial competitivo?	SIM	SIM

Fonte: os autores.

A primeira questão buscou identificar se as relações dos hipermercados com associações empresariais promovem a RSC, e onde ambos responderam que sim. Dessa forma, as parcerias, afiliações e relações com demais organizações, incentivam e impulsionam as práticas de RSC. Tais práticas, quando trabalhadas em conjunto, melhor são otimizadas e estruturadas no meio organizacional.

Quanto à segunda questão, os dois hipermercados afirmaram ter uma definição formal de RSC e/ou sustentabilidade. Afirmação essa, que destaca a clareza de conceitos por parte das duas organizações. O conhecimento e a definição de determinado fato fazem com que eles sejam bem mais usufruídos e melhor executados; isto é, ao saber o que é a RSC, as organizações têm uma maior facilidade para implementá-la e utilizá-la da melhor forma possível.

Seguindo o embasamento da segunda questão, os hipermercados, ao obterem essa definição formal de RSC e/ou sustentabilidade, isto é, possuir uma estrutura conceitual, indaga-se na terceira questão em que eles se colocam em relação a sua experiência de Responsabilidade Social Corporativa, em que ambos se posicionam como líder.

Posteriormente, abordou-se sobre a existência de uma política de sustentabilidade na comunidade. Essa quarta questão foi segmentada em várias possibilidades e as duas organizações marcaram mais de uma opção, afirmando que elas condiziam com a sua realidade e não somente uma. Desta forma, as políticas que se coincidiram entre os supermercados, foram as de desenvolvimento sustentável, a ambiental, a de saúde e segurança e de

fornecedores. Observa-se, portanto, a preocupação destes com a questão principalmente ambiental para com a comunidade, levando-se em consideração a redução dos impactos causados ao meio ambiente. Nesse contexto, Xavier (2010) afirma sobre estudos econômicos revelarem que, ao adotarem uma política de RSC, as empresas podem se tornar mais rentáveis e sustentáveis, em que elas passam a obter uma maior longevidade, comparadas a outras que focam somente em estratégias econômicas.

As questões cinco e seis trataram da implementação de um código de conduta, em que os dois hipermercados afirmam possuírem. Assim, várias alternativas compuseram a sexta questão, para saber com quais aspectos esse código de conduta lida. Consoante ao que responderam os gerentes anteriormente, eles marcaram todas as alternativas. As opções se voltaram para a atuação do código de conduta tanto no ambiente interno como no externo da organização, percebendo-se a preocupação dos hipermercados no tocante aos seus clientes, funcionários e a sociedade.

A existência de um setor organizacional específico responsável pela gestão e monitoramento de RSC, na sétima questão, é confirmada pelos dois hipermercados, em que posteriormente, na mesma questão, questiona-se o nome do setor. O Hipermercado A descreve como setor administrativo, enquanto o Hipermercado B define como área de responsabilidade sustentável. Nesse sentido, verifica-se que o hipermercado A não tem um setor específico que administra e monitora a RSC, pois tal função é voltava para o setor administrati-

vo, que é responsável por várias outras atividades. Diferentemente, o Hipermercado B aponta uma área que lida, exclusivamente, com as questões sustentáveis, logo, estas, tem uma particularidade, uma atenção singular.

No que diz respeito à questão oito, indaga-se sobre as principais funções desse referido setor. As várias opções dispostas, foram assinaladas em maioria pelos hipermercados, porém o gerente do Hipermercado B enfatizou a questão dos produtos e serviços na perspectiva de desenvolvimento sustentável, por ser uma das pautas da qual a organização mais prioriza. Destaca-se que os assuntos comunitários, voltados para projetos sociais, foram as opções descartadas pelo Hipermercado A.

A penúltima questão da categoria RSC indaga a quais outras funções a função RSC está ligada. O Hipermercado A evidenciou todas as

alternativas dispostas, exceto os assuntos da comunidade, e o B assinalou marketing e recursos humanos. Seguidamente, a RSC como diferencial competitivo é reconhecida pelas duas organizações na décima questão. Ambas têm essa “visão atualizada”, dessa realidade voltada para a conduta e a ação sustentável.

## GESTÃO ESTRATÉGICA

O Quadro 2, apresentado na segunda categoria, buscou analisar como a RSC é vista em meio as estratégias organizacionais, isto é o enquadramento das questões sociais e ambientais nos objetivos e metas da organização. Para tanto, foram realizadas cinco questões, complementando as dez anteriores e totalizando o questionário com quinze.

Quadro 2. Gestão estratégica

	HIPERMERCADO A	HIPERMERCADO B
11.Os objetivos e metas da empresa abrangem os aspectos sociais, econômicos e ambientais?	SIM	SIM
12.Sustentabilidade é preocupação integrante do processo de definição de objetivos estratégicos anuais ao nível de negócio?	SIM	SIM
13.Responsabilidade Social Corporativa e Estratégia: qual é a melhor sentença que descreve aproximação?		
RSC não está integrada à estratégia		
RSC está parcialmente integrada à estratégia		
RSC está alinhada à estratégia, depois de a estratégia estar definida	X	
RSC influencia o cenário estratégico		X
RSC guia o cenário estratégico		X
14. A adoção de práticas de Responsabilidade Social Corporativa impacta os resultados da organização?		
Negativamente ou positivamente?	SIM. POSITIVAMENTE.	SIM. POSITIVAMENTE.
15. O planejamento estratégico da empresa é elaborado com vista do seu ambiente interno e externo?	SIM	SIM

Fonte: os autores.



**SILVA ET AL. (2015)  
COMPLEMENTAM  
AFIRMANDO QUE, A  
PARTIR DO MOMENTO  
EM QUE A EMPRESA  
TOMA CONSCIÊNCIA  
DA SIGNIFICÂNCIA DOS  
ASSUNTOS QUE DIZEM  
RESPEITO A RSC, A  
REALIZAÇÃO DE AÇÕES  
É FACILITADA E ADERIDA  
PELOS DIVERSOS NÍVEIS  
ORGANIZACIONAIS.**

O primeiro item traz a reflexão sobre muitas empresas ainda atribuírem somente os aspectos econômicos aos seus objetivos e metas, ou seja, ter o foco apenas no lucro. O mesmo não acontece com os dois hipermercados ao afirmarem que os aspectos sociais e ambientais também fazem parte da obtenção dos resultados organizacionais.

Seguindo o contexto anterior, a questão doze indaga sobre a sustentabilidade ser preocupação integrante do processo de definição dos objetivos estratégicos anuais, e onde os hipermercados afirmam que sim. Desta forma, Silva *et al.* (2015) complementam afirmando que, a partir do momento em que a empresa toma consciência da significância dos assuntos que dizem respeito a RSC, a realização de ações é facilitada e aderida pelos diversos níveis organizacionais. Quanto à relação entre RSC e Estratégia, os hipermercados são questionados sobre a melhor sentença que descreve essa aproximação. O Hipermercado A assinalou que a RSC está alinhada à estratégia, depois de a estratégia estar definida, enquanto o Hipermercado B destacou duas alternativas que diz sobre a RSC influenciar e guiar o cenário estratégico. Atente-se, portanto, para o que eles responderam na questão anterior, ao afirmarem que sustentabilidade é uma preocupação integrada na definição dos objetivos estratégicos, e onde o Hipermercado A se contradiz ao relatar que, primeiramente, é definida a estratégia e só depois que é alinhada a RSC junto a si.

Diante de tal situação, percebe-se que não há a integração, o relacionamento e a ação conjunta entre RSC e Gestão estratégica no Hipermercado A. Contrariamente, o Hipermercado B destaca essa relevância que a RSC tem para a estratégia organizacional ao afirmar que o cenário estratégico é influenciado e guiado por ela.

O questionamento acerca das práticas de RSC impactarem os resultados da organização é concordado pelos dois hipermercados, e eles afirmam que tal impacto é positivo. Nessa décima quarta questão, observa-se que os resultados almejados por uma organização não são obtidos somente com base no seu lucro, pois aspectos como a satisfação dos clientes, sua conduta para com o meio ambiente, a escolha de seus fornecedores, seu relacionamento com a comunidade e funcionários, também influenciam em seus resultados.

Finalizando a análise de dados, a questão quinze retrata o planejamento estratégico dos hipermercados, em que indaga se ele é elaborado com vista dos ambientes interno e externo dessas organizações, e ambas afirmam que sim. Destaca-se, portanto, a importância de se ter uma visão amplificada e estratégica de todo o ambiente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo geral analisar a visão dos hipermercados quanto à atuação da RSC em suas estratégias, e ele foi alcançado mediante aplicação de um questionário contendo quinze questões, que foi respondido pelos gerentes dessas empresas no período correspondido entre os meses de fevereiro e março do presente ano. Para tanto, utilizou-se de uma pesquisa descritiva de caráter qualitativa.

O questionário, que foi dividido em duas categorias, abordando os dois temas principais da pesquisa: RSC e Gestão estratégica, possibilitou a análise da atuação e aproximação entre ambos, permitindo responder a problemática do presente estudo: Como ocorre o relacionamento entre RSC e Gestão estratégica nos hipermercados?

Diante das análises e interpretações dos dados, observou-se que, em ambos os hipermercados, as práticas de RSC são presentes, levando em consideração suas relações com associações empresariais, as questões que envolvem o código de conduta dessas empresas, além da existência de um setor específico pela gestão e monitoramento de RSC.

A disposição de uma área de responsabilidade sustentável por parte do Hipermercado B leva a uma presença mais marcante da RSC, no sentido de que esta ocupa um lugar representativo, isto é, pressupõe-se que há uma equipe ou um grupo que trabalhe com foco nessas questões, promovendo o desenvolvimento e crescimento dessa área. O Hipermercado A, ao contrário, atribui a gestão e monitoramento da RSC ao setor administrativo, logo, percebe-se uma “dispersão” por parte das questões sociais e ambientais, em meio aos outros setores.

Na relação entre Gestão estratégica e RSC, percebeu-se que o Hipermercado A caracteriza esta última como um ponto a ser discutido de

pois das estratégias serem definidas, quer dizer que, ela não é um componente direto das estratégias organizacionais, ou seja, não atua em conjunto do planejamento e nem dos objetivos estratégicos, e sendo que estes, são aspectos que foram considerados nos questionamentos, e da qual o referido hipermercado se contradisse. O Hipermercado B, por sua vez, apontou a RSC como influência e guia do cenário estratégico, deixando clara essa integração, esse elo entre a sustentabilidade e as questões sociais com as estratégias da organização.

Contudo, diante do objetivo exposto, nota-se que, no Hipermercado A, há a ausência desse foco e dessa visão estratégica para com as questões ambientais, e assim como a falta de reconhecimento da importância desses elementos. No Hipermercado B, percebe-se essa incorporação da RSC as estratégias da gestão no tocante a atuação conjunta, em prol de melhores resultados para a organização.

Em síntese, os resultados desta pesquisa permitiram compreender que os hipermercados precisam rever muitos aspectos para então se considerarem como líder em suas experiências de RSC. Tal consideração foi assinalada pelas duas empresas no questionário. Ressalta-se também a importância da necessidade de reverem seus organogramas, em prol da delimitação e integração conjunta da RSC e gestão estratégica, a fim de dar suporte e contribuir para o sucesso organizacional.

Recomenda-se, em pesquisas futuras, a realização de um estudo que aborde com mais afinco a forma de incorporação da RSC as estratégias organizacionais sobre outros hipermercados e até mesmo sobre outros setores que incorporam o varejo, como os supermercados. Assim como também se sugere a realização desse estudo para com os consumidores, proporcionando uma análise da visão que eles têm para com a postura sustentável dessas organizações.

# REFERÊNCIAS

---

- ALENCASTRO, M. S. C. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. 2 ed. Curitiba: Ed. InterSaber, 2016.
- AMATO NETO, J. **A era do ecobusiness: criando negócios sustentáveis**. Barueri, SP: Ed. Manole, 2015.
- ANDERSEN, T. J. **Gestão estratégica: uma introdução**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2014.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade Social Empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2009.
- BETIOL, L. S. *et al.* **Compra sustentável: a força do consumo público e empresarial para uma economia verde e inclusiva**. 1 ed. São Paulo: Ed. Programa Gestão Pública e Cidadania, 2012.
- BONAT, D. **Metodologia da Pesquisa**. 3 ed. Curitiba: Ed. IESDE Brasil S.A, 2009. CAMAROTTO, M. R. **Gestão de Atacado e Varejo**. Curitiba: Ed. IESD Brasil S.A, 2009.
- CERTO, S.; PAUL, J. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégica**. 3 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia Científica**. 6 ed. São Paulo: Ed. Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIAVENATO, I.; MATOS, F. G. de. **Visão e ação estratégica: Os caminhos da competitividade**. 3 ed. Barueri, São Paulo: Ed. Manole, 2009.
- CONCEIÇÃO, A. C. da. Supermercados lideram práticas sustentáveis. **Meio e mensagem**. São Paulo, 23 ago. 2012. Edição n° 1523. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2012/08/23/supermercados-lideram-praticas-sustentaveis.html>. Acesso em: 01 jan. 2023.
- ESTEVES, M. L.; SILVA, S. S. da; ALIGLERI, L. M. Gestão estratégica da responsabilidade social: O caso das empresas do setor de atacado e comércio exterior na Região Sul do País. **Revista FAE**, Curitiba, v. 10, n. 1, 2007, p. 19-26.
- FONSECA, R. C. V. da F. **Metodologia do Trabalho Científico**. Curitiba: Ed. IESDE Brasil S.A, 2009.
- FURLANETTI, A. C.; NOGUEIRA, A. S. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Ed: Clube de autores, 2015.
- GELMAN, J. J.; PARENTE, J. **Varejo Socialmente Responsável**. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2008.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-cmc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2023.
- MAZZALI, R.; SCHLEDER, A.; PEDREIRA, E. R. **Gestão de negócios sustentáveis**. 1 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2013.

MORAIS, R. M. de; BARROS, T. de S. **Gestão de estratégias**: Uma nova abordagem de planejamento. 1 ed. Curitiba: Ed. InterSaberes, 2017.

NOGUEIRA, C. S. (Org.). **Planejamento Estratégico**. São Paulo: Ed. Pearson Education do Brasil, 2014.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do Trabalho Científico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. FE-EVALE, 2013.

SILVA, A. H. *et al.* Responsabilidade social corporativa e estrutura organizacional em empresas participantes do programa gaúcho de qualidade e produtividade (PGQP). **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade- GeAS**, São Paulo, v. 4, n. 3. setembro/dezembro, 2015.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**. 7. ed. São Paulo. Ed. Atlas, 2011.

TINOCO, J. E. P. **Balço social e o relatório da sustentabilidade**. São Paulo. Ed. Atlas, 2010.

XAVIER, A. V. Responsabilidade Social Corporativa: Um Enfoque Multidisciplinar no Contexto Globalizado. **Desenvolvimento em Questão**. Ed. Unijuí. Ano 8, n. 6, 2010.

# APENDICE

## QUESTIONÁRIO APLICADO AOS DOIS PRINCIPAIS HIPERMERCADOS DA CIDADE DE SOBRAL

**Categoria: responsabilidade social corporativa**

**1. As relações da empresa (afiliações, membros etc.) com associações empresariais promovem Responsabilidade Social Corporativa?**

( ) Sim ( ) Não

**2. A empresa tem uma definição formal de Responsabilidade Social Corporativa e/ou Sustentabilidade?**

( ) Sim ( ) Não

**3. Onde a empresa coloca-se com relação a sua experiência de Responsabilidade Social Corporativa?**

- ( ) Líder  
( ) Melhor seguidor  
( ) Estágio de implementação  
( ) Cumprimento básico  
( ) Nada.

**4. A empresa possui política de sustentabilidade na comunidade?**

- ( ) Política de desenvolvimento sustentável ( ) Política de mudança climática  
( ) Política ambiental ( ) Política de direitos humanos  
( ) Política de relacionamento com a comunidade ( ) Política de recursos humanos  
( ) Política de saúde e segurança ( ) Outros.  
( ) Política de fornecedores

**5. A empresa possui um código de conduta implementado?**

( ) Sim ( ) Não

**6. O código de conduta lida com:**

- ( ) Corrupção e suborno ( ) Discriminação  
( ) Confidencialidade e uso da informação ( ) Relação com competidores  
( ) Conflitos de interesse ( ) Saúde ocupacional e segurança  
( ) Violência/perseguição ( ) Local de trabalho  
( ) Ambiente ( ) Não se aplica  
( ) Desenvolvimento sustentável ( ) Outros.

**7. Existe um setor organizacional específico responsável pela gestão e monitoramento de Responsabilidade Social Corporativa? Se sim, qual nome do setor?**

**8. Quais são as principais funções do setor Responsabilidade Social Corporativa?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Governança corporativa.   | <input type="checkbox"/> Gestão de riscos.                         |
| <input type="checkbox"/> Ética.  | <input type="checkbox"/> Assuntos Governamentais.                  |
| <input type="checkbox"/> Ambiental.  | <input type="checkbox"/> Saúde e segurança.                        |
| <input type="checkbox"/> Assuntos Comunitários – Doações.                                  | <input type="checkbox"/> Assuntos Comunitários – Projetos Sociais. |
| <input type="checkbox"/> Fornecedores – foco no desenvolvimento sustentável.               |  |
| <input type="checkbox"/> Produtos e serviços – perspectiva de desenvolvimento sustentável. |  |

**9. A quais outras funções a função Responsabilidade Social Corporativa estão ligadas?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Comunicação corporativa.   | <input type="checkbox"/> Assuntos corporativos/externos.     |
| <input type="checkbox"/> Suporte.                   | <input type="checkbox"/> Recursos Humanos.                   |
| <input type="checkbox"/> Marketing.                 | <input type="checkbox"/> Comunicação Interna.                |
| <input type="checkbox"/> Planejamento e Estratégia. | <input type="checkbox"/> Assuntos da Comunidade.             |
| <input type="checkbox"/> Assuntos Legais.           | <input type="checkbox"/> Operações, Assuntos Governamentais. |
| <input type="checkbox"/> Assuntos de Risco.         | <input type="checkbox"/> Outros.                             |

**10. Para a empresa, a Responsabilidade Social Corporativa é um diferencial competitivo?**

- Sim  Não

Categoria: gestão estratégica

**11. Os objetivos e metas da empresa abrangem os aspectos sociais, econômicos ambientais?**

- Sim  Não

**12. Sustentabilidade é preocupação integrante do processo de definição de objetivos estratégicos anuais ao nível de negócio?**

- Sim  Não

**13. Responsabilidade Social Corporativa e Estratégia: qual é a melhor sentença que descreve aproximação?**

- RSC não está integrada à estratégia,  
 RSC está parcialmente integrada à estratégia,  
 RSC está alinhada à estratégia, depois de a estratégia estar definida,  
 RSC influencia o cenário estratégico,  
 RSC guia o cenário estratégico.

**14. A adoção de práticas de Responsabilidade Social Corporativa impacta os resultados da organização? Negativamente ou positivamente?**

**15. O planejamento estratégico da empresa é elaborado com vista do seu ambiente interno e externo?**

- Sim  Não



NÁDIA NARA DE GODOY  
ADELIR TEREZINHA GADOTTI

# O Perfil Profissional do Egresso do Curso de Ciências Contábeis EaD da Uniasselvi

*The professional profile of the Accounting alumni of Uniasselvi's distance  
education*

ARTIGO 4

44-53

**Resumo:** Com números crescentes desde início do século XXI e com excelentes previsões, a educação a distância (EaD) amplia seu alcance e abrange cada vez mais brasileiros nas mais variadas regiões. Por sua vez, o mercado de trabalho tem se tornado bastante exigente, e alguns fatores são cruciais no momento da escolha por talentos, além de buscar profissionais qualificados, graduados, com experiência e cursos de aperfeiçoamento, o mercado busca também por pessoas comprometidas. Com isso, este artigo tem como objetivo encontrar o perfil profissional do egresso do curso de Ciências Contábeis, formados na modalidade EaD da Uniasselvi. Para encontrá-lo, foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário fechado, composto por perguntas de multiescolhas e encaminhado aos egressos do curso. O questionário foi enviado para uma quantidade formados, dos quais alguns responderam, no qual chamaremos de amostra.

**Palavras-chave:** Profissionais Qualificados. Ensino a Distância. Perfil do Egresso.

**Abstract:** With increasing numbers since the beginning of the 21st century and with excellent forecasts, EaD expands its reach and covers more and more Brazilians in the most varied regions. In turn, the job market has also become quite demanding and some factors are crucial when choosing, in addition to seeking qualified professionals, with undergraduate courses, experience and constant improvement courses, the market also seeks committed people. With this, this article aims to find the professional profile of graduates of the Accounting Sciences course trained in the distance learning modality (EaD) at Uniasselvi. To find it, a closed questionnaire was used as a research instrument, consisting of multiple-choice questions and sent to the graduates of the course. The questionnaire was sent to XXX graduates and XX responded, this being what we will call the sample.

**Keywords:** Qualified Professionals. Distance Learning. Alumni Profile.

## INTRODUÇÃO

A educação é considerada uma grande arma para o crescimento de toda nação. Cada vez menos recebemos notícias de registros de países com alto grau de instrução em situações precárias. Por outro lado, porém, nem sempre o fato de frequentar um curso superior, ou possuir um diploma de graduação, certifica ao estudante, ou formado, uma boa colocação no mercado de trabalho, já que muitos são os fatores que permeiam o campo profissional.

Preocupados com esse cenário instável, em que a boa colocação no mercado de trabalho é incerta, muitos acadêmicos se questionam quanto a sua colocação profissional após a conclusão de seu curso, uma vez que há um determinado número de vagas para a absorção de um grande número de acadêmicos à disposição do mercado de trabalho, cuja quantia, por vezes pode superar a do número das vagas ofertadas.

Considerando alguns desses fatores, muitos profissionais buscam aprimoramento constante mesmo após a conclusão do ensino superior, com o intuito de ocupar uma melhor colocação, conseguir uma aprovação em concurso público, conquistar a estabilidade financeira, dentre outras motivações.

A oferta de instituições de ensino superior (IES) também cresceu significativamente nos últimos anos. Em 2016, 34.366 cursos de graduação foram ofertados em 2.407 instituições de educação superior (IES), no Brasil, para um total de 8.048.701 estudantes matriculados. Segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), o número de instituições se manteve estável ao longo dos últimos anos, com oscilações que derivam, sobretudo, das dinâmicas de aquisições e fusões de instituições. Nesse número, enquadram-se: centros universitários, faculdades, universidades, Institutos Federais de Educação (IFs) e Centros Federais de Educação e Tecnologia (Cefets).

Um fator extremamente considerável no Brasil foi o advento dos cursos de graduação na modalidade a distância (EaD) no início

da década passada. Esses cursos tiveram um grande salto nos últimos anos. De acordo com o Inep, em 2013, totalizavam 1.258; em 2014, 1.365; em 2015, 1.473 e em 2016, 1.662. O número de ofertas dos cursos de Ciências Contábeis, que é o foco deste estudo, acompanhou esse crescimento também. No ano de 2013, tinha-se 39 ofertas; no ano de 2014, o número de ofertas subiu para 47; no ano seguinte, em 2015, novo aumento para 50 e em 2016, outro salto para 59 ofertas do curso em instituições de ensino no Brasil.

Pesquisas demonstram que, até 2026, o número de alunos nos cursos EaD será maior que o dos que frequentam os presenciais. Ainda, segundo o Inep, a faixa etária entre os ingressantes na graduação EaD é diferente da dos ingressantes no ensino presencial, quais sejam 28 anos para 21 anos. Na Tabela 1, estão identificados, em conjunto, os números de alunos matriculados em cursos de graduação presencial e EaD, nos anos de 2013 a 2016, segundo pesquisas do Inep.

Tabela 1. Matriculados em cursos presenciais e EaD no Brasil (2013-2016)

Ano	Matriculados	EaD
2016	4.505.863	1.494.418
2015	4.240.215	1.393.752
2014	3.975.369	1.341.842
2013	3.537.428	1.153.572

Fonte: Inep (2016).

Na Uniasselvi, o número de inscritos no ensino superior também acompanha esse crescimento, ofertando o curso de Ciências Contábeis desde o ano de 2013.

De acordo com o Censo do MEC de 2016, os três maiores cursos em número de matrículas, no Brasil, são administração, direito e pedagogia. Em seguida, aparecem: engenharia civil, ciências contábeis, enfermagem, psicologia, educação física, arquitetura e urbanismo e engenharia de produção. Assim, apenas dez cursos concentram 51% das matrículas do país.

Em 2009, os dez maiores cursos (Administração, Direito, Pedagogia, Ciências Contábeis, Enfermagem, Serviço Social, Fisioterapia, Medicina, Educação Física e Sistemas de Informação) detinham 47% dos alunos. Outro fator que acena para a importância do Curso de Ciências Contábeis encontra-se nos dados extraídos do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), que possui 521.695 profissionais registrados em todo o país, divididos em contadores: 346.581 e técnicos de contabilidade: 175.114, sendo que desse total, 57,29% são do gênero masculino e 42,71%, feminino.

Nas páginas a seguir, será apresentado um breve histórico da Uniasselvi, bem como seus números e sua política de ensino. Logo após, será exposta uma pequena contextualização do ensino superior no Brasil, os caminhos da educação a distância (EaD), sua contemplação mundial e no cenário nacional. Na sequência, o texto tratará brevemente a respeito da contabilidade, de sua importância enquanto ciência, bem como do curso de Ciências Contábeis e suas perspectivas. Na terceira sessão, serão apresentados os métodos de pesquisa, os resultados e conclusões aferidas sobre o perfil do egresso do Curso de Ciências Contábeis EaD da Uniasselvi.

## HISTÓRIA DA UNIASSELVI

Com o objetivo de atender seus acadêmicos de forma rápida e eficiente, a Associação Educacional Leonardo Da Vinci (Asselvi) foi fundada em 1999, na cidade de Indaial (SC). Sonho projetado e concretizado pelo professor José Tafner, fundador da instituição, a Asselvi foi construída sobre princípios norteadores sólidos, inspirados em Leonardo Da Vinci. Em poucos meses, o número de matrículas cresceu acima das expectativas e, em 2000, a instituição se tornou as Faculdades Integradas do Vale do Itajaí (Facivi).

Na busca pelo título de instituição universitária, a Facivi registrou um fato inédito no ensino superior brasileiro. No dia 2 de setembro de 2004,

com a publicação da portaria 2686, do Ministério da Educação (MEC), e apenas quatro anos e meio de atividades, a instituição ganhou título universitário e tornou-se o Centro Universitário Leonardo Da Vinci (Uniasselvi).

Também em 2004, a Uniasselvi protocolou junto ao MEC o pedido para oferecer cursos de graduação na modalidade EaD. O pedido foi atendido através da portaria ministerial 4.017, do dia 22 de novembro de 2005, curiosamente na data em que é comemorado o Dia Nacional da Educação a Distância.

Seguindo uma tendência nacional de consolidação do Ensino Superior privado, a Uniasselvi uniu-se com a Faculdade Metropolitana de Blumenau (Fameblu) e com a Faculdade Metropolitana de Rio do Sul (Famesul), o que contribuiu para o aperfeiçoamento das experiências administrativas e pedagógicas entre as instituições. Em 2008, a Faculdade Metropolitana de Guaramirim (Fameg), a Associação Educacional do Vale do Itajaí-Mirim (Assevim) e o Instituto Catarinense de Pós-Graduação (ICPG) também integraram a empreitada, formando o maior grupo de ensino superior privado de Santa Catarina.

Milhares de acadêmicos em todas as regiões do Brasil se formaram em cursos de graduação presenciais e EaD da Uniasselvi ao longo dos últimos anos. Com isso, a instituição tornou-se referência nacional em educação superior, com dezenas de polos de apoio presencial e unidades de ensino com infraestrutura moderna.

Em 2015, a Uniasselvi recebeu uma homenagem da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc) pelos seus dez anos de atuação no mercado da educação a distância. Em 2016, a instituição teve autorização do MEC para a abertura de 26 novos polos de apoio presencial, somando 74 polos em 15 estados do país. Em 2017, a Uniasselvi aumentou sua presença no Brasil com a abertura de mais de 150 polos, somando 230 polos EaD. As unidades de ensino presencial estão localizadas em Santa Catarina, nas cidades de Indaial, Blumenau, Brusque, Guaramirim, Rio do Sul e Timbó.



**UMA PARCELA SIGNIFICATIVA DESSE CRESCIMENTO, CERCA DE 40%, FOI DEVIDA AO AUMENTO DAS MATRÍCULAS EM CURSOS DE EAD, QUE PASSOU DE 59,6 MIL MATRÍCULA EM 2004 PARA CERCA DE 1,5 MILHÃO DE MATRÍCULAS EM 2016**

## ENSINO SUPERIOR

Houve um crescimento no número de brasileiros com diploma universitário nos últimos anos. De acordo com Bielschowsky (2018, p. 3), “uma parcela significativa desse crescimento, cerca de 40%, foi devida ao aumento das matrículas em cursos de EaD, que passou de 59,6 mil matrícula em 2004 para cerca de 1,5 milhão de matrículas em 2016”. O autor ainda afirma que, em outros termos, das 4 milhões de matrículas adicionais no ensino superior, criadas entre 2004 e 2016, 1,45 milhão de novas matrículas foram criadas em Educação a Distância (Bielschowsky, 2018).

Diferentemente de outros países que tiveram suas primeiras universidades por volta do ano de 1538, no Brasil, os primeiros cursos superiores chegaram por volta de 1808, inseridos nos estados do Rio de Janeiro e na Bahia (Leite, 2010). Porém, somente em 1920, verificou-se a implantação da primeira universidade no estado do Rio de Janeiro – a Escola de Medicina (Rocha, 2011).

Conforme destaca Leite (2010), a educação é um bem fundamental para o desenvolvimento de qualquer nação e não existe notícias de um país com altos índices de qualidade de vida sem que antes tenha conseguido alcançar um patamar considerável quanto à educação de seu povo. Segundo Araújo *et al.* (2013), o mercado passou a apreciar a maior qualificação dos profissionais, e as empresas passaram a valorizar mais os profissionais com maior grau de escolaridade, exigindo, dessa forma, a ampliação do ensino superior.

Seguindo essa linha e constatando uma crescente demanda das pessoas por uma especialização em cursos superiores, para que possam galgar melhores posições no mercado de trabalho, apresenta-se abaixo uma contextualização do ensino a distância e sua contribuição para o mercado de trabalho.

## EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

A educação a distância (EaD) é um dos modelos de ensino existentes na atualidade. Apesar de ser considerado por muitas pessoas como uma modalidade nova, o EaD é bastante difundido já há muitos séculos, sendo os seus primeiros registros datados do ano de 1728 na cidade de Boston, nos Estados Unidos, posteriormente disseminando-se para vários países da Europa.

No Brasil, o modelo EaD foi inserido no ano de 1904 e, inicialmente, realizado por meio de correspondência. Nos anos seguintes, por volta de 1920, com a introdução do rádio, em 1940, e da televisão, em 1950, a modalidade se expandiu. E em 1970, na cidade de Brasília, ocorreu a primeira experiência EaD nos cursos superiores.

Somente no dia 20 de dezembro de 1996, entretanto, por meio da lei 9.394/1996, oficializou-se a educação a distância, modalidade que somente mais tarde foi regulamentada pelo decreto n.º 5.622, de 20 de dezembro de 2005.

A partir daí, com um aumento significativo do EaD nos cursos de atualização, graduação e em pós-graduação nos últimos anos, o modelo de ensino tem passado por constantes aprimoramentos, sofrendo influência do tempo e passando por algumas gerações, quais sejam: o ensino por correspondências, o tele-ensino, a multimídia, o *e-Learning* e o *m-Learning*.

Em seus primeiros passos, o modelo EaD era voltado para a formação complementar profissional em áreas diversas do conhecimento. Ao longo do tempo, configurou-se o seu uso para o ensino na graduação. Desde então, a modalidade passou por diversas fases e ganhou maior intensidade com o aprimoramento das tecnologias de informação (TIC).

Para Chaves (1999 *apud* Ebert; Possamai; Simon, 2017), a educação a distância, no sentido fundamental da expressão, é o ensino que ocorre quando o ensinante e o aprendente estão separados (no tempo e no espaço). Ou seja, umas das necessidades fundamentais para que o ensino se caracterize como a distância são as situações em que professor e aluno estão separados em tempo ou em espaço, e o estudo é intermediado pelo uso das tecnologias de informação (TIC). Segundo Alonso (2010, p. 1326):

O elemento definidor da EaD – a não presencialidade – é tomado como fator de equalização da oferta e disso são emanados os outros elementos que caracterizariam a organização de seu sistema. É essa especificidade que informa, por si só, os parâmetros da relação pedagógica, propondo características à modalidade tais como: o controle do aprendizado estar mais ligado ao aluno e a necessidade de artefatos técnicos ou meios tecnológicos que viabilizem processos comunicacionais entre os atores da formação.

Atrelando a facilidade de acesso à internet com a dificuldade ainda existente de locomoção para percorrer grandes distâncias, o EaD tem possibilitado à população cursar uma graduação. Essa oportunidade tem se disseminado para lugares distantes dos grandes centros, tornando-se realidade para muitos brasileiros. O EaD pode ser considerado um processo de ensino adequado já que o encontro presencial entre professor e aluno torna-se secundário (Brotti *et al.*, 2000).

Em uma nota divulgada em seu site, no dia 21 de maio de 2018, a Uniasselvi confirmou sua atuação em todos os 27 estados brasileiros, ressaltando mais uma vez a expansão do EaD nas universidades já que, até 2026, os cursos a distância irão ultrapassar o ensino presencial em número de alunos (Kuzuyabu, 2017).

## CONTABILIDADE E O CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Não se pode precisar a época em que a contabilidade teve início. Acredita-se que ela é tão antiga quanto a origem do homem (Marion, 2009; Favero *et al.*, 2011). Há registros históricos de que seu surgimento se deu à medida

que o homem passou a adquirir bens havendo assim a necessidade de controlá-los.

Segundo Sá (2002, p. 46), “enquanto ciência seu objetivo consiste no estudo dos fenômenos patrimoniais, preocupando-se com realidades, evidências e seus comportamentos, em relação à eficácia funcional das células sociais.”

Para Favero *et al.* (2011), assim como as demais ciências, a contabilidade se desenvolveu, buscando atender aos anseios da sociedade e o seu principal objetivo é gerar informações para o controle e tomada de decisões.

Com influências de várias escolas, principalmente a escola italiana no ano de 1494, a contabilidade se perpetuou até início do século XX, quando passou a ter um desenvolvimento notório nos Estados Unidos após a Depressão de 1929 (Marion, 2009).

No Brasil, o ensino da contabilidade é difundido desde 1902, com a criação da Escola Prática do Comércio de São Paulo (que mais tarde, em 1907, passou a ser chamada de Escola de Comércio Álvares Penteado). Porém, somente em 9 de janeiro de 1905, pelo decreto nº 1.339, a Academia de Comércio do Rio de Janeiro e a Escola Prática de São Paulo foram reconhecidas como instituições de utilidade pública de contabilidade mercantil, tornando-se referências no ensino comercial (Peleias *et al.*, 2007). Com a inauguração da Faculdade de Economia e Administração da USP (1946), observou-se uma influência mais significativa no ensino da Contabilidade no Brasil (Marion, 2009).

Desde então, o curso de Ciências Contábeis possibilita ao profissional um campo bastante vasto de oportunidades para o mercado de trabalho (Greco; Arend; Gärtner, 2009). Ele pode atuar como contador, professor, com assessoria, consultoria, perícia, pode atuar também nas áreas trabalhista, fiscal e tributária, e em outros vários setores de entidades públicas ou privadas. (Favero *et al.*, 2011). O estudante que optou por um curso

superior em Contabilidade terá inúmeras alternativas (Mario, 2009). Ainda nesse sentido, para Marion (2009, p. 29): “a contabilidade é uma das áreas que mais proporcionam oportunidades para o profissional.” O ramo da contabilidade será a profissão do futuro e define esse profissional como o médico de uma empresa, pois desempenha um papel importante dentro das organizações e pode ser conhecido como aquele que toma conta da saúde financeira de uma instituição.

Para conquistar uma boa colocação no mercado de trabalho, o profissional precisa se desenvolver e se aprimorar em outras áreas, também necessita saber lidar com as intempéries e se adaptar às mudanças. Segundo Cosenza (2001):

[...] a palavra chave no terceiro milênio será a ‘adaptação’. Assim, para se ter sucesso, será preciso desenvolver novas competências e talentos para responder ao perfil profissional exigido pela nova economia que dominará o mundo neste início de século [...]. O contador do futuro deverá ser um eterno aprendiz. Essa é a tendência inevitável num mundo em mutação acelerada, onde tudo fica obsoleto tão rapidamente. O mundo está mais apertado e competitivo e tudo se torna mais complicado. Manter-se ligado e preparado para aprender sempre algo mais de valor e não se contentar nunca com o que já se sabe será a única solução.

Diante do citado por Cosenza, ainda no ano de 2001, vimos que a profissão do contador continua em destaque e que sua previsão se confirmou visto que a junção de conhecimento, habilidades e atitudes tem sido um diferencial nos dias atuais, mais do que um diploma de graduação. E no curso de ciências contábeis, não seria diferente. O grande crescimento da demanda pelo profissional de contábeis no mercado de trabalho é inevitável, e isso exige que as pessoas comprometidas procurem se adequar a essa nova realidade (Cotrin; Santos; Zotte Junior, 2012).

Nos últimos anos, as ciências contábeis passaram a ser uma das disciplinas com participação garantida em quase todos os concursos públicos na área financeira realizados no Brasil (Araújo, 2009). Para Mazzioni (2013), considerando-se o dinamismo do mundo moderno, o profissional docente que atua no curso de Ciências Contábeis sente-se pressionado por um ambiente externo altamente exigente, que o impõe a necessidade de proporcionar aos estudantes uma educação de elevado nível e com sólida formação. Caso a atualização didática desse docente não tenha acompanhado o ritmo deste novo cenário, poderá haver uma falta de sintonia entre os procedimentos, métodos e estratégias de ensino e o perfil dos estudantes, prejudicando o processo de ensino-aprendizagem.

## METODOLOGIA DA PESQUISA

O estudo foi realizado com egressos do curso de Ciências Contábeis da Uniasselvi, abrangendo todo o território nacional, e consistiu em um levantamento bibliográfico e uma pesquisa de campo com caráter quantitativo. Para a pesquisa, um questionário com dez perguntas fechadas foi enviado aos egressos do curso de Ciências Contábeis da Uniasselvi, por meio da base de dados disponibilizada pela IES, obtendo uma significativa taxa de respostas.

A coleta de dados se concretizou através do envio por e-mail de um link do Google Docs para que os egressos respondessem entre os dias 1º e 30 de junho de 2018. Findado esse período, o questionário foi travado, dando-se início à análise dos dados, que foram tabulados por meio de planilhas de Excel por agrupamento de respostas. De acordo com Rossi e Slongo (1998, p. 117), “quando os elementos da amostra se encontram dispersos geograficamente, a coleta via questionário pelo correio pode ser recomendável, uma vez que o custo unitário de cada entrevista pessoal tende a ser, nesses casos, muito elevado.”



**CONSIDERANDO-SE O DINAMISMO DO MUNDO MODERNO, O PROFISSIONAL DOCENTE QUE ATUA NO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS SENTE-SE PRESSIONADO POR UM AMBIENTE EXTERNO ALTAMENTE EXIGENTE, QUE O IMPÕE A NECESSIDADE DE PROPORCIONAR AOS ESTUDANTES UMA EDUCAÇÃO DE ELEVADO NÍVEL E COM SÓLIDA FORMAÇÃO.**

# REFERÊNCIAS

---

ALONSO, K. M. A expansão do ensino superior no Brasil e a EaD: dinâmicas e lugares. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 31, n. 113, 2010, p. 1319-1335. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/TgSHBsj9L6Rv38CGWcnq7Kn/?lang=pt>. Acesso em: 07 fev. 2023.

ARAÚJO, E. A. T., *et al.* Desempenho acadêmico de discentes do curso de ciências contábeis: uma análise dos seus fatores determinantes em uma IES privada. **Contabilidade Vista e Revista**, Belo Horizonte, v. 24 n. 1, 2013, p.60-83. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidade-vistaerevista/article/view/1181>. Acesso em: 07 fev. 2023.

ARAÚJO, I. P. S. **Introdução à contabilidade**: atualizada em conformidade com a lei n.º11.638/2007. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

BIELSCHOWSKY, C. E. Qualidade na educação superior a distância no Brasil: onde estamos, para onde vamos? **EaD em Foco**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, 2018, p. 1-26. Disponível em: <https://EaDemfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/709>. Acesso em: 07 fev. 2023.

BRASIL. **Decreto nº 1.339, de 9 de janeiro de 1905**. Declara instituição de utilidade pública a Academia de Commercio do Rio de Janeiro, reconhece os diplomas por ella conferidos, como de caracter official; e dá outras providencias. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 1905.

Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1900-1909/decreto-1339-9-janeiro-1905-612623-publicacaooriginal-135659-pl.html>. Acesso em: 07 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 5.622, de 19 de dezembro de 2005**. Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF: Presidência da República, 2005. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%205.622%2C%20DE%2019%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202005.&text=Regulamenta%20o%20art.,e%20bases%20da%20educa%C3%A7%C3%A3o%20nacional](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Decreto/D5622.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%205.622%2C%20DE%2019%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202005.&text=Regulamenta%20o%20art.,e%20bases%20da%20educa%C3%A7%C3%A3o%20nacional). Acesso em: 07 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, 1996. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9394.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm). Acesso em: 07 fev. 2023.

BROTTI, Ma. G., *et al.* **A gestão universitária em debate**. Florianópolis: Insular, 2000. (Coleção de Teses).

CARDOZO, D. MEC divulga o Censo da Educação Superior de 2016. **Correio Brasiliense**, Brasília, 31 ago. 2017. Disponível em: [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/ensino\\_ensinosuperior/2017/08/31/ensino\\_ensinosuperior\\_interna,622359/mec-divulga-o-censo-da-educacao-superior-de-2016.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/ensino_ensinosuperior/2017/08/31/ensino_ensinosuperior_interna,622359/mec-divulga-o-censo-da-educacao-superior-de-2016.shtml). Acesso em: 07 fev. 2023.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Profissionais ativos nos Conselhos Regionais de Contabilidade**, Brasília – DF, [25 maio 2018]. Disponível em: <https://www3.cfc.org.br/spw/crcs/ConselhoRegionalAtivo.aspx>. Acesso em: 25 maio 2018.

COSENZA, J. P. Perspectivas para a profissão contábil num mundo globalizado: um estudo a partir da experiência brasileira. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, v. 30, n. 130, 2001, p. 43-61.

COTRIN, A. M.; SANTOS, A. L.; ZOTTE JUNIOR, L. A evolução da contabilidade e o mercado de trabalho para contabilista. **Revista Conteúdo**, Capivari, v. 2, n. 1, 2012, p.44-64.

FAVERO, L. H.; LONARDONI, M.; SOUZA, C.; TAKAKURA, M. **Contabilidade**: teoria e prática. 6. ed. São Paulo: Atlas, v. 1, 2011.

GRECO, A.; AREND, L.; GÄRTNER, G. **Contabilidade**: teoria e prática básicas. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

INEP. **Sinopse Estatística da Educação Superior 2016**. Brasília: Inep, 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/aceso-a-informacao/dados-abertos/sinopses-estatisticas/educacao-superior-graduacao>. Acesso em: 07 fev. 2023.

KUZUYABU, M. Educação a distância vive bom momento com a expansão do número de matriculados. **Educação**, São Paulo, 8 maio 2017. Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2017/05/08/educacao-distancia-vive-bom-momento-com-expansao-do-numero-de-matriculados/>. Acesso em: 07 fev. 2023.

LEITE, C. E. B. **A evolução das ciências contábeis no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

MARION, J. C. **Contabilidade empresarial**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MAZZIONI, S. As estratégias utilizadas no processo de ensino-aprendizagem: concepções de alunos e professores de ciências contábeis. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, Pelotas, v. 2, n. 1, 2013, p. 93-109. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/AT/article/view/1426/2338>. Acesso em: 07 fev. 2023.

PELEIAS, R. I., *et al.* Evolução do ensino da contabilidade no Brasil: uma análise histórica. **Contabilidade e Finanças**, São Paulo, v. 18, número especial, 2007, p. 19-32. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34221>. Acesso em: 07 fev. 2023.

ROCHA, M. J. F. **História e organização do ensino superior no Brasil**. Indaial: Uniasselvi, 2011.

ROSSI, C. A. V.; SLONGO, L. A. Pesquisa de satisfação de clientes: o estado-da-arte e proposição de um método brasileiro. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 2, n. 1, 1998, p. 101-125. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/nwpcfNHVMj4LY-jbrxbQmCFNS/?lang=pt>. Acesso em: 07 fev. 2023.

SÁ, A. L. **Teoria da contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

UNIASSELVI. Modelo semipresencial da Uniasselvi chega a todos os estados brasileiros. **Portal da Uniasselvi**, [s. l.], 21 maio 2018. Disponível em: <https://portal.uniasselvi.com.br/noticias/geral/mode-lo-semipresencial-da-uniasselvi-chega-a-todos-os-estados-brasileiros>. Acesso em: 07 fev. 2023.



QUETLIN TAMIRIS LEITE<sup>1</sup>  
MAIKE BAULER THEIS

# Sistema de Custeio ABC: estudo de caso em uma empresa de software de Blumenau/SC

*ABC costing system: case study in a software company in Blumenau/SC*

ARTIGO 5

54-69

**Resumo:** O presente trabalho tem um maior enfoque na área de Contabilidade de Custos, que é englobada nas mais diversas empresas, sejam de pequeno, médio ou grande porte. Trata-se de um instrumento muito eficiente, utilizado, pelos gestores, na elaboração de um preço de venda (produto ou serviço) satisfatório para a empresa e para os clientes, podendo trazer um retorno financeiro inspirador. Serão abordadas fundamentações teóricas referentes a custos, divisões, obrigações, legalidades e identificação. O principal objetivo é identificar como são tratados os custos de uma empresa de software para o desenvolvimento de um produto. Justifica-se a pesquisa, considerando o mercado promissor da área e as necessidades de se identificar e formar o custo nessa atividade. Juntaram-se informações de uma determinada empresa, como controles internos, com o intuito de mensurar os custos totais, as alocações e os métodos de custeio. Na análise feita, identificou-se o valor dos custos, incluindo despesas alocadas na atividade de um projeto. Como base para o rateio, utilizamos a quantidade de funcionários e a dividimos pela despesa. Também, fizemos o levantamento de custos de mão de obra relacionada às atividades.

**Palavras-chave:** Software. Contabilidade. Custos.

**Abstract:** The present work has a greater focus on the area of Cost Accounting, which is included in different companies, whether small, medium or large, a very efficient instrument used by their managers in the elaboration of a sale price (product or service) satisfactory both for the company as well as for its clients, having this control very well elaborated will bring an inspiring financial return. It will address theoretical foundations on what costs are in general, their divisions, obligations, legalities and how to identify them. The main objective is to identify how the costs of a Software company for the development of a product are treated. The research is justified considering the promising market in this area and the need to identify and form the cost in this activity. Information from a given company was gathered, such as its internal controls, with the aim of measuring its total costs, where its allocations were being made, its costing methods. The analysis carried out identified the value of the costs and expenses allocated to the activity of a project, as a basis for apportionment, we used the number of employees and divided it by the expense, we also carried out a survey of labor costs related to the activities.

**Keywords:** Software. Accounting. Costs.

## INTRODUÇÃO

No cenário de competitividade atual, no qual o mercado define os preços, cada vez mais, as empresas precisam se adequar às necessidades dos públicos-alvo delas e reduzir custos com a finalidade de chegar a um preço competitivo e lucrativo. Com isso, os administradores devem planejar e controlar meios de reduzir custos, sempre, observando o que pode ser melhorado, utilizando métodos de gestão que servem de referência para que uma empresa opte por aquilo que precisa mudar, como e onde. Um dos métodos existentes é o Activity Based Costing (ABC), ou **Custeio Baseado em Atividades**, que consiste em dividir os custos e despesas dos projetos nas atividades exercidas.

Ao efetuar os levantamentos dos custos e a separação deles por atividade, pode-se identificar quanto custa para manter e se o custo traz retorno à empresa. Para podermos levantar os dados, visualizá-los, Padoveze e Taranto (2009) afirmam que há quatro etapas para seguir: orçar os custos de cada área, determinar a demanda de cada área individualmente, calcular os custos da realização de cada atividade e estabelecer os orçamentos de cada departamento. Além disso, é possível apontar áreas rentáveis que necessitam de um maior investimento, sempre, almejando competitividade diante da concorrência.

Hoje, as pequenas empresas têm uma fragilidade diante de grandes concorrentes. Por isso, fazem-se necessários meios alternativos de busca de baixo custo e preços competitivos para se manter no mercado. Neste trabalho, busca-se utilizar o método ABC para suprir essa fragilidade, dentre outras.

## DESENVOLVIMENTO

Contemplando o objetivo do presente estudo, mensuram-se todos os custos gerados por departamentos, com base nas atividades para empresas prestadoras de serviço de informática

(TI), identificando custos e buscando uma maior lucratividade para essas empresas.

A Contabilidade de Custos estuda os gastos gerados pelas atividades desenvolvidas na empresa, padronização, formas de gerência e redução desses gastos. Santos e Veiga (2012, p. 105) dizem que “a Contabilidade de Custos é direcionada para análise dos gastos realizados pelas entidades durante suas atividades operacionais”. Envolve, ainda, a apuração dos custos e a gerência deles, pois, a partir do momento em que são listados e organizados, é possível gerenciar, além de encontrar, formas de redução, ou investimentos.

Padoveze (2006) separa a Contabilidade de Custos em duas grandes áreas de atuação: custo contábil, que trata das técnicas voltadas à apuração dos custos dos produtos e serviços para fins fiscais e legais; e custo gerencial, que trata da gestão econômica dos produtos e serviços da empresa, atividades, unidades de negócios e gestores responsáveis. Envolve necessidades de controle, avaliação de desempenho e tomada de decisão. Ordenado pelos princípios fundamentais da contabilidade, utiliza-se esse método para identificar e mensurar, nas operações internas, uma maior precisão quanto aos gastos ocorridos com os produtos produzidos/adquiridos ou serviços, assim, é possível tomar uma decisão, além de ter um planejamento exato na formação de preços de venda para os produtos ofertados e avaliação dos estoques. Fornece informações para as contabilidades financeira e gerencial de uma empresa.

É subdividida em Contabilidade de Custos de Serviços, com todos os gastos ocorridos para uma prestação de serviço; e Contabilidade de Custos Industrial, com todos os gastos ocorridos para a produção de produtos. Conforme Leone (2012, p. 47), uma das definições conhecidas da Contabilidade de Custos é aquela que a apresenta como “o ramo da Contabilidade que classifica, registra, aloca, organiza e relata custos correntes e futuros”.

## CUSTOS DIRETO E INDIRETO

Padoveze (2003) descreve que os custos diretos são aqueles que podem ser visualizados, diretamente, no produto. Esse tipo de custo está ligado, diretamente, ao produto final, não se confundindo com outros produtos. Exemplo: matéria-prima e mão-de-obra diretas, aplicadas no produto. São, diretamente, ligados aos custos variáveis, visto que a produção interfere, diretamente, neles.

Os custos indiretos, de acordo com Martins (2003, p. 49), “não oferecem condição de uma medida objetiva e qualquer tentativa de alocação tem de ser feita de maneira estimada e, muitas vezes, arbitrária”. Eles andam lado a lado com os custos fixos, por isso, devem ser bem controlados pela gerência, pois podem ser tratados como meta.

Custos fixos independem do volume de produção, ocorrem de maneira recorrente e permanente. Conforme Santos e Veiga (2012, p. 111), “custos fixos são aqueles cujo montante independe do volume, dentro de determinado período, e que não variam conforme o volume de produção, dentro de uma determinada capacidade produtiva”. Alguns exemplos são os custos de pessoal, impostos indiretos, aluguel, seguros, depreciação, dentro outros.

Os custos variáveis marcam presença de acordo com a produção, atendimento e vendas em determinados casos. Podem ser contabilizados, baseando-se na média por produto e/ou atendimento (no caso de prestadora de serviços).

## PRINCIPAIS MÉTODOS DE CUSTEIO

O método é baseado, apenas, nos custos variáveis de fabricação. Os custos fixos são separados e aparecem como despesas do período. Não pode ser utilizado como único método dentro da organização, pois não atende à legislação fiscal.

Hoji (2012, p. 375) diz que “consiste na apropriação de todos os custos variáveis, mas somente esses, para avaliação de estoques”. É um método, normalmente, utilizado em empresas fabris, para a gerência do setor de fabricação.

A utilização do custeio variável permite identificar a margem de contribuição de cada produto, ou segmento, da empresa. A margem de contribuição representa a diferença entre a receita gerada pelo produto (preço de venda) e a soma dos custos e despesas variáveis. Cabe ressaltar que as despesas variáveis, como é o caso das comissões de venda, são consideradas para efeito de apuração da margem de contribuição, mas não para custeamento dos produtos, uma vez que tal despesa não existe enquanto o produto não for vendido (Ponte; Riccio; Lustosa, 2007, p. 15).

Portanto, a aplicação da margem de contribuição, também, é de grande importância nas tomadas de decisões em relação ao *mix* de produtos e à aceitação de venda a preços menores em comparação ao custo total unitário de um produto, para aproveitamento da capacidade ociosa.

“Informações importantes, geradas pelo sistema de custeio direto, através da análise custo-volume-lucro, são o ponto de equilíbrio, a margem de segurança e a alavancagem operacional” (Maud; Pamplona, 2002, p. 5).

Cada método de custeio pode se adequar em empresas de diferentes segmentos e por objetivos.

O custeio por produto pode ser aplicado, de uma forma melhor, em empresas fabris que desejam analisar os próprios gastos em relação aos produtos vendidos, como dizem Colauto, Beuren e Rocha (2004, p. 38): “por meio do custeio variável, pode-se analisar como o comportamento do resultado é influenciado pelo volume de vendas”.

O método de absorção apropriada, aos produtos, todos os gastos que contribuem para a fabricação deles. Martins (2003, p. 37) descreve o seguinte:



**O MÉTODO DE CUSTEIO DENOMINADO DE CUSTEIO POR ABSORÇÃO É AQUELE QUE DISTRIBUI TODOS OS CUSTOS DE PRODUÇÃO DE UM PERÍODO, SEJAM FIXOS OU VARIÁVEIS, DIRETOS OU INDIRETOS, ÀS QUANTIDADES DE PRODUTOS FABRICADOS**

Custeio por absorção é o método derivado da aplicação dos princípios de contabilidade, geralmente, aceitos, nascido da situação histórica mencionada. Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos, ou serviços feitos.

Guerreiro (2011, p. 20) diz que “o método de custeio denominado de custeio por absorção é aquele que distribui todos os custos de produção de um período, sejam fixos ou variáveis, diretos ou indiretos, às quantidades de produtos fabricados”. O custeio por absorção está relacionado à visão societária da contabilidade, cuja ênfase é a avaliação dos estoques, além do atendimento a normas e princípios contábeis.

Contempla a legislação brasileira e é utilizado nos três setores: indústria, comércio e prestação de serviços.

Colauto, Beuren e Rocha (2004) comentam que o volume de produção do período influencia mais o resultado. Assim, é fundamental mencionar que uma queda das vendas não reduzirá, necessariamente, os lucros, ou vice-versa.

O aspecto de maior ênfase do custeio por absorção reside na diluição dos custos fixos em função do volume de produção, ou seja, da maior, ou menor, carga de custos fixos levada aos produtos. No entanto, essa diluição de custos fixos, em função do volume, pode se revelar, em determinadas situações, como fator de distorção dos custos por produtos.

Para calcular os custos de um produto, Leone e Leone (2010, p. 102) dizem que, “a partir das contas naturais das despesas de fabricação, analisá-los o total, por grupo ou individualmente, e faríamos a transferência direta para os produtos através do emprego de um critério de rateio baseado em alguma medida de volume”. Em uma empresa de serviços, podemos usar, como exemplo, as despesas de desenvolvimento dos produtos, usando as horas de mão de obra direta que cada um consumiu.

Guerreiro (2011) explica o primeiro passo, a separação entre custos e despesas do período, sendo que os gastos que ocorrem na área de produção são custos e os que ocorrem fora são gastos. Em seguida, os custos são separados em variáveis e fixos. Os variáveis são, objetivamente, ligados aos produtos, e os fixos devem ser rateados por um método apropriado e personalizado às necessidades da empresa.

“Esse sistema se baseia em um esquema básico, cujo primeiro passo consiste na separação do que é custo, do que é despesa. Feita a separação entre o que é custo e o que é despesa, o passo seguinte consiste em dividir o que for custo em custo direto e custo indireto”, conforme Mauad e Pamplona (2002, p. 3).

Quadro 1. Vantagens e Desvantagens dos Sistemas de Custeio

Sistema de Custeio	Vantagens	Desvantagens
Absorção	Contemplação da legislação fiscal e busca do uso do sistema de custos integrado à Contabilidade pela empresa	Elevação artificial dos custos de alguns produtos
	Consideração do total dos custos do produto	Sem evidências da capacidade ociosa da entidade
	Formação de custos para estoque	Critérios de rateios, sempre, arbitrários
	Apuração dos custos por centro de custos. Com os custos alocados aos departamentos de forma adequada, possibilidade de acompanhamento do desempenho de cada área	
	Destaque do custo fixo	Nem sempre, nos custos mistos, possível separação da parcela fixa da parcela variável
Direto	Sem a prática do rateio	Sem aceitação pela auditoria externa das entidades com capital aberto e nem pela legislação
	Manipulações evitadas	Valor dos estoques sem relação com o custo total
	Fornecimento do ponto de equilíbrio	
	Dados necessários para a análise da relação custo/volume/lucro, rapidamente, obtidos	

Fonte: adaptado de Strutz (2016).

O método de custeamento baseado em atividades, também, chamado de ABC, ABM, RKW (do alemão) e centro de custos, centraliza-se nas atividades para a produção e execução para a venda de bens e serviços. Divide essas atividades por setores, com a ideia de direcionadores de custos. Padoveze e Taranto (2009, p. 50) dizem que “a gestão por atividades permite, à empresa, definir os recursos necessários para atender à demanda, bem como projetar e controlar a demanda dos direcionadores de recursos”.

Oliveira e Perez Júnior (2000, p. 172) citam, como exemplos das vantagens do custeamento baseado em atividades:

O sistema ABC, somente, utiliza critérios de rateio como última alternativa no que consiste na atribuição de gastos indiretos às atividades, ou seja, o critério de rateio é utilizado, unicamente, nos casos em que não for possível a atribuição de custo para determinada atividade.

Identifica os “direcionadores” de custos, o que facilita a identificação de custos desnecessários, que não agregam valor.

Atribui os custos indiretos, aos produtos, de maneira coerente, com a utilização de recursos [...] para a execução das necessárias atividades.

O custeio por atividades vem com uma abordagem voltada aos custos indiretos de fabricação, diferente dos métodos anteriores, que focavam nos custos variáveis. Hoji (2012, p. 393) cita que, “em função do avanço tecnológico, os custos indiretos se tornaram significativos em relação aos custos variáveis”.

Os rateios dos custos indiretos de fabricação podem ser feitos de algumas formas. Dentre elas, destaca-se o método tradicional, que é explicado por Hoji (2012), de modo que o rateio é dado a partir da representatividade de um produto, por exemplo, em relação aos outros. Já o rateio por ABC apresenta um rateio pelas atividades desenvolvidas para a fabricação dos produtos, ou prestação dos serviços, de acordo com Hoji (2012).

Padoveze e Taranto (2009, p. 50) trazem quatro etapas básicas para a implantação do centro de custos:

Orçar os custos para a realização das atividades de cada área. Determinar a demanda de cada atividade individualmente, com base, dentre outros fatores, no orçamento, na produção e no desenvolvimento de um novo produto. Calcular os custos de realização de cada atividade. Estabelecer os orçamentos de cada departamento.

Quanto à primeira fase da implantação, Oliveira e Perez Júnior (2000, p. 174) acrescentam que, se “a empresa já possuir uma estrutura contábil que faz a apropriação de custos por centro de custos, irá possibilitar adaptações importantes. Pode acontecer, inclusive, de cada centro de custos de-

envolver uma atividade, assim, o trabalho já fica bastante simplificado”.

Na segunda fase da implantação, Oliveira e Perez Júnior (2000, p. 175) relacionam a seguinte ordem de prioridade: “Alocação direta; Rastreamento por meio dos direcionadores de custos; e Rateio”.

A alocação direta é a mais simples, quando os dados indicam, de forma clara, a que área se referem. Exemplos são os salários, depreciação, viagens, material de consumo etc.

O rastreamento é utilizado quando não é possível a visualização explícita de onde vem o custo, então, é feita uma relação de causa e efeito entre a ocorrência da atividade e a geração dos custos.

O rateio ocorre quando se esgotam todas as formas de alocar um custo.

Na terceira fase da implantação, “o que distingue o ABC do sistema tradicional de custos é a maneira como ele atribui os custos dos produtos. Portanto, o grande desafio, a espinha dorsal, a verdadeira “arte” do ABC, está na escolha dos direcionadores de custos” (Oliveira; Perez Júnior, 2000, p. 175).

Pode-se dizer que direcionador de custos é a verdadeira causa dos custos, por exemplo, um material necessário para o desenvolvimento de uma atividade específica.

Oliveira e Perez Júnior (2000), ainda, concluem que, após o levantamento de todas as atividades e custos, é o momento de atribuir um ao outro. O sistema de custeio ABC permite uma melhor visualização dos custos através da análise das atividades executadas dentro da empresa e respectivas relações com os objetos de custos. Nele, os custos se tornam visíveis e passam a ser alvos de programas para a redução e de aperfeiçoamento de processos, auxiliando, assim, as organizações, a fim de se tornarem mais lucrativas e eficientes. Com o poder de assinalar as causas que levam ao surgimento dos custos, o ABC permite, aos gerentes, uma atuação mais seletiva e eficaz sobre o comportamento dos custos da organização.

Quadro 2. Vantagens e Desvantagens do Método de Custeio Utilizado

Sistema de Custeio	Vantagens	Desvantagens
ABC	Informações gerenciais, relativamente, mais fidedignas, por meio da redução do rateio	Gastos elevados para implantação
	Adequação, de forma mais fácil, às empresas de serviços, pela dificuldade de definição do que sejam custos, gastos e despesas nessas entidades	Alto nível de controles internos a serem implantados e avaliados
	Menor necessidade de rateios arbitrários	Necessidade de revisão constante
	Atendimento aos princípios fundamentais da contabilidade	Considerados muitos dados
	Obrigações da implantação, permanência e revisão de controles internos	Informação de difícil extração
Emprego em diversos tipos de empresa	Sem aceitação pelo fisco	
	Identificação do custo de cada atividade em relação aos custos totais da entidade	Falta de pessoal competente, qualificado e experiente para implantação e acompanhamento

Fonte: adaptado de Strutz (2016).

Para estudo de caso, optamos pelo método ABC. A análise feita foi de uma empresa prestadora de serviço, na qual o método ABC era o método que melhor se aplicaria. Detalhamos um projeto no qual calculamos custos diretos, custos indiretos e despesas, explanando em tabelas para uma melhor visualização.

A gestão de custos é uma área da Contabilidade que traz abordagens de levantamento dos custos gerados para a atividade da empresa e otimização. Pode-se definir aquele que deveria ser papel estratégico da gestão de custos, relacionando-o ao uso de informações de custo para alcançar os seguintes objetivos: (a) apoio à formulação e comunicação de estratégias empresariais; (b) escolha de ações táticas para a implementação dessas estratégias; (c) fornecer subsídios ao desenvolvimento e implementação de um sistema de controle geren-

cial mensurável para a monitoração dos objetivos estratégicos estabelecidos.

É importante que a empresa destine o tempo apropriado a essa área, por trazer competitividade entre os concorrentes.

Com a redução dos custos, é possível obter uma margem maior para determinar os preços dos produtos e um aumento da margem de contribuição.

## ESTUDO DE CASO - CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

Para Fitzsimmons (2014, p. 4), os serviços são atividades econômicas oferecidas por uma parte à outra. Considera-se o desempenho baseado no tempo, com a intenção de obter os resultados de-

sejados nos próprios usuários, em objetos ou em outros bens pelos quais os compradores são responsáveis. Em troca de dinheiro, tempo e esforço, os clientes de serviços esperam obter valor com o acesso a bens, mão de obra, capacidades profissionais, instalações, redes e sistemas, mas, normalmente, eles não se apropriam dos elementos físicos envolvidos (Lovelock; Wright, 2007).

Na maioria dos países, as empresas de serviço representam a maior parcela do PIB. Ainda, as empresas de serviços se diferem das indústrias em vários aspectos. As primeiras não possuem estoques, por exemplo: os produtos delas são compostos e, na maioria dos casos, intangíveis, sendo que os tangíveis podem agregar algo ao serviço. Além disso, nas empresas de serviços, a relação com o cliente é diferente: ele determina o sentido e a direção para os quais os processos devem se orientar. Logo, essas organizações devem buscar uma estrutura que possibilite contemplar, com máxima precisão, os clientes.

Gonçalves (1994 *apud* Mauad; Pamplona, 2002) considera, como parte integrante do setor de serviços, todas aquelas empresas que possuem ati-

vidades econômicas não voltadas para um produto físico. Para Kotler (1996 *apud* Mauad; Pamplona, 2002), serviço é alguma atividade, ou benefício, que se pode oferecer de forma, essencialmente, intangível; a produção dele pode, ou não, estar ligada a um produto físico.

Mauad e Pamplona (2002) afirmam que gerir serviços é algo bem diferente de gerir uma produção de bens. No entanto, é mais importante conhecer o que caracteriza serviços do que entender essa diferença em um primeiro momento.

Uma característica dos serviços, de forma genérica, é: intangibilidade. Gianesi e Corrêa (1994 *apud* Mauad; Pamplona, 2002) acreditam que, enquanto um produto é algo que um cliente possui, um serviço é algo que ele vivencia. Já para Fitzsimmons (2014), produtos são objetos concretos, enquanto serviços são abstratos.

Para atingir o objetivo traçado, realiza-se uma pesquisa de estudo de caso em uma empresa de software, localizada na cidade de Blumenau, atuando há acerca de 20 anos nesse ramo. A estrutura dela se apresenta dividida da seguinte forma:

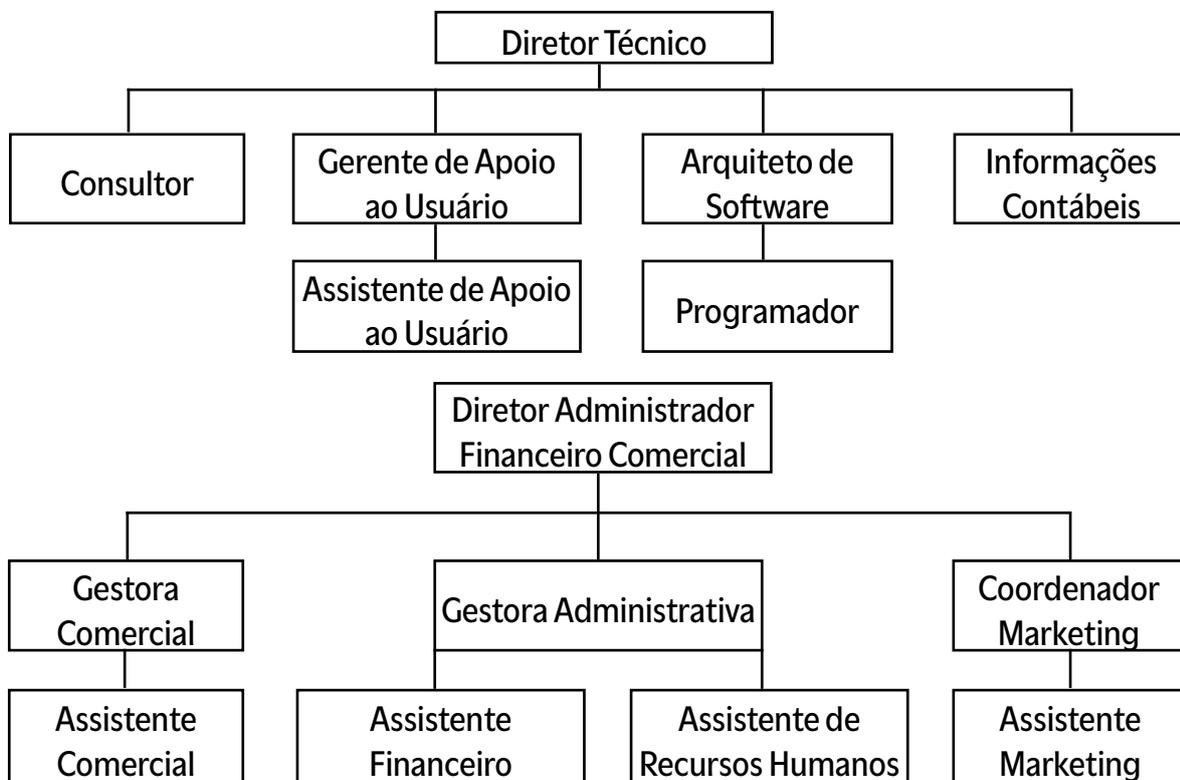


Figura 1. Organograma / Fonte: os autores.

São 35 funcionários atuando nas áreas de desenvolvimento dos softwares, suporte de apoio ao cliente, comercial, marketing, recursos humanos, representação técnica dos nossos produtos e administrativo. Detalhadamente, a empresa possui os seguintes departamentos:

Quadro 3. Definição das Funções para os Funcionários Internos

Departamentos Internos	Funções
Direção	Quando os dois sócios dirigem, coordenam e controlam todas as decisões com o auxílio dos colaboradores. Um responsável técnico atua, diretamente, com os setores de suporte e desenvolvimento, além de administrativo, atuando com os departamentos financeiro, recursos humanos e comercial
Departamento Financeiro e Fiscal	Emissão e controle das notas fiscais e dos boletos de cobrança. Faz todo o serviço de contas a receber e cobrança, além das contas a pagar. É responsável por todo o controle financeiro da empresa. Nesse setor, os orçamentos e compras são realizados. Ainda, os fornecedores são escolhidos, controlados e pagos
Departamento Comercial	Responsável pelas prospecções, vendas via telemarketing, organização e participação de feiras, palestras e ações de vendas
Departamento de Recursos Humanos	Atuação em eventos, conferência de folhas, documentação de admissão e rescisão do funcionário. As partes de recrutamento e seleção são feitas através de uma empresa terceirizada
Departamento de Marketing	Relacionamento entre cliente e empresa
Consultoria	Direcionada para qualquer visita técnica que necessite ser realizada no cliente, desde a implantação à personalização dos softwares fornecidos
Departamento de Apoio ao Usuário	Apoio ao cliente na utilização do software, correção de problemas técnicos que podem aparecer, implantação e integração com o ERP do cliente, atendimento frente a dúvidas, dentre outros serviços de pós-vendas do cliente para a empresa.
Departamento de Desenvolvimento	Espaço no qual todos os serviços são desenvolvidos, atualizados e personalizados. Nesse setor, possuímos um profissional terceirizado que atua na consultoria aos programadores e com a programação dos softwares.
Informações Contábeis	Contadora com prestação de consultoria aos programadores e atendentes de suporte quanto à questão fiscal dos produtos desenvolvidos na empresa. Ela, também, faz uma apresentação dos produtos a prospects e realiza treinamento a clientes.

Fonte: os autores.

Quanto aos serviços terceirizados:

Quadro 4. Definição das Funções para Serviços Terceirizados

Departamentos Externos	Funções
Contabilidade	Responsável pelas áreas contábil, fiscal e societária da empresa.
Marketing	Criação e realização de todas as campanhas de publicidade e propaganda. Também, atua atualizando, diariamente, o blog da empresa, dentre outras redes sociais.
Comunicação Visual	A empresa dispõe de um profissional de design que personaliza todo material desenvolvido pelo marketing, os sites da empresa, assinaturas, enfim, todo material digital, ou impresso, que a empresa possa precisar.

Fonte: os autores.

Define-se departamento interno pelas atividades exercidas dentro da empresa, por funcionários contratados da própria empresa; já o departamento externo abarca empresas terceirizadas que são contratadas para determinados serviços. A empresa opta por serviços terceirizados pelo custo dos serviços ser menor do que contratar, apenas, um funcionário para determinada função. Essas empresas possuem pessoas capacitadas e software específico para um melhor desempenho das funções.

Almeida (2009) descreve que, como efeito da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, considera-se microempresa, ou empresa de pequeno porte, o empresário, além da sociedade empresária e da sociedade simples, devidamente, registrados no Registro de Empresas Mercantis (a cargo das Juntas Comerciais), ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, em se tratando de sociedade simples (Brasil, 2006).

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas, ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente, registrados no Registro de Empresas Mercantis, ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - No caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e

II - No caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) (Redação dada pela Lei Complementar nº 155, de 2016) (Brasil, 2006).

De acordo com o faturamento anual, a empresa apresentada se enquadra como de pequeno porte.

Quadro 5. Classificação dos Custos

Custos				
		Cl	Despesas	Total
	Desenvolvimento			
Salários	R\$ 64.500,00	R\$ 33.500,00	R\$ 21.300,00	119.300,00
FGTS			R\$ 7.380,00	R\$ 7.380,00
CAMPANHAS MARKETING			R\$ 20.868,48	R\$ 20.868,48
Auxílio Saúde			R\$ 9.373,51	R\$ 9.373,51
Auxílio Transporte			R\$ 757,50	R\$757,50
COMISSÃO MYRP			R\$3.924,77	R\$3.924,77
Endomarketing			R\$ 386,00	R\$386,00
Manutenção e Conservação			R\$ 627,00	R\$627,00
TELEFONIA E INTERNET			R\$ 12.257,00	R\$ 12.257,00
Iss s/ serviços			R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00
Seguro de vida			R\$ 816,00	R\$ 816,00
Software	R\$6.154,66			R\$6.154,66
Despesa de Viagem			R\$7.294,00	R\$7.294,00
Energia Elétrica			R\$ 2.404,00	R\$ 2.404,00
MATERIAL DE ESCRITÓRIO			R\$ 268,00	R\$ 268,00
MATERIAL DE LIMPEZA			R\$ 748,25	R\$ 748,25
Material de Consumo			R\$ 760,00	R\$ 760,00
Data Center	R\$ 6090,00			R\$ 6.090,00
Contabilidade			R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Depreciação Máquinas e Equipamentos	R\$ 848,02			
Correios			R\$ 60,00	R\$ 60,00
<b>Total</b>	<b>R\$77.592,68</b>	<b>R\$ 33.500,00</b>	<b>R\$ 101.224,51</b>	<b>R\$ 211.469,17</b>

Fonte: os autores.

A classificação dos custos não está, necessariamente, relacionada à identificação em si entre custos/despesas com o produto/mercadoria/serviço. Na realidade, o foco desses custos/despesas está mais relacionado com o volume vendido. Constituem valores que se modificam em relação direta com o volume vendido. No enfoque, estritamente, unitário, esses custos e essas despesas costumam ser constantes por unidade vendida.

Para mensurar os valores gastos na atividade, analisou-se um projeto de implantação do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED) em determinado cliente.

Inicialmente, verificou-se a quantidade de pessoas destinadas para o desenvolvimento da atividade, assim, comporta:

IMPLANTAÇÃO DE SPED												
FUNCIONARIOS	HORAS	VALOR HORA	TOTAL VALOR	13°	FÉRIAS	FÉRIAS 1/3	TOTAL	FGTS	PLANO DE SAÚDE	VA	TOTAL	
FUNCIONÁRIO 1	40	44,09	1.763,64	146,97	146,97	48,99	2.106,57	168,53		78,18	2.353,28	
FUNCIONÁRIO 2	180	29,55	5.318,18	443,18	443,18	147,73	6.352,27	508,18	133,00	351,81	7.345,26	
FUNCIONÁRIO 3	200	12,73	2.545,45	212,12	212,12	70,71	3.040,40	243,23	92,00	390,00	3.765,63	
<b>TOTAL</b>	<b>420</b>		<b>9.627,27</b>	<b>802,27</b>	<b>802,27</b>	<b>267,43</b>	<b>11.499,24</b>	<b>919,94</b>	<b>225,00</b>	<b>819,99</b>	<b>13.464,17</b>	

Fonte: os autores.

Quadro 6. Custo das Atividades dos Funcionários

Os dados referentes aos funcionários que participaram do projeto foram fornecidos pelo Departamento de Recursos Humanos da empresa.

Foram apropriados todos os gastos referentes à atividade de implantação do SPED, assim, chegamos ao preço de custo.

Quadro 7. Rateio de Despesas Relacionadas às Atividades

Despesa	Nº de Funcionários	Valor da Despesa	Valor por funcionário	H/mês	Valor/hora	Total Hora	Total Gasto
Energia Elétrica	35	R\$ 2.404,00	R\$ 68,69	220	R\$ 0,31	420	R\$ 131,13
Telefone	35	R\$ 12.257,00	R\$ 350,20	220	R\$ 1,59	420	R\$ 668,56
Depreciação	35	R\$ 886,08	R\$ 25,32	220	R\$ 0,12	420	R\$ 48,33
<b>Total</b>		<b>R\$ 15.547,08</b>	<b>R\$ 444,20</b>		<b>R\$ 2,02</b>		<b>R\$ 848,02</b>

Fonte: os autores.

O rastreamento é utilizado quando não é possível a visualização explícita de onde vem o custo, então, é feita uma relação de causa e efeito entre a ocorrência da atividade e a geração dos custos.

Para mensurar os custos da atividade, dividimos as despesas de energia elétrica, telefone e depreciação pelos 35 funcionários e as tiramos como base para o rateio das despesas.

Quadro 8. Custo Total das Atividades

Funcionário 1	R\$ 2.353,28
Funcionário 2	R\$ 7.345,26
Funcionário 3	R\$ 3.765,63
Energia Elétrica	R\$ 131,13
Telefone	R\$ 668,56
Depreciação	R\$ 848,02
<b>Total</b>	<b>R\$ 15.111,88</b>

Fonte: os autores.

O levantamento dos dados foi possível pelas informações fornecidas pela empresa, possibilitando identificar, detalhadamente, o custo total.

Nas organizações de serviços e nas industriais, o problema é tomar decisões gerenciais que possam tornar e manter, bem lucrativas, organizações complexas e diversificadas. O segredo é dispor de boas informações a respeito dos custos para que os gerentes possam tomar essas decisões.

Quadro 9. Custo Total e Preço de Venda

Atividade SPED	
Custo total	Preço de Venda
R\$ 15.111,88	R\$ 24.000,00

Fonte: os autores.

Podemos observar que a empresa obteve um lucro de R\$ 8.888,12, ou, aproximadamente, 40% referente aos custos gastos. Sugerimos, à empresa, separar os custos pelas atividades para uma melhor mensuração dos custos, e, como próximo passo, a análise de preço de venda do serviço.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo deste trabalho possibilitou fazer a análise de como funciona a gestão de custos na organização, e destacar que as empresas, mesmo sendo as de pequeno e médio portes, precisam se adequar às inovações na questão orçamentária, no ramo de prestadoras de serviço, além de se destacar frente à concorrência para continuar nesse mercado.

Para que se fosse atingido o objetivo estabelecido no trabalho de pesquisa, foi necessária a utilização de algumas técnicas para a coleta de dados, como: pesquisa de caráter exploratório, pesquisas bibliográficas, entrevista semiestruturada com a gestora do departamento estudado e observação nas atividades da empresa. Os dados coletados serviram de base para melhores análise e interpretação das informações colhidas.

No que se refere à empresa, observou-se que a gestão de custos vem sendo realizada com as mesmas ferramentas desde a abertura dela. No entanto, com o crescimento da empresa, esse processo se tornou longo e impreciso.

Com relação aos objetivos específicos que foram delineados na pesquisa, todos foram respondidos ao longo do trabalho. O segundo objetivo específico, avaliar o processo de apuração de custos, foi possível por meio da coleta de dados, observação e relatórios detalhados no decorrer do estudo.

Diante deste trabalho de pesquisa, conclui-se que os objetivos estabelecidos foram alcançados, além de que foi possível mostrar formas de executar esse processo tão importante nas empresas, o qual possibilita expansão e melhor posicionamento em relação aos concorrentes.

# REFERÊNCIAS

---

ALMEIDA, A. P. de. **Comentários ao Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: [https:// www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm). Acesso em: 1º fev. 2023.

CFC. Conselho Federal de Contabilidade. **Princípios fundamentais e normas brasileiras de Contabilidade**. 3. ed. Brasília: CFC, 2008.

COLAUTO, R. D.; BEUREN, I. M.; ROCHA, W. **O custeio variável e o custeio-alvo como suportes às decisões de investimentos, no desenvolvimento de novos produtos**. 2004.

FITZSIMMONS, J. A. **Administração de serviços**. 7. ed. Porto Alegre: Amgh, 2014.

GUERREIRO, R. **Estruturação de sistemas de custos para a gestão da rentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2011.

HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LEONE, G. S. G. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LEONE, G. S. G.; LEONE, R. J. G. **Curso de Contabilidade de Custos: contém critério do custeio ABC: aplicação de métodos quantitativos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Services marketing: people, technology, strategy**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, 2007.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAUAD, L. G. A.; PAMPLONA, E. O. **O custeio ABC em empresas de serviços: características observadas na implantação em uma empresa do setor**. São Paulo, 2002.

OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ JUNIOR, J. H. **Contabilidade de Custos para não contadores**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PADOVEZE, C. L. **Curso Básico Gerencial de Custos: [texto e exercícios]**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

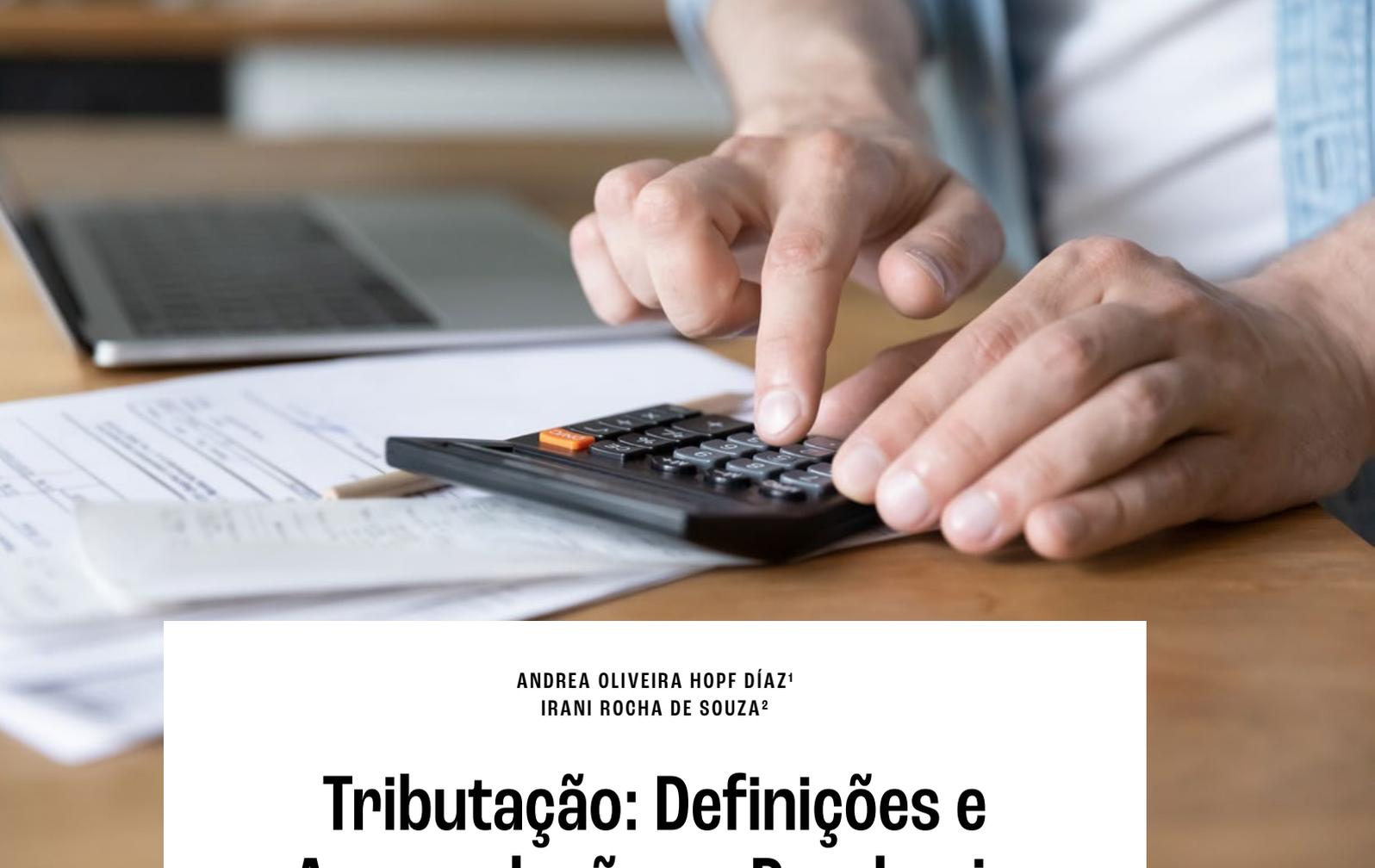
PADOVEZE, C. L. **Curso Básico Gerencial de Custos**. São Paulo: Thomson, 2003.

PADOVEZE, C. L.; TARANTO, F. C. **Orçamento empresarial: novos conceitos e técnicas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PONTE, V. M. R.; RICCIO, E. L.; LUSTOSA, P. R. B. **Uma análise comparativa entre contabilidade de ganhos – throughput accountins e o método do custeio variável**. São Paulo: USP, 2007.

SANTOS, F. de A.; VEIGA, W. E. **Contabilidade com ênfase em micro, pequenas e médias empresas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

STRUTZ, E. **Finanças e custos e TI**. Indaial: UNIASSELVI, 2016.



ANDREA OLIVEIRA HOPF DÍAZ<sup>1</sup>  
IRANI ROCHA DE SOUZA<sup>2</sup>

# Tributação: Definições e Arrecadação na Pandemia

*Taxation: definitions and collection in the pandemic*

ARTIGO 6

70-82

1 Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Beco Doutor Pedrinho, 79 - Bairro: Rio Morto - 89082262 - Indaial/SC.

2 Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Beco Doutor Pedrinho, 79 - Bairro: Rio Morto - 89082262 - Indaial/SC.

**Resumo:** O trabalho a seguir tem como objetivo apresentar aspectos da legislação tributária para as empresas, seus enquadramentos e níveis, além do desempenho de alguns indicadores no decorrer do ano de 2020. Com base na legislação tributária que estabelece os tributos obrigatórios, alíquotas, e também os enquadramentos e portes da empresa, percebe-se a importância do Lucro para o desempenho da arrecadação tributária, especialmente a Federal. A partir de uma revisão de certos indicadores, constata-se a diminuição da arrecadação no contexto de pandemia. Os efeitos são mais ou menos intensos, dependendo do tributo e a relação com o mercado, políticas e setores de atividades, exigindo uma continuação e aproximação maior entre as variáveis dessas análises ao longo do tempo.

**Palavras-chave:** Tributos. Legislação e arrecadação tributária. Enquadramento. Pandemia.

**Abstract:** The following work aims to present aspects of tax legislation for companies, their frameworks and levels, in addition to the performance of some indicators during the year 2020. Based on the tax legislation that establishes mandatory taxes, rates, and also the frameworks and sizes of the company, one can see the importance of Profit for the performance of tax collection, especially the Federal. From a review of certain indicators, it is possible to observe a decrease in revenue in the context of a pandemic. The effects are more or less intense, depending on the tax and the relationship with the market, policies and sectors of activities, requiring a continuation and greater approximation between the variables of these analyzes over time.

**Keywords:** Taxes. Legislation and tax collection. Framework. Pandemic.

## INTRODUÇÃO

**D**e acordo com a Lei nº 5.172, Art. 96º, temos que a expressão “legislação tributária” compreende as leis, os tratados e as convenções internacionais, os decretos e as normas complementares que versem, no todo ou em parte, sobre tributos e relações jurídicas a eles pertinentes.

A definição de tributação está relacionada à necessidade de arrecadar recursos para serem utilizados pelo estado em favor da sociedade. Para tanto, a tributação se submete a regras jurídicas que devem ser seguidas por toda a humanidade.

Portella (2018) admite que tributo pode ser definido como um meio de gerar recursos financeiros para custear as despesas públicas em prol do estado. Essa definição vai ao encontro da Lei nº 4.320/64, Art. 9º, que define tributo como sendo os impostos, as taxas e as contribuições instituídas pelas entidades de direito público, com o objetivo de custear as atividades gerais ou específicas por elas exercidas. Dessa forma, os tributos são uma das fontes financeiras que contribui para a receita dos estados.

Ainda de acordo com o autor, são cinco os tributos definidos, de acordo com o Supremo Tribunal Federal (STF): imposto, taxa, contribuição de melhoria, contribuições especiais e empréstimo compulsório.

Podemos dizer que imposto é o valor cobrado sobre algum tipo de riqueza ou capacidade econômica que uma pessoa possui (Exemplos; Imposto de Renda, Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços entre outros). Enquanto taxa seria quando um cidadão precisa de algum tipo de serviço público.

A contribuição de melhoria, seria similar a taxa, no sentido de valorização imobiliária em favor do contribuinte. As contribuições especiais, similar ao imposto, seriam as contribuições sociais, profissionais e de contribuições de intervenção no domínio econômico.

O empréstimo compulsório, seria, então, o tributo cujo fator gerador seria uma atividade estatal ou a atuação do contribuinte que expresse riqueza, cujo destino seria a cobertura das despesas com calamidade pública e investimento público de caráter urgente (Portella, 2018).

Devido à retração econômica causada pela pandemia em 2020, percebe-se que, assim como os diversos ramos de atividade econômica no Brasil e no mundo, a arrecadação tributária também foi afetada, apresentando uma queda em diferentes segmentos. Entretanto, essa queda, ainda assim, poderia ser atribuída a algumas medidas tomadas pelo Tribunal de Contas da União, tais como desonerações tributárias, diferimentos no pagamento de tributos entre outras (Baldivieso S.; Baldivieso P., 2020).

Em situações de crises, com origens além da gestão interna decorrente da assimilação no próprio sistema econômico, as expectativas dos agentes tendem a se retraírem e a dinâmica dos investimentos de toda ordem também, com efeitos no fluxo financeiro destinado inclusive a tributação.

Diante da importância do tema, esse estudo tem por objetivo compreender a legislação tributária, seus enquadramentos e níveis e perceber o desempenho de alguns indicadores tributários, no decorrer do ano de 2020, comparativamente a 2019.

Para tanto, destacam-se os seguintes objetivos específicos: a) apresentar os tipos de obrigações tributárias para a empresa; b) apresentar essas obrigações a partir dos enquadramentos de cada empresa; c) por fim, apresentar o desempenho da arrecadação de determinados tributos no ano de 2020.

Esse trabalho justifica-se diante do contexto ainda vigente de pandemia, pois ao apresentar as definições tributárias e a consequências na arrecadação no contexto de pandemia no ano de 2020, é possível constatar a necessidade de um contínuo acompanhamento desses indicadores e outros relacionados à recuperação econômica até os dias atuais e futuros.

O presente estudo está organizado por uma primeira seção de caráter introdutório, seguindo o referencial teórico, abordando sobre principais obrigações tributárias praticadas no Brasil, em seguida, apresenta-se o enquadramento tributário de acordo com o porte da empresa. No item 4, apresentam-se o método e os procedimentos metodológicos; no item 5 o método utilizado na coleta do material utilizado no estudo; e, no item 6, apresenta-se a análise dos resultados acerca dos objetivos do estudo. No último item, alcançamos as reflexões e possíveis recomendações para este e outros pertinentes estudos.

## OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS

O sistema tributário é o conjunto de tributos definidos em um determinado país de acordo com a sua legislação. Assim é o sistema

tributário em nosso país, um conjunto de tributos amparados legalmente pela Constituição Federal do Brasil, a partir do código fiscal Brasileiro, Leis complementares, Leis ordinárias, resolução do senado e leis estaduais e municipais (SEBRAE, 2020).

O montante do tributo a ser recolhido é calculado pela alíquota, ou seja, percentual aplicado sobre a base de cálculo definida na legislação que faz a regulamentação do tributo. Cada tributo é composto por uma alíquota específica definida em lei.

A alteração da alíquota poderá acontecer mediante medidas provisórias, que deverão ser transformadas em Lei. Nesse contexto, podemos apontar sete principais tributos recolhidos pelas empresas, ou seja, Cofins, PIS, CSLL, IRPJ, ICMS, ISS e IPI, cada qual de acordo com sua alíquota.

Na Figura 1, apresentam-se as alíquotas incidentes sobre eles.

Figura 1. Representação das Alíquotas

Imposto	Alíquota
Cofins	7,6% do faturamento bruto mensal
PIS	1,65% do faturamento bruto mensal
CSLL	9% sobre o lucro líquido apurado no mês
IRPJ	15% sobre o lucro líquido apurado no mês
ICMS	12%, 17% ou 25% sobre o valor da base de cálculo apurada (entradas deduzidas das saídas). As alíquotas variam de estado para estado e de acordo com o produto
ISS	A alíquota pode variar de 2% a 5%. Recomenda-se obter a tabela de serviços em cada município, junto ao setor de Arrecadação
IPI	Alíquotas variáveis conforme produto fabricado. Verifique a Tabela TIPI (Tabela de IPI) no site da Receita Federal

Fonte: Fernandes (2018, on-line).

Conforme observamos na Figura 1, os percentuais praticados estão predefinidos de acordo com a legislação, sendo que, cada alíquota varia de acordo com a situação que a empresa se enquadra, ou seja, regime tributário da empresa, estado de localização da empresa, entre outros.

Cada vez mais a gestão financeira de uma empresa precisa estar atualizada e ter atenção em relação aos tributos cobrados.

Na Figura 2, são apresentados os principais impostos instituídos por lei que recaem sobre as empresas no Brasil e também para as pessoas físicas, por níveis governamentais, somados às contribuições previdenciárias (INSS).

Figura 2. Tributação por níveis governamentais



Fonte: Dantas Jr. (2021, on-line).

De acordo com a Figura 2, podemos observar tributos a nível federal, estadual e municipal, além das contribuições previdenciárias. O que vai definir o tipo de tributo que a empresa tem como obrigação é o regime de tributação que ela se enquadra, dependendo do seu faturamento e de outros fatores relacionados ao negócio em questão, como porte, atividade exercida, entre outros.

Na abertura de uma empresa, primeiramente, se analisa o tipo societário, ou seja, se a empresa será aberta por apenas uma pessoa ou terá sócios. No Brasil, os tipos societários possíveis são: Empresa individual (EI), Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), Limitada (Ltda) e Sociedade Anônima (S.A) (Contabilizei, 2021).

Só após essa etapa, faz-se necessário conhecer o tamanho da empresa e o seu faturamento, para em seguida, fazer o seu enquadramento em um dos portes e respectivas tributações decorrentes, como demonstram-se no item a seguir.

## TRIBUTAÇÃO X TAMANHO DA EMPRESA

A tributação de uma empresa é estabelecida de acordo com o seu tamanho. Pelo tamanho da empresa, define-se ela como: microempreendedor individual (MEI), Microempresa (ME), empresa de Pequeno Porte (EPP), empresa de Médio Porte e empresa de Grande Porte. Na Figura 3, são apresentadas as características de cada enquadramento.

Observa-se na Figura 3 que o faturamento da empresa é uma das características que se destaca para a definição do tamanho dela. A partir dos tipos de empresas, pode-se determinar seu enquadramento tributário e, assim, seu regime de tributação.

De acordo com Junior (2019), o regime de tributação é um conjunto de leis que regulamenta como as empresas serão tributadas em relação aos impostos e encargos sociais, logo, a base de cálculo e a alíquota, variam de acordo com o regime de tributação e seu enquadramento. Cada empreendedor necessita definir um regime de tributação. Os regimes de tributação praticados pelas pessoas jurídicas são: Lucro Presumido, Lucro Real e Simples Nacional.

Figura 3. Enquadramento das empresas

<p style="text-align: center;"><b>MEI</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Microempreendedor Individual</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razão social composta pelo nome do colaborador</li> <li>• Faturamento anual até R\$ 81.000,00.</li> <li>• Formalização feita direto no portal Gov.br/ME.</li> <li>• pode contratar 1 único empregado.</li> <li>• Tributo é o DAS-MEI (documento de arrecadação do simples nacional).</li> <li>• Tem direito auxílio-maternidade, auxílio doença e aposentadoria.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ME</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Microempresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociedade é simples e o empresário é devidamente registrado no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoa Jurídicas.</li> <li>• O faturamento deverá ser inferior ou igual a R\$ 360.000,00.</li> <li>• Necessário optar por uma das formas de tributação e efetuar o registro na Junta Comercial ou Cartório de registro de pessoas jurídicas. Se o lucro ultrapassar o limite estabelecido para MPE, deverá ser feita nova análise do negócio e novo planejamento societário e tributário do empreendimento.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>EPP</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Empresa de Pequeno Porte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faturamento bruto anual acima de R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 4.8 milhões.</li> <li>• Enquadramento deverá ser feito na Junta Comercial, onde deverá ser definido o regime tributário a ser praticado e quanto de imposto deverá ser pago. À medida que o faturamento aumenta, será necessário nova análise do planejamento tributário.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Empresa de Médio Porte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não existe uma classificação oficial em relação a empresa de médio porte.</li> <li>• Faturamento anual estimado de R\$ 4,8 milhões até R\$ 300 milhões.</li> <li>• Não pode ser optante do simples nacional, terá que optar entre lucro presumido e lucro real.</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>Empresa de Grande Porte</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa de Grande Porte é aquela que fatura acima de R\$ 300 milhões anualmente ou possui ativos superiores acima de R\$ 240 milhões.</li> <li>• Só podem optar pelo Lucro Real.</li> </ul>

Fonte: as autoras (2022).

No que tange ao Lucro Presumido, de acordo com Lima (2020), uma parte do faturamento da empresa se consolidará como lucro, e esse lucro será a base de cálculo tributário para o devido recolhimento. Cada ramo de atividade tem seu percentual definido e a margem de lucro a ser utilizada para o cálculo está prefixada em lei.

Para adotar esse regime de tributação, a empresa não pode ultrapassar o valor de 78 milhões de reais de faturamento anual e considera-se um regime de tributação simplificado de cálculo do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro líquido das pessoas jurídicas. Com relação ao lucro real, esse enquadramento tributário pode

ser considerado o mais complexo, ao mesmo tempo que é permitido a todas as empresas, mas nem sempre o mais vantajoso, principalmente para as empresas muito lucrativas (Lima, 2020).

Com base no lucro líquido que o negócio gerou ao fim do demonstrativo contábil, realiza-se então o cálculo do Imposto de Renda e da contribuição social, sendo a alíquota de 15% sobre o lucro real bruto.

De acordo com o Sebrae (2021, s. p.), “são considerados os registros contábeis e fiscais efetuados de acordo com as leis comerciais, para a arrecadação do IRPJ e CSLL”. Os outros tributos são arrecadados separadamente. As seguintes alíquotas são determinadas para esse enquadramento: IR: 15%, CSLL: 9%, PIS: 1,65%, COFINS: 7,65%.

Com relação ao simples nacional, Lima (2020) descreve que esta modalidade se trata de um enquadramento bem simplificado, pois o recolhimento é em uma única guia (DAS – Documento de Arrecadação do Simples Nacional), e o cálculo é feito com base no faturamento da empresa.

Dessa forma, enquadram-se aqui microempresas, incluindo aqui os microempreendedores individuais (MEIs) ou empresas de pequeno porte. Esse regime foi criado em 2006 pela Lei Complementar 123, buscando reduzir a burocracia e os custos de pequenos empresários.

## MATERIAL E MÉTODO

Em relação à natureza do objetivo, essa pesquisa trata-se de uma pesquisa descritiva. De acordo com Gil (1999, p. 70), “a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis”. A

natureza do artigo é teórico conceitual, ou seja, são aqueles que definem modelo, estrutura ou teorias.

De acordo com Cervo e Bervian (1996), os referenciais teóricos explicam um problema, podendo ser aplicado como parte da pesquisa descritiva, pois proporciona conhecer e analisar contribuições culturais ou científicas sobre determinado assunto, tema ou problema.

Quanto à coleta de dados, buscou-se definir as obrigações tributárias, tipos de tributos e enquadramento das empresas de acordo com seu tamanho, por meio de publicações na área legal contábil, em seguida, a partir de dados disponibilizados por Relatórios da Receita Federal de 2019-2020, seleciona-se certos indicadores mais representativos relativos a arrecadação tributária, especialmente da Pessoa Jurídica, em este período.

Portanto, trata-se de dados secundários, ou seja, são aqueles obtidos de obras bibliográficas ou de relatórios existentes sobre o tema (Richardson, 1999).

No que tange à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois apresenta-se as definições e consequências na arrecadação, causadas pela pandemia de 2020, ou seja, não se utilizou de instrumental estatístico no processo de análise do problema, apenas se replicou dados já construídos (Richardson, 1999).

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa apresenta dados relativos à arrecadação tributária de 2020, comparado a arrecadação de 2019, sob um cenário anterior e durante os efeitos da Pandemia Covid. A Figura 4 apresenta esse contexto, inclusive sob a luz da arrecadação administrada pelos demais órgãos.

Figura 4. Apuração da arrecadação tributária comparada (2019/2020)

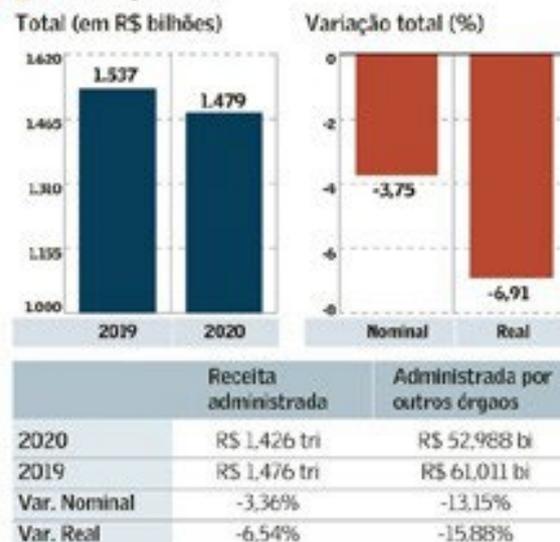
## Efeito covid

Apesar do crescimento em dezembro, arrecadação fecha 2020 com queda real de 6,91% ante 2019

### Arrecadação em dezembro



### Arrecadação anual



Fonte: Simão e Ribeiro (2021, on-line).

Ao comparar dezembro de 2019 e de 2020, conforme Figura 4, percebe-se que ocorreu um aumento na arrecadação tributária, ou seja, em 2019 a receita administrativa foi de R\$ 144,817 bilhões, enquanto em 2020, foi de R\$ 156.369 bilhões.

Entretanto, apesar desse comportamento ser observado no mês de dezembro de 2019, este não é o comportamento predominante, constatado no decorrer do período anual, onde verificou-se um decréscimo.

Durante o ano de 2019 a arrecadação foi de R\$ 1.476 trilhões, enquanto no mesmo período em 2020, o valor constatado foi equivalente a R\$ 1.426 trilhões, revelando, então, um decréscimo real de 6,54%.

No decorrer de 2020, inúmeras decisões políticas e econômicas foram necessárias para

enfrentar o momento inédito vivenciado pelo mundo, almejando uma melhor retomada econômica após esse momento. No Brasil, não foi diferente.

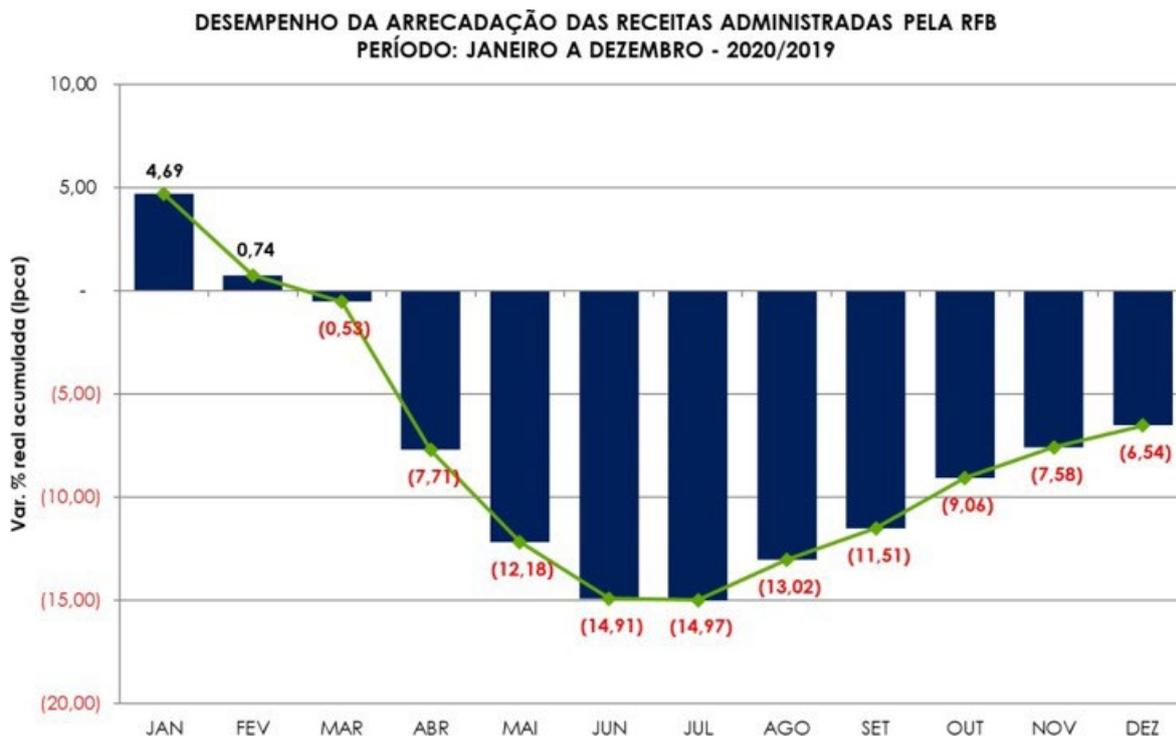
Dentre as medidas tomadas pelo governo em meio a pressão política entre os níveis municipais e estaduais, destacaram-se as desonerações tributárias, diferimentos no pagamento de tributos e medidas de desburocratização de responsabilidades tributárias.

Segundo dados da Receita Federal (RFB), o destaque do período de janeiro-dezembro de 2020, ficou a cargo do Cofins e do PIS/Pasep, que juntos apresentaram uma arrecadação de R\$ 299.733 milhões, representando um decréscimo real de 11,92%. Seguido do decréscimo de 7,16% da Receita Previdenciária.

De forma geral, esses resultados decorrem dos decréscimos do volume de vendas e da massa salarial, como consequência da queda de circulação de bens, serviços e pessoas, contribuindo para o declínio da arrecadação dos principais segmentos econômicos.

A Figura 5, a seguir, apresenta a evolução da variação da arrecadação por meses, onde é possível perceber o desempenho de 2020, comparativamente ao ano de 2019.

Figura 5. Desempenho da arrecadação das receitas administradas pela RFB (período de Janeiro a Dezembro – 2020/2019)



Fonte: Receita Federal (2020, on-line).

Na Figura anterior, observa-se que a baixa na arrecadação começa a ser menos intensa a partir de agosto de 2020, certamente já decorrente de maior internalização, mas também gestão dos efeitos ao longo dos meses, coincidente com as medidas e políticas públicas durante esse processo.

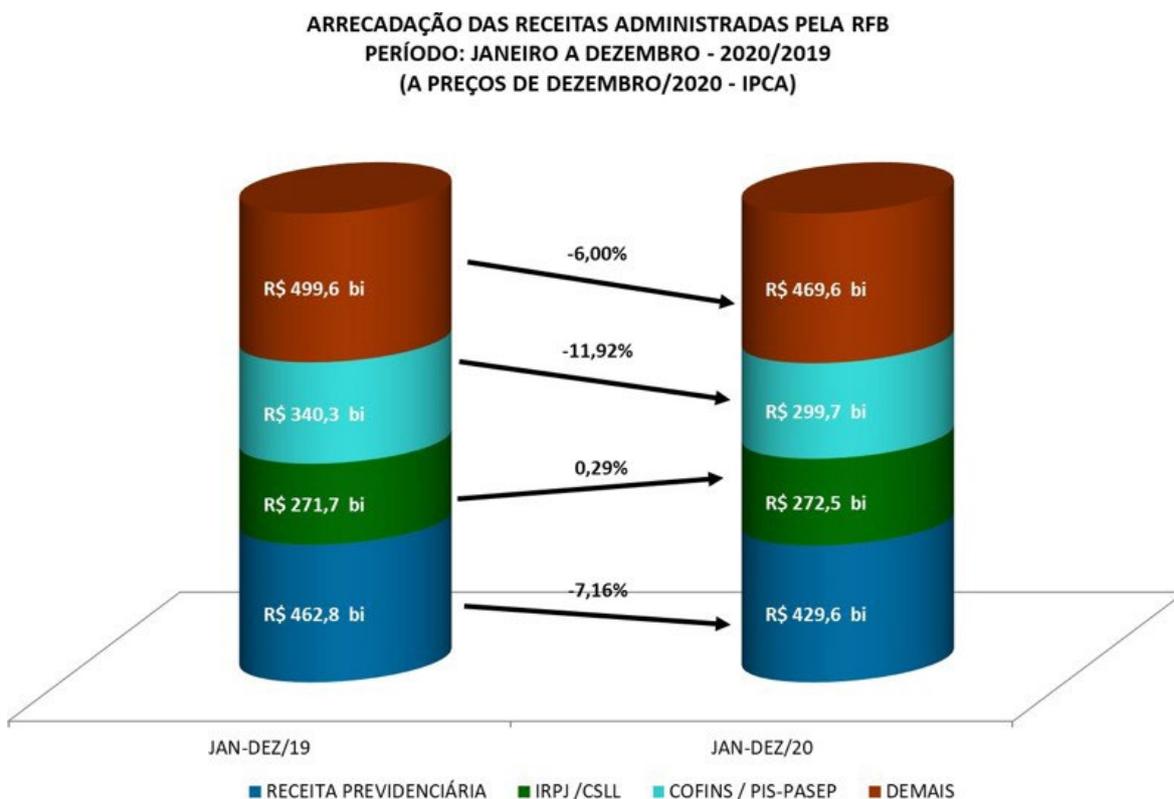
Os principais fatores que, em conjunto contribuíram, para esse resultado foram então os desempenhos dos principais indicadores macroeconômicos: produção industrial, venda de bens e serviços, massa salarial e importações,

com ênfase para a venda de serviços e produção industrial, com indicadores respectivos em torno de -7% e -5%.

Somam-se a esses fatores, a redução a zero das alíquotas aplicáveis do IOF nas operações de crédito; o crescimento do volume de compensações tributárias; e a ocorrência de pagamentos atípicos de IRPJ e CSLL.

Na Figura 6, observa-se a representatividade das alíquotas por classe de contribuintes e percebe-se a contribuição de cada uma delas para a arrecadação final no período considerado.

Figura 6. Arrecadação das receitas administradas pela RFB (período de Janeiro a Dezembro 2020/2019)



\*obs: "Demais": refere-se a contribuições sobre IRPF, IRRF, IPI, IOF, CIDE, entre outros.  
Fonte: Receita Federal (2020, on-line).

## DE ACORDO COM A RECEITA FEDERAL:

**IRPJ (R\$ 179.687 milhões/+1,39%) e CSLL (R\$ 92.786 milhões/-1,76%):** desempenho explicado, basicamente, pelo incremento real de 40,99% na arrecadação referente ao ajuste anual (cujos fatos geradores ocorreram ao longo do ano de 2019) e de 30,26% no balanço trimestral, conjugado com os decréscimos reais de 5,04% na arrecadação da estimativa mensal, de 3,72% na arrecadação do Simples Nacional e de 2,12% na arrecadação do lucro presumido. Importante observar que houve recolhimentos extraordinários de, aproximadamente, R\$ 14 bilhões entre fevereiro e dezembro de 2019, e de R\$ 2,8 bilhões em janeiro, 2,5 bilhões em setembro, 1,2 bilhão em novembro e 1,5 bilhão

em dezembro deste ano por algumas empresas de diversos setores econômicos. **Cofins (R\$ 232.775 milhões/-13,16%) e PIS/Pasep (R\$ 66.958 milhões/-7,32%):** esse resultado decorreu, fundamentalmente, da combinação dos seguintes fatores: dos decréscimos reais de 1,07% do volume de vendas (PMC-IBGE) e de 7,41% no volume de serviços (PMS-IBGE) entre dezembro de 2019 e novembro de 2020 em relação ao período compreendido entre dezembro de 2018 e novembro de 2019, do declínio da arrecadação dos principais segmentos econômicos em razão, sobretudo, da pandemia relacionada ao coronavírus, com exceção de alguns poucos, como o importador, e aumento nominal de 92,19% no volume de compensações tributárias. **Receita previdenciária**

**(R\$ 429.602 milhões/-7,16%):** a massa salarial habitual de dezembro de 2019 a novembro de 2020, apurada pela PNAD Contínua – Mensal/IBGE em todas as regiões brasileiras, apresentou redução nominal de 1,31% em relação a igual período do ano anterior. Com atualização pelo IPCA, há uma redução de 4,34%. O Novo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Novo Caged/MTE) apresentou, até o mês de novembro de 2020, um saldo positivo de

227.025 empregos. A contribuição dos principais setores para esse resultado foi a seguinte: construção (+157,9 mil postos), indústrias de transformação (+129,5 mil postos) e serviços (-98,3 mil postos) (Receita Federal, 2020, p. 9, grifo nosso).

Na Figura 7, a seguir, é possível constatar essa mesma evolução, a partir da arrecadação do IRPJ/CSLL, por divisão econômica, ou seja, de acordo com os setores de atividades.

Figura 7. Arrecadação do IRPJ/CSLL por divisão econômica(período de Janeiro a Dezembro – 2020/2019)

ARRECADÇÃO DO IRPJ/CSLL POR DIVISÃO ECONÔMICA				
PERÍODO: JANEIRO A DEZEMBRO - 2020/2019				
(A PREÇOS DE DEZEMBRO/2020 - IPCA)				
UNIDADE: R\$ MILHÕES				
DIVISÃO ECONÔMICA (CNAE)	ARRECADÇÃO		DIFERENÇAS	
	JAN-DEZ/20 [A]	JAN-DEZ/19 [B]	[A]-[B]	[A]/[B]%
. COMÉRCIO ATACADISTA	21.570	18.252	3.318	18,18
. SEGUROS E PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR	16.068	13.418	2.650	19,75
. EXTRAÇÃO DE MINERAIS METÁLICOS	10.841	8.323	2.518	30,26
. FABRICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS	6.872	4.575	2.297	50,20
. ATIVIDADES AUXILIARES DO SETOR FINANCEIRO	12.016	10.307	1.709	16,58
. ATIVID. DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	3.607	2.308	1.299	56,25
. FABRICAÇÃO DE PRODUTOS QUÍMICOS	6.032	4.750	1.282	26,98
. FABRIC. DE EQUIP. DE INFORMÁTICA E ELETRÔNICOS	2.279	1.263	1.017	80,52
. COMÉRCIO VAREJISTA	13.774	12.820	955	7,45
. AGRICULTURA, PECUÁRIA E SERVIÇOS RELACIONADOS	2.007	1.367	639	46,76
<b>SUBTOTAL [A]</b>	<b>95.066</b>	<b>77.383</b>	<b>17.683</b>	<b>22,85</b>
<b>DEMAIS [B]</b>	<b>177.407</b>	<b>194.289</b>	<b>(16.882)</b>	<b>(8,69)</b>
<b>TOTAL [C]=[A]+[B]</b>	<b>272.473</b>	<b>271.672</b>	<b>801</b>	<b>0,29</b>

Fonte: Receita Federal (2020, on-line).

Conforme observa-se na Figura 7, em arrecadações relacionadas ao regime tributário enquadrado (Imposto de Renda Pessoa Jurídica) e a lucratividade (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido), constata-se que permanece ainda uma certa dinâmica individual dessas atividades em 2020, comparativamente a 2019, com mais ou menos intensidade. Aqui, tem destaque a variação de arrecadação da fabricação de equipamentos de informática e eletrônicos (80,52%) e menor variação de arrecadação no comércio varejista (7,45%).

Este comportamento, preliminarmente, pode ser atribuído como uma resposta ou um

“fôlego” ainda existente diante de um contexto de necessidades e demandas em que o mercado (empresas) ainda conseguiria arcar com suas obrigações com certa seguridade, e não ressentindo-se ainda os efeitos da crise, contexto que deve ser analisado mais a frente, em respostas de 2021 em diante.

Certamente, novas análises em anos consecutivos devem ser levadas adiante, que considerem as novas políticas públicas e ações de gestão desenvolvidas para recuperar e dinamizar o crescimento econômico, e, assim, a saúde financeira e arrecadação tributária das empresas em todos os seus enquadramentos.

## CONCLUSÃO

Neste artigo, compreendeu-se um pouco mais sobre a legislação tributária, seus enquadramentos e níveis, e assim, constatou-se o desempenho de alguns indicadores tributários, no decorrer do ano de 2020.

Para tanto, buscou-se apresentar os tipos de obrigações tributárias para a empresa, apresentar suas obrigações a partir dos enquadramentos, e, por fim, apresentar o desempenho da arrecadação de determinados tributos no ano de 2020 comparativamente ao ano anterior.

Verificou-se, primeiramente, que o sistema tributário em nosso país é um conjunto de tributos amparados legalmente pela Constituição Federal do Brasil. Cada tributo tem sua alíquota definida na legislação brasileira, sendo os sete principais tributos recolhidos pelas empresas o Cofins, PIS, CSLL, IRPJ, ICMS, ISS e IPI.

Esses tributos são definidos nos níveis federal, estadual e municipal, cujo tipo de tributo, ou obrigação, é definido a partir de seu enquadramento, decorrente de seu porte característico, incluindo seu tamanho: Microempresendedor individual (MEI), Microempresa (ME), empresa de Pequeno Porte (EPP), empresa de Médio Porte ou empresa de Grande Porte. Esse enquadramento também considera, entre outras características, o seu faturamento.

No que se refere à arrecadação tributária no Brasil entre 2019 e 2020, percebeu-se que, apesar de um esforço conjunto, tanto por parte das empresas quanto por parte das políticas e medidas adotadas em amenizar os efeitos na arrecadação, ocorreu sua diminuição, comparativamente a 2019 e ao longo do período.

Obrigações como o COFINS e PIS/PASEP, relacionadas a arrecadações sociais do empregador, tiveram os maiores impactos. Entretanto, percebe-se que em algumas arrecadações seus efeitos são menores, isso pode ser atribuído tanto a característica do tributo, como as oportunidades geradas nesse período, relacionados a setores, gestão pública ou específicas por parte da empresa.

A mobilidade de grandes indicadores macroeconômicos de produtividade, são as causas mais comuns, na medida em que, por escala, afetam o fluxo de recursos, a abertura, manutenção, produção, contratação, nível de lucratividade, e, conseqüentemente, a capacidade de cumprimento das obrigações.

De forma geral, a economia ainda se ressentirá em 2021 e continuará a replicar nos períodos futuros, efeitos na arrecadação decorrente do contexto do ano de 2020. Cabe a observação e acompanhamento, de forma a identificar quais atividades, empresas e obrigações carecem de maiores ações em prol de seus benefícios e do sistema público de arrecadação.

# REFERÊNCIAS

---

BALDIVIESO, S.; BALDIVIESO, P. A tributação na pandemia: o respeito ao princípio da capacidade contributiva. **Revista de Direito Tributário e Financeiro**, v. 6, n. 2, p. 39-59, jul./dez. 2020.

CÂMARA DOS DEPUTADOS DO BRASIL. **Reforma Tributária**: entenda a proposta. 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/internet/agencia/infograficos-html5/Reforma-Tributaria/index.html>. Acesso em: 20 jul. 2022.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

DANTAS JR., A. **Planejamento tributário é estratégia para aumento de lucros das empresas**. 2021. Disponível em: <https://www.trendsce.com.br/2021/04/26/planejamento-tributario-e-estrategia-para-aumento-de-lucro-das-empresas/>. Acesso em: 8 nov. 2022.

FERNANDES, D. P. **Quais impostos uma empresa paga ao vender produtos ou serviços?** 2018. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/impostos-uma-empresa-paga-ao-vender-produtos-ou-servicos/>. Acesso em: 8 nov. 2022.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMA, M. G. **Abertura de empresa individual**: tipos de empresa e seus enquadramentos. 2020. Disponível em: <https://moisesguedes.jusbrasil.com.br/artigos/851873406/abertura-de-empresa-individual-tipos-de-empresa-e-seus-enquadramentos>. Acesso em: 16 jul. 2022.

PORTELLA, A. **Legislação tributária**. Salvador: UFBA/Faculdade de Ciências Contábeis, 2018.

RECEITA FEDERAL. **Análise de arrecadação 2020**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/relatorios/arrecadacao/2020>. Acesso em: 11 nov. 2022.

RICARDO JR. **Regimes de Tributação**: Saiba quais são e entenda como funciona. 2019. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/regimes-de-tributacao-saiba-quais-sao-e-entenda-como-funciona/>. Acesso em: 19 jul. 2022.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE. **Conheça os principais impostos pagos por empresas no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-os-principais-impostos-pagos-por-empresas-no-brasil,a718d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 20 jul. 2022.

SEBRAE. **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual**: diferenças e características. 2021. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/epp-microempresa-mei/>. Acesso em: 16 jul. 2022.

SIMÃO, E.; RIBEIRO, M. **Puxado por pandemia, resultado da arrecadação é pior desde 2010**. 2021. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2021/01/26/puxado-por-pandemia-resultado-da-arrecadacao-e-o-pior-desde-2010.ghtml>. Acesso em: 8 nov. 2022.

TORRES, V. O que é preciso saber sobre regime de tributação? **Contabilizei.blog**, São Paulo, 27 maio 2024. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/o-que-e-preciso-saber-sobre-regime-de-tributacao/>. Acesso em: 16 jul. 2022.



TALLES GARCIA SANTANA<sup>1</sup>

# Gestão Estratégica de Custos em Micro e Pequenas Empresas

*Strategic cost management in micro and small businesses*

ARTIGO 7

83-94

<sup>1</sup> Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Beco Doutor Pedrinho, 79 - Bairro: Rio Morto - 89082262 - Indaial/SC. <https://portal.uniassevi.com.br/>.

**Resumo:** O presente artigo trata da importância da gestão de custos aplicada aos empreendedores das micro e pequenas empresas em meio ao cenário altamente competitivo em que estão inseridas as empresas no Brasil. O estudo buscou proporcionar, de maneira qualitativa, aos empreendedores das micro e pequenas empresas, o rompimento de um paradigma, o qual, muito provavelmente, vem sendo a causa da mortalidade precoce das empresas desses portes no país: o alcance da gestão efetiva e eficiente de custos nos seus empreendimentos. Procurou-se oferecer argumentos concretos para a evidência clara e desmistificada de que a gestão de custos deve ser praticada com perseverança por parte desses empreendedores a fim de mantê-los em posição competitiva no mercado em que estão inseridos. Da mesma forma, buscou-se comprovar que essa gestão está bem mais ao alcance deles do que imaginam, devendo apenas haver uma espécie de ruptura da cultura e dos preconceitos, fazendo com que os micro e pequenos negócios passem a buscar ajuda especializada para a implementação de ferramentas simples de gestão e alavanquem sua competitividade.

Palavras-chave: Custos. Gestão. Cultura. Empreendedor.

**Abstract:** This article deals with the importance of cost management applied to micro and small entrepreneurs in the midst of the highly competitive scenario in which companies in Brazil are inserted. The study sought to provide, in a qualitative way, to micro and small entrepreneurs, the rupture of a paradigm that most likely has been the cause of infant mortality in companies of this size in the country, which is the scope of effective and efficient management of costs in their enterprises. We tried to offer concrete arguments for the clear and demystified evidence that cost management must be practiced with perseverance by such entrepreneurs in order to keep them in a competitive position in the market in which they are inserted. In the same way, it was tried to prove that this management is much more within their reach than they imagine, and there should only be a kind of cultural disruption and with prejudices, making the micro and small start to seek specialized help for the implementation of simple management tools leveraging your competitiveness.

Keywords: Costs. Management. Culture. Entrepreneur.

## INTRODUÇÃO

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), publicados em 2021, o Brasil dispõe de cerca de 17,2 milhões de empresas abertas, das quais 99% são de micro e pequeno porte, e a elas se somam mais de 10 milhões de microempreendedores individuais (MEI). Segundo esse mesmo estudo, a taxa de mortalidade precoce dos negócios chega a pouco mais de 32%, o que quer dizer que a cada dez empresas abertas, cerca de três delas fecham suas portas antes de completarem 12 meses de vida.

Diante disso, chama atenção o fato de que a efetiva gestão de custos, através do registro fidedigno e devida apropriação dos fatos, proporciona um choque de realidade a qualquer empreendedor, e, ao invés de ameaça, pode representar uma oportunidade de controle e redução das principais vertentes de gastos/custeio, que poderiam significar a conversão monetária em investimentos com maior potencial de retorno.

O presente artigo aborda a gestão de custos no âmbito das micro e pequenas empresas, com o intuito de evidenciar a sua importância para os empreendedores enquadrados nessas modalidades e de desfazer o mal-entendido e equívoco de que tal prática se limita a grandes e institucionalizadas empresas, uma vez que a análise da margem de contribuição e, conseqüentemente, a análise da margem de segurança, do ponto de equilíbrio e da alavancagem operacional podem ser realizadas por meio de levantamentos simples e bem apurados, e podem auxiliar o empresário a manter-se competitivo no cenário em que está inserido, preparado para situações delicadas de recessão e capaz de obter lucros superiores ao previsto.

Por outro lado, limita-se a discutir a gestão de custos em micro e pequenas empresas, que são as entidades mais vulneráveis ao fechamento das portas no mercado nacional, especialmente em períodos mais recessivos da economia, por não se alinharem a processos de gestão muitas vezes sim-

ples e que podem representar sua sustentabilidade e crescimento no mercado. Faz-se relevante destacar que o objetivo geral é demonstrar a importância da gestão e apropriação adequada de custos especialmente para o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas, preparando-as para eventuais dificuldades com o conhecimento da realidade do seu negócio de acordo com as práticas de mercado, e da mesma forma auxiliando-as a maximizar seus lucros, a partir da análise da margem de contribuição e de segurança, do ponto de equilíbrio e do grau de alavancagem operacional e financeira, muitas vezes, ignorados pelos micro e pequenos empresários, que lançam mão de cálculos incipientes por entenderem que tais análises são melhor aplicadas para empresas maiores.

Assim sendo, propõe-se a responder, de maneira científica, se a gestão efetiva de custos diretos e indiretos nas micro e pequenas empresas pode ou não ser uma estratégia eficiente e eficaz para afastar e minimizar efeitos oriundos da recessão na economia nacional, uma vez que se parte do princípio, a partir de dados divulgados pelo Sebrae, de que a gestão de custos não é devidamente praticada pelas micro e pequenas empresas, que, muitas vezes, desconhecem os conceitos científicos ou os desprezam por adotarem métodos incipientes. Tais métodos podem conduzir as micro e pequenas empresas desde a uma perda significativa de competitividade até a um momento delicado em épocas de recessão (crise), que as forçariam a fechar suas portas de maneira precoce e traumática, com efeitos diretos na economia dos municípios onde estão inseridas.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, com recentes alterações editadas no ano de 2016, para que seja denominada micro ou pequena empresa, uma pessoa jurídica deve auferir, no ano-calendário, até R\$ 360 mil e até R\$ 4,8 milhões, respectivamente. Por estarem

nessa condição “especial”, tais empresas recebem benefícios do governo, que vão desde a tributação simplificada do negócio até condições facilitadas para fornecimento em compras públicas.

No entanto, mesmo com benefícios diferenciados, tais empresas atingem níveis alarmantes de mortalidade, ou seja, fecham suas portas em menos de dois anos a partir da data de abertura. Esse número, que já chegou a 54% no início do século XXI, hoje é relativamente menor, chegando a 31,4%, de acordo com dados divulgados pelo Sebrae em 2021, o que minimiza sensivelmente a situação, mas não a melhora.

Com relação às micro e pequenas empresas, torna-se importante destacar que, segundo dados do Sebrae, também do ano de 2021, esses micro e pequenos negócios são responsáveis pela geração de cerca de 52% dos empregos formais no país e por 25% de todo o produto interno bruto (PIB) gerado no Brasil, além de ocuparem a expressiva fatia de 99% do total de empresas formais em atividade no território nacional (o total é de 17,2 milhões atualmente), sem contar os microempreendedores individuais, os chamados MEI, que não estão nessa conta e representam, sozinhos, cerca de 10 milhões de CNPJs desde que a modalidade foi instituída pela Lei Complementar nº 128, de 14 de dezembro de 2008.

Murphy (1999 apud Anholon et al., 2005) destaca que é muito comum que o proprietário de micro e pequenas empresas tenha como primeira preocupação o quanto irá lhe sobrar no final do mês, ao invés de planejar o reinvestimento dos lucros. Da mesma forma, a falta de planejamento estratégico, de visão e de missão empresarial se constituem nos pontos negativos determinantes para que tais empresas venham a encerrar suas atividades precocemente.

A explicação mais assertiva para que os micro e pequenos empreendedores promovam uma míngua gestão do próprio negócio, a ponto de não considerarem apropriadamente os custos e mal saberem compor seus preços, reside no fato de que a grande maioria deles nasceu por neces-

sidade, e não por oportunidade, ou seja, surgiram da necessidade de geração de renda diante de uma situação difícil e, assim, mal puderam planejar a gestão, nem mesmo de uma forma simplificada (Anholon *et al.*, 2005).

Para Medeiros (1994), a contabilidade de custos é um instrumento de controle dinâmico, uma vez que acompanha os fatos internos de uma empresa com o objetivo de gerar informações rápidas e precisas para a tomada de decisão de seu(s) empreendedor(es).

Para Leone (2000), a visão gerencial dos custos em uma empresa só se integraliza quando eles são concebidos como um processador de informações, ou seja, quando um departamento os recebe, organiza, analisa e os interpreta de modo a produzir informações para os mais variados níveis gerenciais.

Segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003), a Lei Federal nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, admite e indica que, para a apropriação dos custos indiretos, seja apenas utilizado o método por absorção, ou seja, aquele que faz a apropriação de todos os custos de produção de forma direta ou indireta aos produtos produzidos, vendidos ou aos serviços prestados, de maneira a não reduzir deliberadamente a base de cálculo para imposto de renda.

Conforme Santos (2001), a apuração, análise e controle de custos geram informações imprescindíveis à tomada de decisões, como precificação, definição da carteira de produtos e serviços, além da avaliação econômica de novos projetos de investimento.

Para a compreensão do conceito de custos, recorre-se aos ensinamentos de Martins (2003), que admite como todos os gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens e serviços, ou seja, direta e indiretamente relacionados ao produto finalístico do negócio, seja ele de comércio ou de serviços. Sendo assim, conhecê-los torna-se vital para saber, dado o preço, se o produto ou serviço oferecido por uma empresa é rentável ou não, e como minimizá-lo, remetendo sua finalidade para o auxílio à tomada de decisão.

Por outro lado, as despesas, na visão de Martins (2003), são essencialmente gastos com bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para a obtenção de receitas de um empreendimento. Com efeito, a comissão dos vendedores, bem como o pró-labore dos sócios de uma empresa, podem ser consideradas despesas, não transitando por custo. Em face disso, é assertivo dizer que as despesas são itens que reduzem o patrimônio líquido (resultado) de uma empresa, portanto, podem representar sacrifícios para o processo de geração de receitas.

Para Martins (2003), uma visão gerencial dos custos se consolida somente através de um sistema de custos, uma vez que considera como um fio condutor no recolhimento de dados dos pontos mais diversos, processando e emitindo relatórios na outra extremidade, que serão utilizados para uma adequação. Por outro lado, é preciso conhecer as terminologias de custos convencionalmente praticadas, de modo a afastar todo e qualquer desacerto na sua gestão.

De maneira geral, é preciso separar custos de despesas empresariais, que, de certa forma, são expressões de sentidos semelhantes.

Segundo Martins (2003), os custos podem adquirir dois grupos distintos de classificação, sendo o primeiro em face dos diferentes volumes de produção e atividade, assim sendo, em diretos ou indiretos, e o segundo, em atenção à forma de apropriação, logo, em fixos ou variáveis. Os diretos são aqueles que podem ser apropriados diretamente aos produtos a partir de uma medida do consumo, como, por exemplo, na fabricação de pães, em que se mede a quantidade de farinha utilizada para a produção de cada pão. Os indiretos, por sua vez, não oferecem condição de uma medida objetiva e qualquer tentativa de alocá-los tem de ser feita de maneira estimada e, muitas vezes, arbitrária, como, por exemplo, o aluguel das instalações do negócio, a energia elétrica consumida etc.

Com relação aos custos fixos e variáveis, Martins (2003) preleciona que a diferença essencial

entre um e outro está na influência do volume de produção, ou seja, os custos variáveis são diretamente influenciados pelo aumento do volume de produção, enquanto os fixos se mantêm inalterados mesmo com o aumento do último. Por outro lado, é preciso considerar que muitos dos custos fixos apresentam variações mensais, como, por exemplo, a conta de energia elétrica medida em quilowatt/hora, o que não a descaracteriza como custo fixo, uma vez que ela até pode sofrer sensível variação pelo volume de produção, mas permanece de certa forma constante ao longo do tempo e não depende diretamente do aumento do volume de produção, como o consumo de farinha em uma padaria, por exemplo.

Para Martins (2003), no tocante à correta e apropriada gestão de custos, duas apurações podem ser extraídas como informações gerenciais valiosas e que podem refletir em melhor gerenciamento dos negócios: a análise do ponto de equilíbrio e da margem de contribuição. Ross *et al.* (2013) definem o conceito de ponto de equilíbrio como o nível de vendas, produção ou prestação de serviço que resulta em zero de lucro líquido, ou seja, o ponto em que há o empate entre gastos e receitas do negócio e que dizem ao empresário onde ele pode começar a ter lucro. Já Dutra (2003) admite o ponto de equilíbrio como uma ferramenta utilizada na contabilidade de custos para subsidiar o empreendedor no gerenciamento dos custos, identificando em onde é possível igualar as receitas aos custos.

Martins (2003, p. 179) define o conceito de margem de contribuição como “a diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto”, ou seja, o que realmente sobra de uma venda ou prestação de serviço, facilitando ao empresário ter mais controle sobre seus lucros. Em outras palavras, se não houver grandes distorções, uma vez que o custo direto é mais fácil de apurar, a análise da margem de contribuição tende a fornecer ao empresário a noção que o produto/serviço ou sua linha oferece para a absorção dos custos indiretos ou, por sua natureza, normalmente fixos.

## METODOLOGIA

A presente pesquisa transcorreu de maneira bibliográfica e documental, lançando mão de informações documentais de organismos nacionais associada aos conceitos produzidos em livros e artigos científicos. Procurou-se estabelecer, de maneira descritiva e sistemática, relação entre a gestão de custos e o sucesso das micro e pequenas empresas no Brasil.

Com relação à natureza da pesquisa predominantemente aplicada, buscou-se produzir conhecimentos dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais. A abordagem da problemática proposta foi conduzida de maneira qualitativa, resultando em uma análise de dados subjetiva e lidando com questões inerentes à gestão das micro e pequenas empresas no Brasil, como a gestão eficiente de custos.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

De maneira geral, mesmo limitadas em termos de faturamento máximo por força da legislação que as amparam, as micro e pequenas empresas possuem uma estrutura de negócio múltipla e singular, uma vez que, ao contrário das grandes empresas bem institucionalizadas, não são departamentalizadas e, na grande maioria das vezes, são (mal) administradas pelo próprio empreendedor. Um dos fatores mais relevantes que justifica tal ocorrência é que este empreendedor surge, na grande maioria, por necessidade, segundo dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), divulgada pelo Sebrae no ano de 2021.

Segundo dados da mesma pesquisa, esse tipo de empreendedor busca suprir a lacuna deixada pelo desemprego ou mesmo pela baixa renda, buscando complementá-la, e, por conseguinte, acaba se recusando a buscar auxílio especializado para o planejamento e condução do seu negócio, muito pela ânsia da necessida-

de que se faz latente, e acaba por obstruir etapas da concepção e administração do empreendimento. Isso se agravou ainda mais durante a recente pandemia de Covid-19.

Por outro lado, a grande maioria dos demais tipos de empreendedores, no contexto da micro e pequena empresa, também acabam por cair no mesmo erro dos seus pares, muito em função da questão cultural, que cria neles uma espécie de ranço orgulhoso. Tais empreendedores não admitem “intervenções” no seu negócio por entenderem que ninguém melhor do que eles tem a capacidade de conhecer a realidade e administrar o próprio empreendimento. Outra questão reside no fato de que muitos desses novos empreendedores iniciam com a sorte da obtenção de empréstimos bancários para o capital inicial do negócio, gerando uma espécie de zona de conforto nos primeiros meses associado, muitas vezes, pela novidade que resulta em um *boom* na produção, vendas ou prestação de serviços.

No âmbito de tal discussão, reside também o equívoco que empreendedores de micro e pequenas empresas cometem, vislumbrando justificar uma gestão precária e muitas vezes irresponsável nos seus estabelecimentos, que é a distinção entre pequeno e grande empreendedor. Nesse sentido, Clemente, Souza e Taffarel (2013) oferecem sua colaboração, alegando que tal distinção não deve, de maneira alguma, ser fator limitador para uma eficiente gestão de custos, uma vez que, com o advento da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e suas alterações posteriores, e com a cada vez maior participação das micro e pequenas empresas nos negócios internacionais, a necessidade de manutenção da competitividade deve ser fator motivador para impulsioná-las a praticar uma política de gestão consistente, balizada na avaliação e controle permanente dos custos empresariais.

Na mesma linha de discussão, dados de uma pesquisa realizada pelo Sebrae-SP em par-

ceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), em 2002, apontaram que cerca de 86% dos empreendedores das micro e pequenas empresas brasileiras não possuem domínio integral sobre seus itens de custos, desconhecendo a composição dos custos do principal produto ou serviço que oferecem no mercado. Destarte, a formação dos preços de venda de seus produtos e serviços encontra-se bastante prejudicada e, da mesma forma, tais empreendedores acabam desconhecendo informações, como os produtos e serviços com maior ou menor margem de contribuição e as maneiras como podem contribuir para a absorção dos custos fixos.

Por esse ângulo de discussão, fazem-se relevantes os dados de outra pesquisa realizada pelo Sebrae-SP e divulgada no ano de 2020, os quais apontam que a falta de conhecimentos técnicos na área de gestão de custos contribui decisivamente para comprometer a sobrevivência das micro e pequenas empresas, normalmente conhecidas pela sua descontinuidade, uma vez que a utilizam de ferramentas gerenciais de custos de maneira incipiente e problemática. Nesse sentido, é preciso admitir que muitas das ferramentas disponíveis para gestão são demasiadamente complexas e direcionadas a empresas que não vivem a mesma realidade das micro e pequenas.

Nesse sentido, Margotti (2014) contribui afirmando que a gestão de custos é o instrumento capaz de proporcionar tanto o sucesso quanto o fracasso para uma empresa, inclusive para os micro e pequenos negócios. Tal incapacidade de gerenciamento dos custos por parte de empreendedores tende a levá-los a uma atuação completamente “às cegas”, representando um risco incalculável que os levará ao fracasso.

Da mesma forma, Margotti (2014) afirma que, para sair de tal situação, os empreendedores devem planejar financeiramente seus custos e despesas, inserindo-se de vez no mercado em que atuam de forma compe-

titiva, sempre tendo em mente o seu posicionamento. Ainda, que eles devem demonstrar aos consumidores que dispõem de melhores qualidades e benefícios que seus concorrentes. No entanto, esse posicionamento reflete a avaliação apropriada dos custos, o que manterá a empresa, mesmo micro ou pequena, na disputa pela preferência do consumidor, que vem buscando cada vez mais maximizar as próprias satisfações, considerando, especialmente, o benefício econômico-financeiro, sem desprezar outras exigências.

Para Dutra (2003), uma vez que o micro e pequeno empresário conhece fidedignamente seus custos e consegue diferenciá-los apropriadamente, ele consegue ter recursos para praticar análises que levarão à sua efetiva tomada de decisão, como a análise do ponto de equilíbrio, margem de contribuição, de segurança, grau de alavancagem operacional, entre outras. Tais análises, na grande maioria das vezes, acabam por ser desprezadas pelo micro e pequeno empreendedor, que prefere, *grosso modo*, realizar seus cálculos de forma precária e descuidada, o que pode levá-los ao descenso.

Para Martins (2003), é preciso que o micro e pequeno empreendedor tenha consciência de todos os custos (e, por conseguintes despesas) inerentes ao seu negócio, uma vez que alguma variável da apuração tende sempre a ficar de fora, o que pode reduzir sensivelmente as margens do negócio, que são seu esteio de sobrevivência.

Por outro lado, segundo Martins (2003), a gestão de custos e despesas bem articulada não representa apenas uma simples apropriação dos gastos realizados pelo negócio para se manter aberto e fornecer seus produtos e serviços, e, sim, a forma que o empresário tem de conhecer as principais fontes de gastos e de perdas (que muitas vezes são encaradas como custos, o que, de fato, não é) que podem ser minimizadas, controladas com maior rigor ou mesmo erradicadas. Um ótimo exemplo disso

são as despesas financeiras antereferenciadas (juros por empréstimos, juros moratórios etc.), que acabam por reduzir o patrimônio líquido do negócio (resultado), uma vez que nem sempre contribuem para o seu desenvolvimento.

Para Shank e Govindarajan (1997), o principal objetivo da estratégia da gestão de custos é obter baixo custo em relação aos concorrentes. Por outro lado, é importante ressaltar que se o empreendedor não buscar a competitividade pelo preço (que passa pela eficiente gestão de custos), ele deve buscar em diferenciais de produto ou serviço oferecido, porém nada impede que ele não busque a sincronia entre uma e outra estratégia, embora a gestão de custos tenha implicações que transcendem a competitividade e perpassam a sobrevivência do negócio.

Os cortes de gastos (admitindo as despesas) por uso racional dos recursos e uma gestão voltada à máxima absorção dos custos fixos representam um potencial sustentável às micro e pequenas empresas, conduzindo-as ao crescimento através de uma série de benefícios de manutenção da competitividade frente aos seus pares (do mesmo tamanho) e aos maiores. Com efeito, a manutenção da competitividade proporciona maior chance de defesa ao micro e pequeno empreendedor diante de cenários econômicos mais recessivos no mercado em que estão inseridos.

Uma gestão de custos eficiente e bem conduzida reflete no maior e melhor conhecimento do micro e pequeno empreendedor para chegar ao ponto de partida para obtenção do lucro, objetivo central de um negócio. Esse ponto crítico ou de ruptura (Martins, 2003), denominado ponto de equilíbrio, indica-lhe o instante em que seu negócio está produzindo somente o suficiente para cobrir seus gastos, ou mesmo produzindo o necessário para que não sofra prejuízos.

Segundo Dutra (2003), para que o micro e pequeno empreendedor consiga ter um elevado nível de confiança no cálculo do ponto de equilíbrio, é preciso que ele considere alguns custos e despesas, como depreciações, despesas financeiras (juros e

encargos), remuneração de capital próprio e de terceiros (visto que ambos têm custo). Nesse sentido, é fundamental considerar que classifica o ponto de equilíbrio sob três aspectos: contábil, econômico e financeiro.

Segundo Martins (2003), o ponto de equilíbrio contábil será auferido quando o total das margens de contribuição for suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixas, não havendo lucro e tampouco prejuízo, chegando a um resultado nulo, porém indiretamente perdendo os juros relacionados ao capital próprio investido. Para Wernke (2004), é importante considerar que o ponto de equilíbrio pode ser calculado em valores monetários, em vendas ou em prestações de serviços por parte do micro e pequeno empreendedor, definindo a quantidade que deve ser atingida de vendas ou prestações de serviços para que ele consiga cobrir todas as suas despesas e custos, sem lucro ou prejuízo.

Para Martins (2003), o ponto de equilíbrio econômico pode ser definido pela soma dos custos e despesas fixos juntamente com os juros relacionados ao capital próprio investido pelo empreendedor. Essa medida será obtida a partir do momento em que a soma das margens de contribuição for suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixos e ainda gerar um lucro mínimo esperado.

Em se tratando do ponto de equilíbrio financeiro, Dutra (2003) preleciona que ele pode ser obtido a partir do contábil, excluindo-se as depreciações que não representam desembolsos para o empreendedor e estão de fato consideradas nos custos e despesas e adicionando à conta os desembolsos referentes a amortizações de empréstimos. Em outras palavras, Wernke (2004) o considera como o nível operacional de vendas ou prestação de serviços necessário ao micro e pequeno empreendedor para a liquidação de todos os custos e despesas variáveis, além de outras dívidas que possua a título de empréstimos e financiamentos.

Do ponto de vista prático, é preciso considerar que o micro e pequeno empreendedor, como qualquer outro, disporá de um mix de produtos e serviços, o que torna o cálculo do ponto de equilíbrio

um tanto mais complexo. Porém, na visão de Dubois, Kulpa e Souza (2006), o meio mais adequado para o micro e pequeno empreendedor obter o ponto de equilíbrio de seu negócio é calcular a porcentagem de participação de cada produto em função da receita total, necessitando dividir a receita individual no ponto de equilíbrio pelo preço de venda.

Segundo Bórnica (2002), são os custos variáveis que auxiliam o empreendedor nas tomadas de decisões, partindo-se do princípio de que o seu negócio já possui uma estrutura de absorção dos custos fixos. Nesse sentido, cabe destacar que a análise da margem de contribuição associada à do ponto de equilíbrio e do grau de alavancagem operacional conduz o empreendedor a uma tomada de decisão mais segura, seja para ampliar o seu negócio ou para retrai-lo em momentos de maior recessão e incerteza.

Segundo Correa (2014), a margem de contribuição é a ferramenta essencial para a tomada de decisão dos empresários, pois com ela se definirão quais produtos ou serviços do negócio devem ser incentivados ou eliminados, uma vez que oferece a informação de qual intensidade os produtos e serviços do negócio absorvem os custos fixos. Na mesma linha de raciocínio, Wernke (2004) preleciona que o empreendedor precisa, dentro do contexto da gestão de custos, avaliar a sua margem de contribuição de segurança que garante ao empreendedor o volume necessário de vendas ou prestações de serviços necessários para superar as já calculadas no ponto de equilíbrio, ou seja, o quanto as vendas e prestações de serviços podem cair sem que o negócio contabilize prejuízos.

A margem de segurança pode ser calculada, na visão de Wernke (2004), sob três aspectos: percentual, monetário e unidades de venda ou prestação de serviço. A margem de segurança em valores monetários é obtida pela diferença entre as vendas efetivas do negócio no período e as vendas que deveria realizar para obter o equilíbrio. A margem em unidades de venda ou prestação de serviço é obtida da mesma forma que a monetária, porém convertida em números absolutos de venda ou prestação de serviço. Por último, a margem percentual revela ao empreendedor o percentual obtido pela razão da margem de segurança monetária pelas vendas ou prestações totais no período.



**A MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO É A FERRAMENTA ESSENCIAL PARA A TOMADA DE DECISÃO DOS EMPRESÁRIOS, POIS COM ELA SE DEFINIRÃO QUAIS PRODUTOS OU SERVIÇOS DO NEGÓCIO DEVEM SER INCENTIVADOS OU ELIMINADOS, UMA VEZ QUE OFERECE A INFORMAÇÃO DE QUAL INTENSIDADE OS PRODUTOS E SERVIÇOS DO NEGÓCIO ABSORVEM OS CUSTOS FIXOS.**

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na conjuntura atual em que os empreendedores das micros e pequenas empresas se encontram no Brasil, é preciso, inicialmente, uma forte mudança cultural, uma vez que ficou evidente o desinteresse da grande maioria desses empresários em buscar auxílio especializado para a gestão dos seus negócios. Por outro lado, a mudança cultural deve estar associada a uma gestão responsável e apurada dos custos empresariais envolvidos no negócio de cada um, de maneira a oferecer sólidos níveis de confiança aos empreendedores das micro e pequenas empresas.

Nesse sentido, empreendedores de micro e pequenas empresas dispostos a buscar o conhecimento para a melhor gestão dos seus negócios têm a oportunidade de atingir a competitividade necessária para se manterem nos mercados em que se encontram inseridos, ora para competir de igual para igual com seus pares, ora para competir com concorrentes maiores e, assim, perseguirem de maneira crescente uma maior participação de mercado.

É preciso considerar que existe no mercado ajuda disponível e de forma gratuita para o micro e pequeno empreendedor através do Sebrae, ainda mais no contexto em que a sociedade hoje se vê inserida que é o da tecnologia digital, possibilitando o maior alcance de todos aos recursos que outrora se mostravam inviáveis para alguns. Da mesma forma, é notório que a legislação brasileira vem colaborando positivamente com vantagens expressivas para os micro e pequenos empreendedores, restando a eles perseguirem metodologias de gestão que estão, nos dias de hoje, a um clique de alcance.

Por outro lado, é preciso que os micro e pequenos empreendedores, mediante a revolução cultural mencionada, rompam com o paradigma falacioso de que ferramentas de

gestão de custos encontram-se direcionadas para grandes empreendimentos bem mais institucionalmente estruturados. De certa forma, o paradigma não é de todo falacioso, sendo reduzido a termo a uma “meia-verdade”, uma vez que a departamentalização mais organizada das grandes empresas colabora para uma gestão mais eficiente dos custos, enquanto a estrutura unificada (na grande maioria das vezes) dos micro e pequenos negócios mostra-se um tanto prejudicial ao processo de condução da gestão de custos. Porém, é preciso que haja o interesse, inicialmente, por parte das micro e pequenas empresas a uma maior busca de apoio profissional, que as conduzirão a ferramentas simples de análise e tomada de decisão, como o ponto de equilíbrio e a margem de contribuição.

O que não pode mesmo é se perpetuar numa visão retrógrada e fundamentada em justificativas incipientes e em ilusões como é o cenário que se vê atualmente. É preciso que os micro e pequenos empresários considerem a gestão de custos (e, por conseguinte, a gestão financeira no todo) como uma estratégia de oportunidade para o seu crescimento, e não como uma ameaça na figura de uma obrigação penosa e complexa sugerida por técnicos que querem, na visão desses empreendedores, dificultar a gestão dos seus negócios.

Em meio à onda crescente de competitividade na economia nacional, e admitindo que o país vem perdendo níveis de competitividade externa ano a ano, é preciso que os micro e pequenos empreendedores, responsáveis por parcela significativa do PIB nacional, saiam mais da zona de conforto e busquem mais ajuda especializada que se converterá, sem sombra de dúvidas, em benefícios claros, crescimento e lucratividade crescente, contribuindo positivamente com o cenário macroeconômico nacional em termos de emprego e renda.

# REFERÊNCIAS

---

ANHOLON, R. *et al.* Características administrativas de micro e pequenas empresas: confronto entre a teoria e a prática. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 12., 2005, Bauru. **Anais [...]**. Bauru: Unesp, 2005. Disponível em: [http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais\\_12/copiar.php?arquivo=Anholon\\_R\\_Caracteristicas%20administrativas%20de%20MPes](http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_12/copiar.php?arquivo=Anholon_R_Caracteristicas%20administrativas%20de%20MPes). Acesso em: 6 fev. 2023.

BÓRNIA, A. C. **Análise gerencial de custos em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRASIL. **Lei nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nº 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Brasília: Presidência da República, 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm). Acesso em: 6 fev. 2023.

BRASIL. **Lei nº 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nº 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp128.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp128.htm). Acesso em: 6 fev. 2023.

BRASIL. **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as sociedades por ações. Brasília: Presidência da República, 1976. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L6404consol.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6404consol.htm). Acesso em: 6 fev. 2023.

CLEMENTE, A.; SOUZA, I. T.; TAFFAREL, M. Gestão de custos nas micro e pequenas empresas das regiões Sul e Sudeste de Curitiba. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 20., 2013, Uberlândia. **Anais [...]**. Uberlândia: Associação Brasileira de Custos, 2013. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/37/37>. Acesso em: 6 fev. 2023.

CORREA, M. D. **Controladoria I**. Rio de Janeiro: Estácio de Sá, 2014.

DUBOIS, A.; KULPA, L.; SOUZA, L. E. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade**. São Paulo: Atlas, 2006.

DUTRA, R. G. **Custos: uma abordagem prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

IUDÍCIBUS, S. D.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R. **Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEONE, G. S. G. **Custos: planejamento, implantação e controle**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARGOTTI, L. A gestão de custos para as micro e pequenas empresas. **Portal Contábeis**, 17 set. 2014. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/19788/a-gestao-de-custos-para-as-micro-e-pequenas-empresas/>. Acesso em: 6 fev. 2023.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEDEIROS, L. E. **Contabilidade de custos: um enfoque prático**. Porto Alegre: Ortiz, 1994.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D.; LAMB, R. **Fundamentos de administração financeira**. Tradução de Leonardo Zílio e Rafaela Guimarães Barbosa. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

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

SEBRAE. **Sebrae: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Página inicial. c2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em: 6 fev. 2023.

SEBRAE-SP. **A gestão dos custos nas MPes paulistas**: um estudo exploratório. São Paulo: Sebrae-SP, 2002. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/gestao\\_custos\\_mpes.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/gestao_custos_mpes.pdf). Acesso em: 13 set. 2016.

SHANK, J. K.; GOVINDARAJAN, V. **A revolução dos custos**: como reinventar e redefinir sua estratégia de custos para vencer em mercados crescentemente competitivos. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

WERNKE, R. **Gestão de custos**: uma abordagem prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.



KETLIN PERGHER<sup>1</sup>  
EBERTON VARGAS<sup>2</sup>

# Auditoria Interna e Gestão Empresarial

*Internal audit and business management*

ARTIGO 8

95-107

1 Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Beco Doutor Pedrinho, 79 - Bairro: Rio Morto - 89082262 - Indaial/SC

2 Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Beco Doutor Pedrinho, 79 - Bairro: Rio Morto - 89082262 - Indaial/SC

**Resumo:** O presente trabalho trata da importância da Auditoria Interna na gestão das organizações, tendo como principal objetivo demonstrar o quanto uma boa administração e uma boa dose de dedicação do profissional auditor fazem o sucesso da empresa. O objetivo principal é demonstrar que com eficiência, eficácia, confiança, responsabilidade e agindo de forma ética é possível atingir o tão almejado sucesso. Dispondo de vários artigos científicos e publicações on-line, foi possível reunir várias informações que certamente farão com que percebamos o quão importante e indispensável é a figura de um auditor na organização.

**Palavras-chave:** Auditoria Interna. Dedicação. Sucesso.

**Abstract:** This paper deals with the importance of Internal Audit in the management of organizations, with the main objective of demonstrating how a good administration and a good dose of dedication of the auditor professional make the company success. The main objective is to demonstrate that with efficiency, effectiveness, trust, responsibility and acting in an ethical way it is possible to achieve the much-desired success. With several scientific articles and publications online, it was possible to gather several pieces of information that will make us realize how important and indispensable an auditor's role is in the organization.

**Keywords:** Internal Audit. Dedication. Success.

## INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos, a contabilidade vem ganhando cada vez mais espaço nesse mundo competitivo, é preciso conhecimento para ganhar o destaque e permanecer no mercado atual, pois a competitividade é de grande tamanho. São necessários conhecimentos gerais do mercado e do mundo, estar sempre por dentro da questão de custos pois antes de um produto ir ao mercado, é necessário todo um estudo de preços para não trazer prejuízos às organizações. Realmente, a auditoria é uma ferramenta importante no desenvolvimento das empresas? O objetivo desse trabalho é demonstrar a importância da auditoria interna dentro de uma organização e analisar sua relevância na gestão empresarial. A tipologia adotada para a realização deste trabalho é a Prática de Pesquisa Documental. A pesquisa foi realizada com base em artigos científicos, artigos on-line e trabalhos acadêmicos.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica se baseia na ideia de outros autores que já publicaram sobre o assunto estudado, ela é encontrada em livros, revistas, entrevistas, trabalhos acadêmicos, dentre tantas outras fontes.

## EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA CONTABILIDADE

O mercado está bastante competitivo, para uma empresa permanecer ativa são necessários os serviços de contabilidade, vejamos a opinião de Silva e Vieira (2015, p.3):

Devido ao grande avanço tecnológico e a competitividade de mercado, fez com que as empresas buscassem incessante-

mente por novas maneiras para administrar seus negócios. Com isso, a contabilidade passou a ser uma ferramenta de gestão, permitindo aos usuários uma visão econômico-financeira de toda a empresa.

A contabilidade ajuda a empresa ter uma visão do “todo”, para assim melhor se programar para atuar no mercado:

[...] a contabilidade deixou de ser apenas uma ferramenta de “lançamento de informações” e de cumprimento de legislação e passou a ser aquela que talvez possamos chamar de “a arma” mais importante na gestão dos custos e sucesso de uma empresa. Hoje, com a necessidade de reduzirmos os custos e otimizarmos nossos recursos cada dia mais, a contabilidade oferece a solução de mapearmos onde e como gastamos estes recursos com a finalidade de estabelecer quanto realmente custa cada produto e o mais importante, por quanto temos que vender ou por onde podemos reduzir estes gastos (Dornelles, 2017, on-line).

Sobre o profissional de contabilidade, Dornelles (2017) diz que “[...] o profissional contábil necessita de um amplo conhecimento dos custos da empresa, das informações lançadas corretamente e mais que isso, muito conhecimento da economia atual e do mercado financeiro.”

Atualmente, a contabilidade ainda está evoluindo:

Nos dias de hoje, a contabilidade vem passando por frequentes mudanças com o intuito de garantir uma melhor demonstração e registro dos fatos contábeis no ramo industrial, abrangendo uma necessidade da redução de custos e melhoria nos resultados financeiros, agregado à necessidade de gerar informações precisas e de realizar demonstrações de acordo com a legislação vigente (Dornelles, 2017, on-line).

## OBJETIVO DA CONTABILIDADE

A contabilidade é uma ciência de grande importância, principalmente nos dias atuais, Araújo (2016, p. 14) diz que:

[...] Há tempos, a contabilidade vem sendo usada como ferramenta de controle e prestação de contas. Originou-se devido à necessidade dos comerciantes, que, em meio às transações comerciais, foram percebendo a insuficiência de controles em seus negócios. Assim a contabilidade foi sendo adaptada e foi evoluindo de acordo com as necessidades do comércio.

Agora, analisemos o objetivo da contabilidade de uma forma clara e de fácil entendimento:

O objetivo da Contabilidade é, de acordo com a Estrutura Conceitual Básica, o de permitir a cada grupo principal de usuários a avaliação da situação econômica e financeira da entidade, num sentido estático, bem como fazer inferências sobre suas tendências futuras (Marion, 2011, p. 17).

## O QUE É A CONTABILIDADE EMPRESARIAL?

A contabilidade empresarial vem trazendo muitos benefícios para as empresas, vejamos o que diz Araújo (2016, p. 14) sobre isso:

A contabilidade empresarial tem trazido uma grande contribuição para as empresas. Com as suas ferramentas, ela proporciona a qualquer entidade descobrir, buscar soluções e se precaver diante dos problemas que poderão acontecer no decorrer do exercício atual ou até mesmo nos demais exercícios das empresas (2016, p. 14).

## GESTÃO PARTICIPATIVA, ENVOLVENTE E COMPROMETIDA

Não é de hoje que se sabe que o bom funcionamento de uma empresa está relacionada com sua gestão. Uma empresa que busca tirar o melhor de seus funcionários, buscando técnicas para o crescimento pessoal e profissional dos mesmos, tem tudo para ganhar destaque. Balducci e Kanaane (2007) falam sobre o assunto:

[...] entende-se que a melhor gestão empresarial é voltada para a otimização do aproveitamento do potencial e das competências dos recursos humanos, como força agregada destinada a utilizar estratégias de confronto às pressões e mudanças do mercado competitivo através do saber e do fazer acontecer.

O clima dentro da organização reflete em como a empresa é vista externamente, por isso é importante a valorização do mesmo, visto que:

O clima organizacional é um diferencial competitivo que as empresas necessitam valorizar para que possam competir adequadamente no mercado e gerarem satisfação interna. Para isso, é necessário investir na sua melhoria, adotando-se práticas de gestão abertas e transparentes, que privilegiem as pessoas na busca do comprometimento e do envolvimento com os objetivos daquelas (Balducci, Kanaane, 2007, on-line).

## ÉTICA EMPRESARIAL

De acordo com Swiatkiewicz (2009), “a ética nos negócios vem sendo tratada normativamente, com especial ênfase nas empresas privadas, prescrevendo-se os limites para as ações das organizações.”

A ética, no ambiente empresarial:

[...] enquanto disciplina teórica, estuda os códigos de valores que determinam o comportamento e influenciam a tomada de decisões num determinado contexto. Estes códigos têm por base um conjunto tendencialmente consensual de princípios morais, que determinam o que deve ou não deve ser feito em função do que é considerado certo ou errado por determinada comunidade. No ambiente organizacional e na gestão de empresas em particular, a ética estuda os códigos morais que orientam as decisões empresariais, na medida em que estas afetem as pessoas e a comunidade envolvente, partindo de um conjunto socialmente aceite de direitos e obrigações individuais e coletivos (Almeida, 2017, p. 106).

Ainda, referente à relação do auditor interno com os valores éticos, Teixeira (2006, p. 38) esclarece que:

No contexto do mundo actual, em paralelo com o conjunto de conhecimentos/capacidades exigidas ao auditor interno no desenvolvimento da sua actividade, é crucial que valores como integridade e ética sejam o desiderato dos auditores internos e que, na empresa, não haja dúvida que esses valores sejam cultivados e que lhes sejam efetivamente reconhecidos.

## A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO BEM FEITO

Dorneller (2017) ressalta a importância da gestão de custos para o bom funcionamento de uma empresa:

Em muitos casos, de acordo com as informações geradas pela correta gestão de custos, pode-se tomar decisões como tirar um produto de fabricação por este não estar atingindo seu ponto de equilíbrio ou até mesmo alterar seu preço, mudar sua ficha técnica de matérias-primas, etc.

O contador é o profissional responsável por avaliar a questão financeira da organização, gerenciando os recursos para obter maiores pontos positivos e diminuindo desperdícios. Gonçalves e Losilla (2011, p. 9) consideram que:

Numa empresa saudável o dinheiro está em constante circulação. Por exemplo, há entrada de dinheiro quando os clientes pagam pelos produtos, e quando ela paga aos funcionários, ou compra estoques existe uma saída de dinheiro. Nesse sentido, o gerenciamento eficiente desses recursos torna-se um requisito básico para sobrevivência e sucesso de qualquer empresa.

## CONCEITUANDO AUDITORIA

Auditoria basicamente é um processo que vai verificar todos os processos de determinada organização, Silva e Vieira (2015, p. 8) esclarecem que “[...] é o procedimento onde se verifica a precisão das demonstrações contábeis, analisando todo o processo executado na elaboração das mesmas e se foram preparadas dentro das normas brasileiras de contabilidade.”

Existem muitas normas e princípios que um auditor deve seguir em seu dia a dia de trabalho, Da Cunha *et al.* (2010, p. 67) destaca que:

A auditoria das demonstrações contábeis é o trabalho realizado por auditor independente, que após aplicação de um conjunto de procedimentos por ele adotado, emite um parecer sobre a adequação das demonstrações contábeis analisadas. O parecer do auditor independente é elaborado observando-se as demonstrações contábeis quanto à adequação aos Princípios Fundamentais de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade e demais legislações pertinentes.

## SÍNTESE HISTÓRICA DA AUDITORIA INTERNA

Pode-se dizer que a auditoria evoluiu na proporção em que a contabilidade foi crescendo, nota-se a seguir:

A evolução da auditoria é decorrente da grande evolução da contabilidade e do crescimento das empresas que estavam em expansão, com isso o aumento das atividades produtoras gerou complexidade na administração das companhias, já que tinham uma necessidade de conferir e fiscalizar as atividades (David; Rodrigues; Oliveira, 2015, p.14).

Em 1845, teve um fator que fez com que surgisse a auditoria: O fator que alavancou a atividade de auditoria foi a seguinte, a corrida para o oeste norte-americano, tão destacada pelo cinema, exerceu papel importante na evolução da auditoria, pois as grandes companhias, principalmente de estradas de ferro que se organizavam com capital do leste do país, tinham de oferecer alguma forma de segurança a seus investidores impossibilitados de acompanhar de perto suas aplicações; por essa razão o Railway Companies Consolidation Acts (Consolidação das Leis das Companhias de Estrada de Ferro) em 1845 obrigava que os balanços anuais fossem examinados por auditores (Motta, 1992, p. 14 *apud* David; Rodrigues; Oliveira, 2015, p.14).

Agora, falando especificando da auditoria no Brasil, David, Rodrigues e Oliveira (2015, p. 15) destacam:

Em 1965 a profissão foi formalizada principalmente depois da publicação da Lei nº4728, primeira lei a disciplinar o mercado de capitais e assim estabelecer medidas para seu desenvolvimento. Essa lei exigia que as companhias donas de ações na bolsa de valores publicassem suas demonstrações financeiras parecer do auditor independente e foi basicamente nesse período no qual

foi mencionada pela primeira vez na legislação brasileira a expressão “auditores independentes”.

E com o passar dos anos, devido a importância dessa profissão, a mesma apenas tratou de se especializar e crescer:

No decorrer dos anos, a profissão de auditor interno evoluiu consideravelmente, migrando de um “rótulo” que a finalidade era atuar na fiscalização de pessoal para um órgão de assessoria, em que a atuação é em prol de garantir e facilitar a avaliação de normas, políticas internas e adequação dos controles internos, bem como em identificar a oportunidade para implantação de melhorias (Lima; Silveira; Barbosa, 2014, p. 4).

## O QUE É AUDITORIA INTERNA?

A auditoria é dividida em dois ramos: auditoria interna e externa. Neste trabalho será dada ênfase na auditoria interna, que como o próprio nome diz, o auditor está instalado internamente na empresa.

Silva e Vieira (2015, p. 10) revelam que “[...] esta auditoria examina as atividades mais detalhadamente, verifica o andamento de cada processo, departamento ou setor. É feita a pedido da gerência por um determinado período, em alguns casos são executadas várias vezes no ano.”; Silvia e Vieira (2015, p. 19) seguem tratando como ocorre quando bem executada tal função:

Quando bem executada, a auditoria interna é um sistema de controle e planejamento, com informações valiosas que são a chave para a solução, que os administradores tanto procuram. Os relatórios proporcionam um conhecimento abrangente da organização, ajudando que os objetivos sejam alcançados com eficiência e eficácia.

Como mencionado anteriormente, o profissional da auditoria interna já está instalado internamente na empresa:

A auditoria interna é executada por profissionais da empresa, ou seja, o auditor interno é um colaborador da empresa, onde ficará responsável por compilar as informações a serem examinadas, em determinados períodos de tempo, observando a execução das políticas, a legislação, a eficiência e os aspectos tradicionais da empresa (Crepaldi; Bianchi, 2015, p. 99).

“Sua finalidade é desenvolver um plano de ação que auxilie as empresas no cumprimento de seus objetivos de uma forma disciplinar, melhorando a eficácia e eficiência dos processos de gerenciamento, com um excelente custo de qualidade.” (Crepaldi; Bianchi, 2015, p. 100). “A auditoria envolve a revisão dos procedimentos da empresa, visando a proteção de bens internos da mesma, e tais procedimentos se instalados e não vistos, podem evitar grandes problemas.” (David; Rodrigues; Oliveira, 2015, p. 16).

## IMPORTÂNCIA DA AUDITORIA INTERNA

Visando ao crescimento das organizações, a auditoria interna se faz presente e necessária, pois:

[...] a auditoria interna é importante e se justifica porque auxilia a organização a alcançar seus objetivos, adotando uma abordagem sistemática e disciplinada para a avaliação e melhoria dos processos de gestão de risco, de controle e governança corporativa (Imoniana; Pereira; Pereira, 2014, p. 70).

Lima, Silveira e Barbosa (2014, p. 2) ainda ressaltam sobre a importância dessa profissão:

[...] é uma atividade de avaliação objetiva e de consultoria, voltada a agregar

valore a melhorar as operações das organizações; auxilia a empresa a alcançar seus objetivos, através de um acompanhamento sistemático e com adequados enfoques, para avaliação e melhoria da eficácia dos controles, do gerenciamento de riscos, do desempenho dos processos e de governança corporativa.

E por fim, todo cuidado é necessário, pois são várias bases e normas a serem seguidas.

[...] auditoria precisa ser muito cuidadosa, possuir conhecimento intenso do negócio do cliente e da legislação para se certificar se os procedimentos contábeis utilizados estão em conformidade com os princípios fundamentais de contabilidade e a legislação vigente. (Lima; Silveira; Barbosa, 2014, p. 17).

## CONTROLE INTERNO

Certamente, ao ouvir pela primeira vez controle interno e auditoria interna, ocorre a impressão de ambas as expressões serem sinônimos, mas não é assim. Crepaldi e Bianchi (2015, p. 101) dizem que essa mentalidade está errada, pois a auditoria interna corresponde a um trabalho organizado de revisão e apreciação dos controles internos, e controle interno são os procedimentos para a execução do trabalho.

Um sistema de controle interno bem desenvolvido pode incluir o controle orçamentário, custos-padrão, relatórios operacionais periódicos, análises estatísticas, programas de treinamento do pessoal, auditoria interna, estudos de tempos e movimentos e controle de qualidade (Attie, 2009 apud Crepaldi; Bianchi, 2015, p. 102). “[...] o controle interno tem por objetivo proteger e resguardar o patrimônio da entidade, sua avaliação é a atividade mais relevante executada pelo auditor.” (Vieira, 2007, p. 180). O controle interno é feito cuidadosamente, pois busca prevenir erros:

O controle interno de uma empresa é formado por procedimentos que apresentam como cada atividade deve ser executada, para que todo o ciclo da empresa seja eficaz, prevenindo erros e procedimentos irregulares. A partir do momento que estes controles são fiscalizados periodicamente, a maioria desses processos com erros são detectados pelos próprios funcionários da empresa no momento em que estão realizando suas atividades diárias, quando não são identificados, realiza-se uma auditoria interna (Silva; Vieira, 2015, p. 5).

## DIFERENÇA ENTRE AUDITORIA INTERNA E CONTROLE INTERNO

Auditoria interna e controle interno não são a mesma coisa, vejamos o que Attie (1998) *apud* Cavalheiro (2007, p. 28) diz sobre essa comparação:

Às vezes imagina-se ser o controle interno sinônimo de auditoria interna. É uma ideia totalmente equivocada, pois a auditoria interna equivale a um trabalho organizado de revisão e apreciação dos controles internos, normalmente executado por um departamento especializado, ao passo que o controle interno se refere a procedimentos de organização adotados como planos permanentes da empresa.

Percebe-se que elas não têm o mesmo significado, porém ambas estão interligadas. David, Rodrigues e Oliveira (2015, p. 21) afirmam que “[...] a auditoria interna e o controle interno estão coligados dentro uma organização, ou seja, a auditoria interna tem por objetivo auxiliar a administração no desempenho das atividades para melhor eficiência e eficácia.”

## O PROFISSIONAL DE AUDITORIA

É fato que qualquer profissional, no desempenho de sua determinada função deve agir de forma ética, com compromisso, dedicação e buscando sempre o melhor, com o profissional de auditoria não é diferente. “Devido às fraudes e corrupção que a sociedade vem enfrentando, a qual deseja por um fim, ninguém melhor que um profissional não apenas competente, mas com compromisso ético, e uma conduta responsável e respeitável.” (Crepaldi; Bianchi, 2015, p. 102). Confiança é uma das palavras-chaves que impulsiona esse profissional tão importante, vejamos:

O auditor tem uma função social de relevância, em face de sua atuação na defesa de interesses coletivos e como defensor de equidade e justiça, na apuração de corretas prestações de contas. Daí a necessidade de conquistar confiança e respeitabilidade, que deve resguardar e manter, a qualquer preço (Franco; Marra, 2011 *apud* Crepaldi; Bianchi, 2015, p. 102).

Esse profissional deve ser competente, pois a profissão exige que o mesmo esteja sempre atualizado de normas e leis, as quais mudam constantemente. Principalmente, por se tratar de uma atividade de análise, avaliação e recomendação, espera-se que a execução do trabalho do auditor interno ocorra com critérios e bem fundamentada, a fim de se obter um resultado assertivo, bem como seja feito dentro de princípios éticos. Entretanto, a realização de um trabalho criterioso só pode ser obtida se o auditor estiver preparado para tal, ou seja, além de uma formação acadêmica, tenha conhecimentos atualizados da atividade que está sendo auditada e possua motivação no desenvolvimento das atividades (Imoniana; Pereira; Perera, 2014, p. 71-72). Por fim, é importante evidenciar alguns dos conhecimentos exigidos nesta profissão:

Ao auditor interno vem sendo exigida uma série de conhecimentos diversificados para o bom desempenho das suas actividades: contabilidade, domínio de técnicas de gestão, qualidade total, marketing, organização e métodos, planeamento estratégico, informática, relações humanas, entre outras (Teixeira, 2006, p. 59).

## RELAÇÃO ENTRE AUDITORIA INTERNA E GESTÃO EMPRESARIAL

A auditoria seria uma reanálise dos procedimentos e serve de auxílio no levantamento de dados da gestão da empresa. Percebamos o que dizem Imoniana, Pereira e Perera (2014, p. 72) sobre o assunto:

A auditoria interna por meio dos levantamentos dos controles internos realizados em seus trabalhos, que comumente permeiam toda a organização, possui a informação necessária para apoiar a gestão na elaboração dos seus planos de ação e na solução de problemas, bem como contribuir de forma contundente no processo de decisão.

Mihret e Yismaw (2007, p. 470) *apud* Imoniana, Pereira e Perera (2014, p. 72) “[...] através de um estudo que objetiva identificar fatores que impactam a eficácia dos serviços de auditoria interna, indicam o apoio à gestão e qualidade da auditoria interna como os principais determinantes da eficácia da auditoria interna.”

## ERROS E FRAUDES EM AUDITORIA

Uma das funções do auditor no decorrer de sua profissão é identificar situações incorretas, como por exemplo, erros e fraudes. “Pode-

-se dizer que a fraude é uma ação premeditada para lesar alguém, resultando em falsas situações de contas, lucros líquidos alterados [...] omissão de entrada de dinheiro, e outros atos falsos com intenção criminosa.” (Lima; Silveira; Barbosa, 2014, p. 12).

“Em contrapartida, erros caracterizam por serem involuntários sem o intuito de causar danos e ocorre geralmente por esquecimento, desatenção.” (Lima; Silveira; Barbosa, 2014, p.12). Erros contábeis ou a manipulação de dados por funcionários podem gerar fraudes financeiras. Mais uma vez fica claro que é necessária competência. O trabalho deve ser realizado cuidadosamente garantindo o sucesso da empresa de forma correta.

O trabalho do auditor é garantir que a contabilidade da empresa esteja precisa e honesta, e quando for planejar a auditoria deve averiguar com a administração da organização sobre qualquer fraude ou erro que tenha sido detectado anteriormente; ele deve possuir o conhecimento necessário das atividades de auditoria interna para auxiliar, planejar e a desenvolver de maneira eficaz (Lima; Silveira; Barbosa, 2014, p. 14).

Basicamente, o auditor deve identificar o erro ou a fraude e repassar à administração da empresa:

Não é a principal função da auditoria a detecção de fraudes e erros, mas sim de emitir uma opinião quanto à confiabilidade das demonstrações; no entanto, em sua execução poderá ser detectados erros e fraudes cabendo ao auditor comunicar a administração da empresa, bem como sugerir possíveis correções (Lima; Silveira; Barbosa, 2014, p. 16).



**UM TEMA QUE ACHEI IMPORTANTE RESSALTAR DENTRO DESSE CONTEXTO FOI EM RELAÇÃO A IMPORTÂNCIA DE UMA GESTÃO COMPROMETIDA COM SEUS OBJETIVOS, UM CLIMA ORGANIZACIONAL POSITIVO.**

## MATERIAIS E MÉTODOS

Com a finalidade de explicar e comprovar a real importância da auditoria interna na gestão empresarial, foi desenvolvida uma pesquisa que trata desde os assuntos mais amplos, os quais direcionam para que seja tratado o tema principal.

Logo no início foram abordados temas gerais como contabilidade, clima organizacional, a importância da ética e de um planejamento tributário bem feito, após isso foi definido o conceito de auditoria, passando por uma síntese histórica da mesma e seguido disso, trata-se especificamente sobre a auditoria interna, que é basicamente um sistema que revisa todos os processos internos da empresa ajudando a mesma, atingir seus objetivos de forma ética e principalmente com qualidade. Por fim, destaca-se a importância do profissional de auditoria, sendo este, uma pessoa com conduta responsável e de confiança.

A pesquisa utilizada neste trabalho é a pesquisa bibliográfica, onde as explicações são feitas com base nos conteúdos expostos nos documentos, artigos, livros e revistas já publicados e on-line, demonstrando que mesmo não tendo a disposição uma biblioteca física é possível usar a internet e encontrar uma variedade muito grande de acervos, que certamente auxiliarão.

Também foi realizada pesquisa em artigos acadêmicos que serviram como guia para que fosse possível a realização deste trabalho, foram opiniões de diversos autores e acadêmicos que deixaram o trabalho mais rico em informações.

No começo da pesquisa, tratando sobre a evolução histórica da contabilidade, as opiniões de Dornelles (2017) sobre o assunto foram bastante úteis pois demonstraram que a contabilidade é cada vez mais importante nas organizações.

Sobre o objetivo da contabilidade, foi a vez de Araújo (2016) e Marion (2011) através de seus estudos referente a Contabilidade Empresarial explicarem que a contabilidade serve como uma ferramenta de controle da situação da empresa.

Um tema que achei importante ressaltar dentro desse contexto foi em relação a importância de uma gestão comprometida com seus objetivos, um clima organizacional positivo. Balducci e Kanaane (2007) assimilam que isso vai aproveitar o melhor dos funcionários e diminuir desperdícios.

A ética está presente em todos os setores de nossas vidas, não sendo diferente no ambiente empresarial. Uma das opiniões mais relevantes é a de Teixeira (2006), o qual diz que não deve haver dúvidas de que a ética é efetivamente cultivada e reconhecida.

Não é de hoje que as coisas feitas com planejamento adequado têm maiores chances de sucesso, um exemplo é o planejamento tributário, o qual temos novamente a opinião de Dornelles (2017) explicando que com a gestão correta é identificar se é preciso trocar o produto, tirá-lo de circulação ou talvez mudar sua matéria-prima, tudo isso visando a maior lucratividade. Analisando o trabalho de curso de David, Rodrigues e Oliveira (2015) referente a importância da auditoria interna nas organizações foi possível perceber que a auditoria foi crescendo na mesma proporção da contabilidade, ou seja, a gestão estava ficando cada vez mais complexa. Seguindo a linha de pensamento desses mesmos autores, eles deixam claro que a auditoria é um processo de revisão dos procedimentos da empresa.

Crepaldi e Bianchi (2015) falam sobre a diferença entre auditoria interna e controle interno, pois são termos confundidos no dia a dia. Basicamente, auditoria é o trabalho de revisar, como já mencionado anteriormente e o controle são os procedimentos para a execução do trabalho.

Imoniana, Pereira e Perera (2014) também possuem sua relevância nesse trabalho. Eles explicam sobre a execução do trabalho do auditor, que deve ser feita de forma criteriosa sendo que o profissional deve ter competência para exercer tal função. A auditoria serve como apoio à gestão empresarial, ajudando no processo de tomada de decisões.

O último assunto tratado foi sobre erros e fraudes; Lima, Silveira e Barbosa (2014) têm conhecimento sobre o assunto, pois, como sabemos, a contabilidade da empresa deve ser honesta, porém, caso o auditor encontre algum erro ou fraude, é necessário comunicar a administração, buscando juntos possíveis soluções.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir desse estudo, foi possível entender claramente que a auditoria interna é de suma importância para o desenvolvimento de qual-

quer empresa, desde que seja trabalhada de maneira correta, seguindo princípios éticos e agindo com cautela.

As citações apresentadas sobre a opinião dos autores Lima, Silveira e Barbosa a respeito da real importância da auditoria interna, deram o suporte teórico sobre o tema pesquisado. Este é um tópico importante a ser considerado, pois nos destina a refletir sobre os cuidados na execução dessa função profissional e a necessidade dela dentro das entidades.

Na sequência e complementando esse assunto, entra o controle interno, o qual Vieira (2007, p. 180) conta que é a atividade mais importante exercida pelo auditor, visando evitar erros, fraudes e futuras crises.

Analizou-se também a importância de a equipe empresarial ser envolvente e comprometida com a própria organização, pois a partir do momento que a parte interna da empresa passa a seguir os caminhos corretos, todos os procedimentos futuros tendem a dar certo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os aspectos mencionados, é fato afirmar que as empresas estão em constante crescimento nos últimos tempos. A contabilidade empresarial é uma ferramenta indispensável na elaboração de planos futuros, pois trabalha com o gerenciamento de dados.

A auditoria interna é de suma importância, pois quando trabalhada de forma apropriada, ela traz muitos benefícios à empresa. Tem como objetivo impulsionar resultados e verificar se os controles internos estão sendo realizados de forma eficaz e positiva. Ao término desse trabalho foi possível ter a certeza de que o profissional auditor faz a diferença em uma organização, pois ele visa diminuir ou eliminar o desperdício e serve como apoio para a gestão da empresa. Certamente, agindo de forma ética, o auditor poderá fazer a empresa atingir o sucesso tão almejado.

# REFERÊNCIAS

---

ALMEIDA, F. J. R. de. Ética e desempenho social das organizações: um modeloteórico de análise dos fatores culturais e contextuais. **Revista de administração contem- porânea**. Curitiba, v. 11, n. 3, p. 105-125, set. 2017. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552007000300006](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552007000300006). Acesso em: 9 mar. 2018.

ARAÚJO, L. P. **Contabilidade empresarial**: um estudo de caso sobre a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio entre receitas e despesas, em uma empresa comercial do ramo ótico. 2016. 43 f. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ensino Superior do Seridó, Caicó, 2016. Disponível em: [https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/1882/3/Contabilidade%20empresarial\\_Monografia\\_Ara%C3%BAjo.pdf](https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/1882/3/Contabilidade%20empresarial_Monografia_Ara%C3%BAjo.pdf). Acesso em: 5 mar. 2018.

BALDUCCI, D.; KANAANE, R. Relevância da gestão de pessoas no clima orga-nizacional de uma empresa de engenharia. **Boletim - Academia Paulista de Psicologia**. São Paulo, v. 27, n. 2, p. 133-147, dez. 2007. . Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-711X2007000200012](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2007000200012). Acesso em: 9 mar. 2018.

CASTRO, S. C. de. **Contabilidade Gerencial**. 2012. 222f. Centro Universitário de Maringá - Núcleo de Educação a distância, Maringá, 2012. Disponível em: <http://www.ead.cesumar.br/moodle2009/lib/ead/arquivosApostilas/1342.pdf>. Acesso em: 18 mar. 2018.

CAVALHEIRO, J. B.; FLORES, P. C. **A organização do sistema de controle interno municipal**. 4 ed. Porto Alegre-RS, 2007. Disponível em: [http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro\\_cont\\_int\\_mun.PDF](http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro_cont_int_mun.PDF). Acesso em: 16 mar. 2018.

CREPALDI, M. R.; BIANCHI, V. R. A importância da auditoria interna. **Revista Comunicação e Mercado – Unigran**, Dourados/MS, v. 4, n.10, p. 96-104,2015. Disponível em: <http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/10/8.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2018.

DA CUNHA, P. R. *et al.* Procedimentos de auditoria aplicados pelas empresas de auditoria independente de Santa Catarina em entidades de terceiro setor. **Revista de Contabilidade e Organizações**, Blumenau-SC, v. 4, n. 10, p. 65-85, set-dez 2010. Disponível em: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=3cecc0a7-ab0d-47bd-b9b6-e1e0d19acdb3%40sessionmgr104>. Acesso em: 15 mar. 2018.

DAVID, F. F.; RODRIGUES, I. B. S.; OLIVEIRA, M. F. de. **A Importância da Auditoria Interna nas Organizações**. 2015. 41 f. Trabalho de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Ciências Contábeis, Fundação de Ensino “Eurípedes Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípedes de Marília – UNIVEM, Marília, 2015. Disponível em: <http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/1415/TCC%20PDF%20CORRETO.pdf?sequence=1>. Acesso em: 17 mar. 2018.

DORNELLES, P. B. A importância da contabilidade e do mercado financeiro para a gestão industrial. **Jus Naviganti**. c2017. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/58580/a>

-importancia-da-contabilidade-e-do-mercado-financeiro-para-a-gestao-industrial. Acesso em: 4 mar. 2018.

GONÇALVES, D. de A.; LOSILLA, M. Controladoria Empresarial: Gestão financeira em micro e pequenas empresas. **Revista Hórus**, v.5, n.2, p. 01-17, 2011. Disponível em: <http://www.faes.edu.br/horus/artigos%20anteriores/2011/1ArtigoHorusDanielA-morim2011.pdf>. Acesso em: 9 mar. 2018.

IMONIANA, J. O.; PEREIRA, C. P.; PERERA, L. C. J. Medição de desempenho de auditoria interna: Um estudo empírico. **Revista Universo Contábil**, Blumenau, v. 10, n. 3, p. 65-93, 2014. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=99115466&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 15 mar. 2018.

LIMA, K. R.; SILVEIRA, T. R. da; BARBOSA, W. H. A importância da auditoria para a prevenção de erros e fraudes na organização. **Diálogos em contabilidade: teoria e prática**, v. 1, n. 2, p. 01-21, 2014. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/dialogoscont/article/view/1226>. Acesso em: 17 mar. 2018.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 9. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2011.

SILVA, M. A.; VIEIRA, E. T. V. Auditoria Interna: Uma ferramenta de gestão dentro das organizações. **REDECA - Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos da FEA**, v. 2, n. 2, p. 1-20, 2015. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/redeca/article/view/28559/20046>. Acesso em: 16 mar. 2018.

SWIATKIEWICZ, O. Limites da utilização da ética e da RSE como estratégia empresarial. **Rev. Portuguesa e Brasileira de Gestão**, Lisboa, v. 8, n. 4, p. 2-9, out.2009. Disponível em: [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pi-d=S164544642009000400002&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pi-d=S164544642009000400002&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 9 mar. 2018.

TEIXEIRA, M. de F. **O contributo da auditoria interna para uma gestão eficaz**. 2006. 142 f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Auditoria) – Universidade Aberta, Portugal, Coimbra, 2006. Disponível em: [https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/581/1/TMCA\\_Maria%20deFatimaTeixeira.pdf](https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/581/1/TMCA_Maria%20deFatimaTeixeira.pdf). Acesso em: 18 mar. 2018.

VIEIRA, S. A. A auditoria e os sistemas de controles internos no Brasil: Antecedentes e Evolução. **Revista de Economia Mackenzie**, Brasília, v. 5, n. 5, p. 175-193, 2007. Disponível em: [http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=f172c5d-](http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=f172c5d-7-12ea-4801-83ad-c595c767c26e%40sessionmgr104)

[7-12ea-4801-83ad-c595c767c26e%40sessionmgr104](http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=f172c5d-7-12ea-4801-83ad-c595c767c26e%40sessionmgr104). Acesso em: 15 mar. 2018.



ARTHUR DELMIRO LOURENÇO<sup>1</sup>  
EDUARDO SALVALÁGIO<sup>1</sup>  
MÁRCIO ROBERTO DOS SANTOS JÚNIOR<sup>1</sup>  
JOSIANE DE OLIVEIRA SCHLOTEFELDT<sup>2</sup>

# Auditor Externo: Análise do Perfil do Profissional em Santa Catarina

*External auditor: professional profile analysis in the state of Santa Catarina*

ARTIGO 9

108-123

---

1 Faculdade Católica de Santa Catarina.

2 Universidade Federal do Paraná (UFPR).

**Resumo:** O auditor externo é responsável por executar a auditoria contábil, emitindo um relatório de opinião referente às demonstrações analisadas. O presente estudo objetivou compreender o perfil e as características desse profissional para, conseqüentemente, perceber o efeito do exercício da profissão em Santa Catarina. Para alcançar o objetivo, realizou-se a aplicação de um questionário, abrangendo perguntas demográficas e específicas, a um comum grupo de oito profissionais. Ainda, a realização de uma entrevista gravada com um dos profissionais, com perguntas, previamente, estruturadas. Os resultados encontrados foram analisados e se encontrou um perfil de profissional jovem, de leve prevalência feminina, com tendência a realizar viagens, com alta demanda de trabalho, sendo que esta persistiu mesmo sob desafios (como a pandemia da COVID-19 (2020-2022)), por mais que se exigiram adaptações. Os auditores afirmaram, raramente, não encontrar fraudes nas auditorias; quando encontradas, geralmente, ocorrem nas contas de resultados. Abrangendo as características do auditor, citou-se, como algo indispensável, o ceticismo para desenvolvimento e sucesso na profissão, além da proatividade e constante aprendizado, principalmente, sob atualização das normas de contabilidade. No estudo, também, foi possível detectar como funciona a estruturação de uma auditoria, incluindo identificar o plano de carreira dela, geralmente, começando como trainee, prosseguindo para auditor experiente, sênior, gerentes/supervisores, e podendo chegar até sócio de uma empresa de auditoria. Ademais, o estudo, de fato, acrescentou para a verificação do perfil do auditor externo/independente em Santa Catarina.

**Palavras-chave:** Auditoria. Auditor externo. Auditor independente. Perfil profissional.

**Abstract:** The external auditor is responsible for performing the accounting audit, issuing an opinion report on the analyzed statements. The present study aimed to understand the profile and characteristics of this professional to, consequently, understand the effect of exercising the profession in Santa Catarina. To achieve the objective, a questionnaire was applied - covering demographic and specific questions - with a group of eight professionals. In addition to conducting a recorded interview with one of the professionals, with previously structured questions. The results found were analyzed and a profile of a young professional was found, with a slight female prevalence, with a tendency to travel, with a high demand for work, which persisted even under challenges - such as the COVID-19 pandemic (2020-2020). 2022) - no matter how much adaptations were required. Auditors said they rarely or did not find fraud in audits, and when found, usually occurring in the income statement. Encompassing the characteristics of the auditor, skepticism was cited as indispensable for development and success in the profession, in addition to proactivity and constant learning, especially when updating accounting standards. In the study, it was also possible to detect how the structuring of an audit works, as well as to identify its career path - usually starting as a trainee - proceeding to experienced auditor, senior, managers/supervisors and even reaching a partner in an auditing company. Furthermore, the study actually added to the verification of the profile of the external/ independent auditor in Santa Catarina.

**Keywords:** Audit. External auditor. Independent auditor. Professional profile.

## INTRODUÇÃO

Sabe-se que a Ciência Contábil, área de origem dessa profissão, é uma Ciência Social (Corregio, 2006). Por se tratar de uma Ciência Social, isto é, que varia, de acordo com o entendimento e consciência dos aplicadores, há muitas explicações para a origem que tem.

Em uma das frentes acadêmicas, acredita-se que o início dela parte da contagem de ovelhas em um rebanho, buscando atestar eventuais perdas de animais. As ferramentas utilizadas, à época, eram cordas e pedras, dando nós na primeira e separando as segundas (Lopes; Buriola, 2019).

A Ciência Contábil, para Guedes e Silva (2017), acompanhou a evolução da sociedade, tendo, como um marco significativo de mudança, a Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, aumentando, vertiginosamente, o faturamento das indústrias e, conseqüentemente, a necessidade de um controle melhor de ganhos e bens.

Nesse sentido, para Antunes (2010), a auditoria independente se torna relevante, com o crescimento das empresas e a fiscalização tributária governamental. Como a cobrança de impostos está baseada nos lucros das empresas, cresceu a necessidade de confirmação dos registros contábeis e do controle patrimonial, incluindo a afirmação da integridade de investimentos e dos resultados econômicos a terceiros.

Considerando a importância desse profissional para o atual cenário econômico mundial, a problemática do artigo trespassa pela necessidade de angariar mais informações do profissional que exerce a auditoria externa no estado de Santa Catarina, sobretudo, características dele. Assim, o objetivo geral desta pesquisa se designou por compreender o perfil do auditor externo para, conseqüentemente, perceber o efeito do exercício da profissão em Santa Catarina. Nesse sentido, a pesquisa se justifica pela necessidade de assimilar mais as funções da auditoria e do auditor externo, uma vez que a demanda de trabalho é significativa e a popularidade e a oferta de profissionais são baixas.

Pretende-se contribuir com os alunos do Curso de Graduação em Ciências Contábeis, com a sociedade e com o próprio meio acadêmico, de forma teórica. Por fim, explica-se que o presente artigo foi dividido em referencial teórico (com a evolução e a origem da Ciência Contábil), que se verticalizou na profissão de auditoria e no profissional auditor (tema central) e se fundamentou na metodologia aplicada. Encerrou-se com as considerações finais e referências.

## REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico aborda os principais temas do estudo. Primeiramente, falou-se da Contabilidade, contador e evolução. Em seguida, origem e evolução da contabilidade, especificamente, no Brasil. Por fim, argumenta-se a respeito da auditoria e da profissão de auditor externo.

## A CONTABILIDADE, O CONTADOR E A EVOLUÇÃO

A Contabilidade é uma Ciência Social que utiliza ferramentas qualitativas e quantitativas para atingir objetivos. Não se sabe, exatamente, o início que teve, mas se sabe que se deve à necessidade de o homem obter informações a respeito das riquezas dele, e se desenvolve estimulada pelas diversas transformações pelas quais a humanidade tem passado (Corregio, 2006). Um dos primeiros registros contábeis foi dar nó em cordas, ou separar pedras para administrar o rebanho de ovelhas, assim, era possível notar alguma perda (Lopes; Buriola, 2019).

Assim como toda evolução é resultado, principalmente, de pesquisa, estudos, descobertas e revoluções, a evolução da Contabilidade não é diferente. Antes de tudo, é necessário entender que a Contabilidade está presente no dia a dia, nos negócios empresariais, portanto, pode se caracterizar como uma ciência de grande importância para o desenvolvimento da sociedade (Mota; Martins, 2018).

Podendo ser denominada como uma Ciência Social aplicada, a Contabilidade deve evoluir, de acordo com a necessidade de informações demandadas pelos usuários, buscando, continuamente, ser um sistema de informações que consiga contemplar os mais variados interesses e exigências dos usuários. Hoje em dia, pode-se dizer que a Contabilidade se subdivide nas seguintes áreas: Financeira, Gerencial, de Custos, Social e Ambiental (Mota; Martins, 2018).

No início, a Contabilidade se preocupava, basicamente, com as informações financeiras, focando em atender às obrigações fiscais e legais. Conforme houve o avanço da tecnologia, também, ampliaram-se as necessidades sociais. Consequentemente, a quantidade de usuários potenciais da Contabilidade se ampliou. Após isso, foi dado início a uma época na qual a Contabilidade não mostrava mais os lucros, apenas, aos donos, mas, também, à sociedade.

Nesse sentido, as informações contábeis se tornaram imprescindíveis e estratégicas, umavez que criam vantagens que possibilitam que as empresas pequenas compitam com transnacionais. O ambiente, nesse nível de competitividade, apresenta uma nova finalidade para a Contabilidade: além da divulgação das informações financeiras usuais, a entrega de informações econômicas destinadas a diversos níveis de usuários (internos e externos).

## ORIGEM E EVOLUÇÃO DA CONTABILIDADE NO BRASIL

A história da Contabilidade do Brasil tem, como marcos iniciais, a chegada dos navegadores portugueses e a implementação das primeiras colônias, trazendo as primeiras atividades econômicas e financeiras ao território brasileiro. Segundo Agostini e Carvalho (2012), essas práticas contábeis se desenvolveram na mesma medida em que o mercantilismo se proliferava pelo país, atreladas à necessidade que os comerciantes tinham de melhorar o controle dos próprios bens.

As primeiras atividades financeiras implementadas pelos portugueses eram, puramente, extrativistas, e, com o objetivo de blindar, para si, as riquezas da colônia, principalmente, pela ameaça de outras potências europeias, a Coroa Portuguesa decidiu aumentar, gradativamente, o controle sobre o patrimônio, aqui, adquirido, designando, para cá, os primeiros guarda-livros e contadores, sendo, segundo Silva e Assis (2015), Gaspar Lamego o primeiro contador designado para o Brasil, no ano de 1549. Já para Rodrigues (2013), o primeiro contador designado para o Brasil foi Brás Cubas, nomeado pelo Rei D. João III para o cargo de Provedor da Fazenda Real e Contador das Rendas e Direitos da Capitania, em 1551.

Os contadores citados, todos de origem portuguesa, tinham, como tarefa, enviar relatórios contábeis das capitâncias hereditárias para a Coroa, além de controlar a arrecadação de impostos dos navios, sendo que essas funções, de acordo com Rodrigues (2013), eram regulamentadas pelo Conselho de Fazenda para a administração financeira das colônias, criado em 1563.

A vinda da Família Real Portuguesa para o Brasil, em 1808, foi fundamental para a evolução contábil brasileira. De acordo com Sá (2008 *apud* Silva; Assis, 2015), a busca do governo imperial, a fim de obter um controle efetivo da arrecadação de impostos e austera gestão do dinheiro do Império, abriu um maior campo de desenvolvimento para os profissionais da área contábil.

Dom João VI, primeiro governante do Império brasileiro, criou, após se estabelecer aqui, o primeiro banco brasileiro, e, em 1809, estabeleceu o curso de comércio, decretando que as escriturações contábeis (que, por decreto de Dom Pedro I, em 1830, deveriam ser, obrigatoriamente, feitas com o uso do método das partidas dobradas) só fossem realizadas por quem frequentasse tal escola. Segundo Peleias *et al.* (2007), o surgimento desse curso foi o marco de pesquisa para a criação de outros cursos de Ensino Superior no país, como Administração, Economia e Contabilidade.

Em 1870, segundo o Crcma (2008 *apud* Castro, 2009), houve a primeira regulamentação da profissão contábil feita no Brasil, com o Decreto Imperial nº 475, ficando, oficialmente, reconhecida a Associação dos Guarda-Livros da Corte, considerada a primeira profissão liberal regulamentada no país.

Com o início da industrialização do país e do aumento do número de profissionais da área, foram surgindo diversas associações de contabilistas pelo país, como a Associação dos Contadores

de São Paulo, em 1916; e a Associação dos Diplomados em Ciências Comerciais do Rio de Janeiro, em 1921. A regulamentação da profissão de contador, propriamente, dita, de acordo com Peleias *et al.* (2007), só ocorreu em 1931, com o Decreto nº 20158, que regulamentou a profissão de contador e reorganizou o ensino comercial, dividindo-o nos níveis propedêutico, técnico e superior. No Quadro 1, é possível compreender a evolução do ensino das Ciências Contábeis no Brasil.

Quadro 1. Evolução do Ensino de Ciências Contábeis no Brasil

1- Século XIX, aulas de comércio (1890):	Impulsionada pela vinda da Família Real Portuguesa, em 1808, foi criada uma cadeira de Aula Pública de Ciências Econômicas no Rio de Janeiro. Em 1809, foram criadas as Aulas de Comércio, iniciando-se o ensino comercial no Brasil.
2- Século XIX, criação do Instituto Comercial do Rio de Janeiro (década de 50):	Um decreto (1856) deu novos estatutos à Aula de Comércio da Corte, formando um curso de estudos, denominado de Instituto Comercial do Rio de Janeiro.
3- Século XX, ensino comercial, a partir da Proclamação da República (1889):	Extinção do Instituto Comercial do Rio de Janeiro, substituído pela Academia de Comércio do Rio de Janeiro (1905). Essa academia foi declarada de utilidade pública e os diplomas dela, a partir do decreto, oficialmente, reconhecidos.
4- Século XX, instituídos cursos profissionalizantes, década de 20:	Cursos profissionalizantes (Ensino Técnico Comercial) foram instituídos em 1926 (sob decreto), um com formação geral de quatro anos e outro, superior, de três anos. O curso geral conferia o diploma de Contador e, o superior, o título de graduado em Ciências Econômicas.
5- Século XX, criação do curso de Ensino Superior, década de 40:	Em um cenário de industrialização, que vinha desde o pós-guerra até a ascensão do presidente JK, baseado na substituição da importação, surge o curso superior de Ciências Contábeis e Atuariais (22/09/1945), com duração de quatro anos, concedendo o título de Bacharel em Ciências Contábeis a quem concluisse.
6- Século XX, pós-graduação stricto sensu, década de 70:	A discussão formal a respeito da pós-graduação, no Brasil, iniciou-se em 1961, porém, a implantação dos primeiros programas stricto sensu em Contabilidade ocorreu nos anos 1970, como, também, Programa de Mestrado em Ciências Contábeis da Fundação Getúlio Vargas - FGV (RJ).

Fonte: adaptado de Peleias *et al.* (2007).

Hoje, o curso de Ciências Contábeis é um dos mais populares no país. De acordo com o INEP (Instituto Nacional de Ensino e Pesquisa), é o quarto curso mais buscado (ficando atrás, somente, de Direito, Administração e Pedagogia). Em 2019, havia o número de 362 mil matriculados (316.653 mil em escolas públicas e 45.329 mil em particulares). Ainda, desses 362 mil alunos, 244.840 mil deles eram matriculados em cursos presenciais; 117.202 mil, em cursos de Ensino a Distância (EaD). A alta demanda, segundo o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), está associada às boas versatilidade e empregabilidade da profissão (CFC, 2019).

## AUDITORIA E AUDITOR EXTERNO

A auditoria é uma técnica da Contabilidade com o objetivo de obter elementos de convicção para julgar se os registros contábeis foram efetuados, de acordo com as normas fundamentais e legislação, inspecionando através da verificação de registros, documentos e demonstrações realizadas. Essa investigação pode proporcionar melhorias diante das experiências e conhecimento da empresa analisada, podendo entregar otimização de processos e redução de custos (Costa; Martins; Neto, 2011).

De acordo com Dos Reis e Cintra (2019), uma auditoria se preocupa com a possibilidade de ocorrer uma interpretação técnica errônea que envolva a emissão de opinião e parecer do auditor independente quanto a demonstrações contábeis. Ainda, segundo os autores, o auditor busca, basicamente, através de relatórios financeiros, construir um julgamento, através de técnicas, para dar um parecer técnico e fidedigno para as empresas. Uma auditoria externa bem realizada tem a capacidade de fornecer fatos e informações das mais diversas áreas de atuação e departamento de uma organização, fazendo, assim, com que o mercado se sinta mais protegido e confiante (Carvalho; Pereira, 2013).

Segundo Antunes (2010), é difícil precisar a origem da auditoria, sendo mais aceito que ela surgiu na China, durante a Dinastia Western Zhou, há cerca de 3000 anos, como uma forma rudimentar de um trabalho de conferência. Em 992 a.C., durante a Dinastia Song, foi criada uma corte real de auditoria na China, sendo, provavelmente, a primeira vez em que o termo auditoria fora utilizado da forma mais próxima da característica atual que apresenta.

Durante o Império Romano, segundo Antunes (2010), a auditoria tinha a função literal de ouvir e, assim, tentar prevenir fraudes, vindo, daí, a origem do termo auditoria (auditoria vem do particípio passado *auditus*, do verbo latino *audire*, “ouvir”). Nessa época, nas cidades-estados italianas, a profissão era muito utilizada pelos mercadores, para ajudar na verificação e controle das mercadorias dos navios que voltavam de expedições.

Para Guedes e Silva (2017), pode-se dizer que a auditoria moderna teve início por volta do século XVIII, na Inglaterra, já que, devido à Revolução Industrial, tal país sofreu um aumento significativo do número de indústrias, que, rapidamente, disseminou-se pelo mundo. Com esse número de empresas crescendo, tornou-se um fato que havia a necessidade de criar instrumentos que demonstrassem um maior controle e uma fiscalização mais rígida de registros contábeis. Já para Crepal-di (2002), a auditoria moderna, também, teve origem na Inglaterra, porém, em 1314, com a criação do cargo de Auditor do Tesouro.

De acordo com Almeida (2004), até o início da Revolução Industrial, a auditoria era utilizada pelos indivíduos mais ricos e com grande dispersão dos ativos que tinham, que necessitavam saber se tais recursos eram, adequadamente, mantidos e utilizados, e não negligenciados pelas pessoas às quais eram confiados. Assim, na primeira fase, a auditoria dava uma especial ênfase à detecção de fraudes, não à verificação da existência de controles adequados, nem identificação de riscos.

Segundo Antunes (2010), a importância da auditoria independente se deu com o surgimento das grandes empresas e da crescente importância para o Imposto de Renda (IR), e, como a cobrança de impostos está baseada no lucro das empresas, havia a necessidade de confirmação dos registros contábeis e do controle patrimonial. Ainda, segundo ele, essa importância se manifestou com a institucionalização do investidor capitalista não participante da administração, que, sendo uma classe importante e em crescimento, passou a exigir relatórios imparciais referentes à integridade do investimento depositado e dos resultados econômicos do empreendimento.

Antunes (2010) afirma que, nesse âmbito, a especialização do contador como auditor foi estabelecida no século XIX, com o surgimento das primeiras associações de contadores públicos, com profissionais que passaram a exercer a função de auditor e, com o crescimento acelerado da economia, abriram filiais por todo o mundo capitalista.

No Brasil, os trabalhos de auditoria tiveram início na década de 1940, com a chegada de grandes companhias multinacionais, trazendo a necessidade de que os registros contábeis delas fossem auditados, suprimindo a necessidade dos investidores de terem garantias de que o capital deles estava seguro.

Com o crescimento exponencial da abertura de firmas de auditoria e de companhias que necessitavam ser auditadas, o número de auditores brasileiros capacitados seguiu essa evolução. Na década de 1960, eles se organizaram em uma associação de classe, intitulada de Instituto dos Contadores Públicos do Brasil, e que, em 1971, teve o nome alterado para IBRACON (Instituto dos Auditores Independentes do Brasil).

No entanto, o Brasil é classificado como um dos países com menor número de auditores em relação à população geral. Ainda, segundo Amorim (2012 *apud* Veiga *et al.*, 2013), a quantidade de profissionais de auditoria não está acompanhando o crescimento da demanda do mercado. Como relatado pela autora, apenas, 19% das firmas de auditoria afirmam estar com o quadro funcional

completo, e 73% delas afirmaram haver carência de profissionais.

É importante ressaltar que a auditoria não se limita, apenas, à externa. Existem, na mesma profissão, âmbitos de atuação e ambientes de análise distintos. Para Cintra e Sammour (2019), o auditor interno, embora independente no exercício da função dele, possui vínculo empregatício com a empresa auditada, executando as auditorias contábil e operacional. Reforça, dizendo que o auditor interno tem, como principais objetivos, analisar as normas internas da empresa e fiscalizar se todos os procedimentos estão sendo seguidos de maneira adequada.

O auditor externo não possui vínculo empregatício com a empresa auditada, tem um maior grau de independência, e o principal objetivo dele é a execução da própria auditoria contábil, emitindo um relatório de opinião referente às demonstrações verificadas, analisando a aplicação e os efeitos práticos na realidade financeira da empresa. Atualmente, o relacionamento entre os auditores externos e internos se limita, basicamente, na maioria dos casos, a uma revisão, por parte dos primeiros, dos trabalhos realizados sobre os segundos, com o objetivo de diminuir parte dos testes que os auditores externos deveriam realizar (Antunes, 2010).

Para obter o registro de auditor externo (independente), é necessária a inscrição na Comissão de Valores Mobiliários (CVM). A CVM é uma autarquia que está vinculada ao Ministério da Economia, que regulamenta e fiscaliza as Sociedades Anônimas (SAs), que negociam na bolsa de valores (capital aberto). Os interessados em ser um auditor externo devem atender às instruções normativas exigidas pela CVM, na Prescrição nº 308, de 14 de maio de 1999. São elas: estar inscrito no CRC (exame de suficiência); comprovar estar, ao menos, cinco anos na atividade de auditor independente de empresas de capital fechado; e estar exercendo a atividade de auditor externo em escritório profissional, legalizado, com nome próprio, com instalações que garantam segurança e sigilo dos documentos (Dos Reis; Cintra, 2019).

O profissional deve possuir conhecimento permanente e atualizado do ramo, dos negócios e práticas contábeis e operacionais dos clientes; possuir uma estrutura operacional adequada ao número e porte; além de ser aprovado nos exames

de qualificação técnica do CFC para ser auditor e na prova da CVM, para, assim, auditar as empresas de capital aberto. Na sequência, o Quadro 2 informa, mais detalhadamente, os requisitos mínimos necessários para a carreira do auditor.

Quadro 2. Requisitos para a Profissão de Auditor Externo

1- Bacharelado em Ciências Contábeis	Etapas da Carreira Normas Resolução CFC nº 1.372/2011e Instrução 308/1999
2- Exame de Suficiência do CFC	Resolução CFC nº 1.373/2011
3- Registro no CRC	Instrução Normativa CVM nº 308/1999
4- Exame de Qualificação Técnica Geral do CFC	Resolução CFC nº 1.147/2008
5- Exame de Qualificação Específica do BACEN e SUSEP	CCI/SUSEP/DECON nº 05/2005, 06/2005 e 05/2006
6- Registro na CVM	Instrução CVM nº 308/1999

Fonte: adaptado de Dos Reis e Cintra (2019).

Segundo Lopes (2021), o auditor externo é um profissional que viaja muito, por isso, tem que sujeitar a vida pessoal, em grande parte, à empresa, então, sofre grande pressão por resultados, sendo, constantemente, avaliado. São exigidas disciplina, postura ética, habilidades técnica e humana. É indispensável que seja cético, além de que possua uma mente questionadora e alerta para condições fraudulentas (Assis *et al.*, 2014). Dos Reis e Cintra (2019) complementam que um auditor independente deve manter a qualificação profissional dele baseada nos princípios fundamentais da Contabilidade, seguindo as normas do CFC, além de que deve negar serviços que não tem a capacidade técnica de realizar.

## METODOLOGIA

Para esta pesquisa, foi elaborado um questionário que foi enviado para 8 (oito) auditores, assim como uma entrevista semiestruturada com um auditor sócio de uma empresa de auditoria. Este trabalho se encaixa como de caráter descritivo, pois busca descrever a profissão do auditor externo.

## QUESTIONÁRIO

Segundo Marconi e Lakatos (2003), o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas de forma escrita e sem a presença do entrevistador.

No Quadro 3, apresenta-se o questionário aplicado, através da plataforma Google Forms, que, além de possibilitar a aplicação, facilita a análise de resultados através da construção automática de gráficos, com um *dashboard* analítico:

Quadro 3. Questionário Aplicado aos Auditores Externos Investigados

Nº	Questão	Alternativas
1	Sabe-se que um auditor externo viaja muito, tendo que abdicar, muitas vezes, da vida pessoal. Como é para você? Você gosta de viajar?	Nunca Às vezes Sempre
2	Qual é a frequência com que viaja?	Sim Não Não sei
3	Visto que o Brasil é classificado como um dos países com o menor número de auditores em relação à população em geral, como é a sua atual demanda de trabalho?	Escassa Regular Excedente
4	A pandemia de Covid-19 alterou a vida de todos os cidadãos em todas as esferas, sobretudo, da classe empresária. Como você considera o impacto da pandemia para as auditorias?	Negativo Positivo Não houve impacto
5	Algumas empresas, independentemente dos portes delas, são obrigadas a apresentar demonstrações contábeis. Nesse sentido, em certas demonstrações, constata-se a ocorrência de fraudes. Com que frequência você as encontra nas empresas nas quais audita?	Nunca Raramente Às vezes Sempre
6	Consequentemente, no seu cotidiano, em qual área há maior incidência de casos de fraude?	Ativo Passivo Patrimônio Líquido Resultados Outro:
7	Uma das principais características de um auditor externo é possuir uma postura cética nas atividades que exerce. Na sua percepção, por que é importante que um auditor externo seja cético?	Pergunta aberta

Fonte: os autores.

A análise do questionário foi realizada de forma qualitativa e, assim, foram gerados os resultados que foram discutidos.

## ENTREVISTA GRAVADA

A principal razão pela qual houve a iniciativa de fazer a entrevista gravada foi para conseguir realizar a triangulação dos dados. O auditor gravado é sócio de uma empresa de auditoria independente, localizada em Blumenau/SC. Com esse método, buscou-se aprofun-

dar questões mais detalhadas, por exemplo, se há um grande índice de fraudes nas empresas nas quais são feitas as auditorias. Outra razão, também, foi poder compreender os motivos que levam uma empresa a solicitar uma auditoria. O Quadro 4 demonstra, com detalhes, como foram semiestruturadas as perguntas:

Quadro 4. Questionário para a Entrevista Gravada com o Auditor Independente

Nº	Questão
1	Você já atuou como auditor interno? Se sim, quais são as principais diferenças na atuação nessas duas áreas?
2	Sabemos que existem dois tipos de auditoria: interna e externa. Por que você escolheu a auditoria externa?
3	Qual você considera o principal motivo que leva uma empresa a procurar por uma auditoria?
4	Sabemos que a pandemia afetou o mundo todo de alguma forma, assim, e, referência às auditorias externas, como você descreveria o impacto? Foi de uma forma negativa ou positiva?
5	No exercício da sua profissão, quais são as suas principais tarefas ao auditar uma empresa?
6	Quais são as características que você considera essenciais para se ter sucesso na profissão?

Fonte: os autores.

Os dados, então, por esses meios (questionário e entrevista), foram coletados, com os resultados analisados e discutidos.

## ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise de resultados se deu, principalmente, com as informações do questionário. Obtiveram-se oito respostas do questionário de sete perguntas (sendo seis objetivas e uma discursiva) e uma entrevista gravada contendo seis perguntas semiestruturadas.

## ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO

Conforme os dados demográficos obtidos no questionário, é possível observar que os profissionais que seguem a carreira de auditor são jovens, sendo que 87,5% dos entrevistados têm entre 20 e 30 anos. Acompanhando esse resultado, o grupo estudado relatou ter pouco tempo de atuação na área, sendo que 75% dos entrevistados possuem cinco anos, ou menos,

de carreira como auditor; 12,5%, entre seis e 10 anos; e, apenas, 12,5%, mais de 10 anos de profissão. Além disso, 100% dos entrevistados atuam no Estado de Santa Catarina.

Outro ponto demográfico abordado foi o gênero do profissional de auditoria. Notou-se uma leve preferência feminina pela área, representando 62,5% dos entrevistados. Esse número acompanha os dados de representatividade feminina na Contabilidade do Censo de Educação Superior de 2015. De acordo com Cfc (2019), os resultados do censo indicam que, em 2015, 59% dos estudantes de Ciências Contábeis eram mulheres, confirmando, assim, o porquê de haver uma maioria feminina entre os profissionais de auditoria.

Com relação à remuneração do auditor, constatou-se que uma grande parcela dos entrevistados declarou receber até cinco salários-mínimos, valor, consideravelmente, alto para profissionais que, conforme os resultados já citados, são jovens e com pouco tempo de carreira, além de que, desses profissionais, 75% deles alegam possuir, somente, Graduação em Ciências Contábeis. Há evidências da influên-

cia do fator remuneração na preferência pela auditoria como uma atividade profissional. Essa influência, em termos de medidas, corresponde a um score aproximado de 30% a 40% na preferência pela atividade. Também, é possível observar uma relação entre o salário do profissional e o tempo de atuação, pois os entrevistados que alegam exercer a profissão de auditor há um bom tempo declararam possuir uma maior remuneração.

Partindo para as questões que buscavam um maior aprofundamento na profissão, confirmou-se que o auditor é um profissional com tendência a realizar viagens a trabalho, pois 37,5% dos entrevistados alegaram viajar com frequência; 62,5%, ocasionalmente. Esse resultado vai ao encontro do que afirma Lopes (2021), pois, segundo o autor, o auditor é um profissional que viaja muito, por isso, tem que sujeitar a vida pessoal, em grande parte, à empresa.

Ao serem questionados a respeito da demanda de trabalho, todos os entrevistados alegaram possuir um número excedente de ofertas de trabalho, confirmando o que é dito por Veiga *et al.* (2013). Segundo os autores, a quantidade de profissionais de auditoria no Brasil não acompanha o crescimento da demanda do mercado, com, apenas, 19% das firmas de auditoria afirmando possuir um quadro funcional completo, e 73% alegando haver carência de profissionais. Essa alta demanda relatada pelos entrevistados, também, pode ser explicada pela classificação do Brasil como um dos países com menos auditores por número de habitantes, com uma relação de 1 para 24.000, sendo, a média, inferior, quando comparada com diversos outros países da América Latina.

Um fato curioso é que, ao serem questionados em relação ao impacto da pandemia de COVID-19 na execução dos trabalhos de auditoria,

75% dos profissionais afirmam que esse impacto foi positivo, mesmo que os métodos que eram utilizados na realização desses trabalhos tenham que ter sido adaptados. A pandemia impactaria o ambiente organizacional e as consequências influenciariam os trabalhos desenvolvidos por diversos profissionais, inclusive, contadores e auditores. Entretanto, esses resultados divergem, completamente, dos apresentados em uma pesquisa realizada por Martins (2020), em Portugal. No referido estudo, realizado de maneira semelhante à pesquisa em questão, a autora obteve resultados, amplamente, negativos no que se refere aos impactos da pandemia para as empresas de auditoria, além do desempenho de auditorias externas, tendo, como pontos desfavoráveis, perda de clientes e redução de honorários e da eficiência no desempenho da função.

A respeito da atividade direta do auditor externo, perguntou-se com que frequência se encontram fraudes nas demonstrações analisadas. 37,5% deles alegaram não encontrar fraudes, e o restante declarou que as encontram raramente, divergindo do que é dito por Carvalho e Pereira (2013), que afirmam que grandes e pequenas empresas são alvos, diariamente, de algum tipo de fraude, principalmente, as empresas do setor público. Quando questionados quanto ao campo no qual eram encontradas fraudes com maior frequência, 50% dos entrevistados alegaram que as encontravam nas contas de resultados da empresa.

Ainda, temos as características essenciais no desempenho da auditoria, sendo que foi abordada, no questionário, a importância de o auditor externo possuir uma postura cética no decorrer das atividades dele. Os entrevistados, de forma geral, afirmaram que ser cético está, diretamente, ligado à qualidade e credibilidade nos resultados da auditoria, conforme apresentado no Quadro 5.

Quadro 5. Respostas do Questionário Referente à Importância do Ceticismo para a Profissão

Nº	Resposta
1	Para não acreditar em tudo que vê e desconfiar de que, possivelmente, algo possa estar errado.
2	Ceticismo, para mim, é sinônimo de credibilidade, por isso, auditor que não exerce o ceticismo está fadado ao fracasso.
3	Para realizar uma auditoria para além da metodologia.
4	Para que exerça a sua profissão com excelência, sem deixar julgamentos pessoais interferirem na sua atuação.
5	Para obter melhores resultados.
6	Permite-nos ter uma visão mais crítica dos procedimentos contábeis e aplicação das normas, sem risco de comprometer a nossa visão do controle da organização.
7	Porque, nunca, sabemos de onde/quem pode surgir uma fraude. Então, mesmo que todos pareçam ser confiáveis, precisamos verificar.
8	Na revisão dos documentos e nos questionamentos a serem feitos à empresa.

Fonte: os autores.

Os profissionais destacam que não demonstrar os julgamentos pessoais influencia, diretamente, na atuação. Caso contrário, permite a desconfiança de qualquer informação, pois é incerto quando (quem) pode surgir uma fraude. Há mais criticidade na aplicação das normas, não comprometendo a análise e, conseqüentemente, a empresa investigada. O ceticismo profissional é uma postura que inclui uma mente questionadora e alerta para condições que possam indicar uma possível distorção, devido a erro, ou fraude, incluindo uma avaliação crítica de evidências de auditoria.

## ANÁLISE DA ENTREVISTA

Conforme previsto, realizou-se a entrevista com um auditor, sócio de uma empresa de auditoria e consultoria em Blumenau (Santa Catarina), com perguntas semiestruturadas, conforme Quadro 4.

Questionado quanto à diferença entre auditores externo e interno, incluindo o porquê de ter optado pela externa, o entrevistado destaca os conceitos, conforme estudado e destacado por Cintra e Sammour (2019): a auditoria externa busca emitir um parecer das demonstrações das empresas, desde normas contábeis, impostos e normas de contabilidade; já a auditoria interna objetiva o processo de governança dentro da corporação. Pode ser de qualquer área, desde o fechamento da folha de pagamento até as movimentações financeiras e demonstrações contábeis, com o objetivo de identificar riscos, para controle e reavaliação dos processos contábeis internos.

O entrevistado, além de reafirmar o papel do auditor independente, relata a estruturação de como funciona uma auditoria externa, sendo que, geralmente, é dividida em uma equipe, com hierarquia (menor para maior): *trainee*, auditor experiente, auditor sênior, supervisor/gerente e sócio.

As atividades são divididas, conforme o Quadro 6.

Quadro 6. Estruturação Hierárquica (maior para menor) com Respectivas Atividades, Conforme o Entrevistado

Função	Atividade
Sócios	Assinatura do parecer técnico
Supervisores/Gerentes	Revisão das análises
Audidores sênior, experiente e trainee	Responsáveis pela parte operacional das análises

Fonte: os autores.



**UM TEMA QUE ACHEI IMPORTANTE RESSALTAR DENTRO DESSE CONTEXTO FOI EM RELAÇÃO A IMPORTÂNCIA DE UMA GESTÃO COMPROMETIDA COM SEUS OBJETIVOS, UM CLIMA ORGANIZACIONAL POSITIVO.**

A estruturação condiz com o que Santos (2014) esclarece. Afirmo que o plano de carreira do auditor independente, geralmente, começa na atividade de *trainee*. Após isso, torna-se assistente, sênior, supervisor, gerente e sócio.

A principal atividade relatada no serviço do auditor sênior, incluindo experiente e *trainee*, abarca os testes de auditoria. Trata-se de avaliar se os lançamentos foram feitos na competência e valores corretos; se eles existem – se a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) transparece, corretamente, o que foi feito; e, de forma geral, se estão dentro das leis que os regulamentam.

Dentre os motivos que fazem uma empresa procurar um auditor independente, segundo o entrevistado, além da obrigatoriedade (para empresas de capital aberto, por exemplo), os sócios e gestores buscam controle dos processos contábeis e emissão das demonstrações financeiras para evitar erros e fraudes.

Em 11 de março de 2020, foi decretada a pandemia da COVID-19, um vírus respiratório que, além de casos letais, trouxe mudanças para nos relacionarmos e, inclusive, para as rotinas trabalhistas (não foi diferente para os auditores externos). O entrevistado afirma que, no início, as reuniões e encontros remotos foram desafiadores, porém, facilitadores: ficou muito mais fácil, e comum, a troca de documentos on-line, porém, nada se compara ao encontro presencial para entender, perfeitamente, um lançamento contábil que apresenta qualquer dúvida/desconfiança.

Por fim, perguntado a respeito das características a serem desenvolvidas como auditor externo, afirmou que a proatividade é indispensável, principalmente, no início da carreira (*trainee*), direcionando a qualidade, no exercício, com o estudo constante, como, também, afirmam Dos Reis e Cintra (2019), principalmente, referente ao conhecimento e à atualização das leis fundamentais da contabilidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi realizar uma pesquisa voltada à temática da auditoria externa, especificamente, profissionais que exercem essa função (auditores), a fim de compreender o perfil das pessoas que trabalham com essa ocupação e perceber os efeitos disso no Estado de Santa Catarina. Para alcançar o objetivo, a pesquisa desenvolvida foi classificada como descritiva, qualitativa, de levantamento e com entrevista semiestruturada.

O primeiro passo do trabalho foi identificar, por meio do envio de um questionário, as características que podem ser consideradas relevantes na profissão do auditor externo. Nesse sentido, um resultado relevante foi que, profissionais da área, quase sempre, não deixam os julgamentos pessoais influenciarem, diretamente, na atuação, de modo que a desconfiança seja afastada no serviço prestado. Ainda, nessa linha, os respondentes do questionário afirmaram que prevenir quando, ou em que situação, uma fraude pode surgir é incerto, o que gera, nos auditores, uma constante vigilância e postura questionadora, sobretudo, em condições que possam indicar uma possível distorção, devido a erro, ou fraude. Essas características foram trazidas com a pergunta relacionada ao ceticismo.

Já na segunda etapa, com as respostas do entrevistado, pode-se ressaltar, como principal resultado, a estruturação da carreira de um auditor externo, incluindo a função primordial dele em cada momento hierárquico. Mencionou-se que esse auditor, via de regra, começa como trainee; auditor experiente; auditor sênior; supervisor, ou gerente; e sócio.

Na entrevista, também, foi possível extrair a função que cada peça, nessa divisão, realiza, além de como ela se comunica com

os elementos trazidos no primeiro passo. Cabe, ao trainee, e aos auditores iniciantes, por exemplo, a realização de todas as atividades mais operacionais do processo de auditoria, gerando, por fim, uma análise detalhada. Essa análise, ao ser finalizada, será revisada pelos gestores e supervisores, que acrescentarão eventuais informações relevantes e encaminharão para aprovação. Essa aprovação, que ocorre com a assinatura dos sócios, é a parte final de todo o trabalho desenvolvido na profissão ao longo do ano.

Por certo, todo esse caminho percorrido ao longo do ano, por várias mãos e funções, possui uma identidade com as informações trazidas pela primeira etapa deste trabalho: o ceticismo, com o excesso de zelo e questionamentos por toda a equipe. Isso, sem dúvidas, mostrou-se muito relevante em trabalhos e para as pessoas respondentes do questionário.

É importante ressaltar que este trabalho tomou, como base, informações de pessoas do mesmo Estado da Federação, ou seja, Santa Catarina. Não se pode concluir, logicamente, que as informações e deduções trazidas neste artigo se aplicam, necessariamente, a outros locais do Brasil e do mundo.

Saltam-se, aos olhos, as oportunidades de buscar, em cada Estado do Brasil, novas respostas referentes à profissão e ao perfil de cada um. Notadamente, cada região do país possui características e costumes únicos, com variações nos resultados e nos perfis dos auditores.

Tem-se, por fim, que o objetivo do presente trabalho foi, satisfatoriamente, cumprido, uma vez que foi possível identificar, dentro das limitações territoriais, características específicas e comuns aos profissionais da área, interpretando os dados colhidos na metodologia e os aplicando à realidade pretendida.

# REFERÊNCIAS

---

AGOSTINI, C.; CARVALHO, J. T. de. **A evolução da contabilidade: seus avanços no Brasil e a harmonização com as normas internacionais.** 2012. Disponível em: [encurtador.com.br/eARTX](http://encurtador.com.br/eARTX). Acesso em: 15 maio 2022.

ALMEIDA, B. J. M. Auditoria e sociedade: o diálogo necessário. **Revista Contabilidade & Finanças**, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rcf/a/rhDLsNG3V7KnQNCCdcQq-Tgm/?lang=pt>. Acesso em: 12 maio 2022.

ANTUNES, F. A. **A institucionalização da atividade do auditor independente.** São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2010. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/bitstream/handle/10899/26225/Francisco%20Angelo%20Antunes.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Acesso em: 3 abr. 2022.

ARAÚJO, E. A. T.; SILVA, W. A. C. Pesquisa científica em Contabilidade Gerencial nos Enanpads de 2003 a 2008. **Revista Universo Contábil**, v. 6, n. 3, p. 29-44, 2010. Disponível em: <https://bu.furb.br/ojs/index.php/universocontabil/article/view/1378/1381>. Acesso em: 3 abr. 2022.

ASSIS, E. T. de *et al.* **Relevância e desafios do perfil do auditor externo: um estudo de caso.** 2014. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/702050.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2022.

CARVALHO, F. L. de; PEREIRA, N. **A importância da auditoria externa na detecção de fraudes.** Pouso Alegre, 2013. Disponível em: <http://semanaacademica.org.br/artigo/importancia-da-auditoria-externa-na-deteccao-de-fraudes>. Acesso em: 3 abr. 2022.

CASTRO, G. L. de. **Uma abordagem sobre a criação e função dos conselhos federais e regionais de contabilidade.** 2009. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/2224/2/20174979.pdf>. Acesso em: 22 maio 2022.

CFC. Conselho Federal de Contabilidade. **Ciências Contábeis é o 4º curso mais buscado no país.** 2019. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/41425/ciencias-contabeis-e-o-4o-curso-mais-buscado-no-pais/>. Acesso em: 22 maio 2022.

CINTRA, D. G. B.; SAMMOUR, J. R. **Auditoria externa x interna: funções e diferenças.** Disponível em: <http://reiva.unifaj.edu.br/reiva/article/view/85>. Acesso em: 12 maio 2022.

CORREGIO, O. **A contribuição da teoria de Luca Pacioli [1445-1517] para a solidificação universal do método das partidas dobradas.** São Paulo: PUC-SP, 2006. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/13347/1/HCS%20-%20Orlando%20Corregio.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2022.

COSTA, C. B. de; MARTINS, V. F.; NETO, E. B. M. Auditoria e perícia: semelhanças, diferenças e a importância para validar os instrumentos da contabilidade. **Revista CEPPG**, n. 24, p. 26-36, 2011. Disponível em: [http://www.portalcatalao.com/painel\\_clientes/cesuc/painel/arquivos/upload/temp/0c0219970ad9eff5f36c1d6228cc3dbc.pdf](http://www.portalcatalao.com/painel_clientes/cesuc/painel/arquivos/upload/temp/0c0219970ad9eff5f36c1d6228cc3dbc.pdf). Acesso em: 3 maio 2022.

CREPALDI, S. A. **Auditoria contábil: teoria e prática.** 2002. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/420838696/236761524-CREPALDI-Silvio-Auditoria-Contabil-Teoria-e-Pratica-Atlas-2013-1-pdf>. Acesso em: 12 maio 2022.

CVM. Comissão de Valores Mobiliários. **Texto integral da instrução CVM nº 308, de 14 de maio de 1999, com as alterações introduzidas pelas instruções CVM nº 509/2011, 545/2014 e 591/2017.** Disponível em: <https://conteudo.cvm.gov.br/export/sites/cvm/legislacao/instrucoes/anexos/300/inst308consolid.pdf>. Acesso em: 4 maio 2022.

DIAS, G. E.; ARAÚJO, A. F.; BARBOSA, R. J. Auditoria: alguns aspectos a respeito de sua origem. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Contábeis**, Garça, v. 7, n. 13, p. 1679-1870, maio 2009. Disponível em: [http://www.faeef.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/xza6N0w4fqVM1H2\\_2013-4-24-11-13-58.pdf](http://www.faeef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/xza6N0w4fqVM1H2_2013-4-24-11-13-58.pdf). Acesso em: 20 maio 2022.

DOS REIS, D. V. F.; CINTRA, D. G. B. A qualidade na auditoria independente. **Revista de Estudos Interdisciplinares do Vale do Araguaia-REIVA**, v. 2, n. 2, p. 16-16, 2019. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/scholar?start=70&q=cont%C3%A1bil+%22auditor+ex-terno%22&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com.br/scholar?start=70&q=cont%C3%A1bil+%22auditor+ex-terno%22&hl=pt-BR&as_sdt=0,5). Acesso em: 4 maio 2022.

GUEDES, O. S.; SILVA, K. S. **Origem e evolução da auditoria**. 2017. Disponível em: <http://repositorio.saolucas.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2786/Oldham%20Silva%20Guedes%2C%20Kauary%20Souza%20%20Origem%20e%20evolu%C3%A7%C3%A3o%20da%20auditoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12 maio 2022.

LOPES, K.; BURIOLA, M. C. M. **A evolução da contabilidade**. 2019. Disponível em: [http://simulador.ceres.org.br/producaoweb/SisGer-ConteudoSiteCeres.nsf/0/9613AA33ABBA8FEA03257573007409FB/\\$File/julho2008.pdf](http://simulador.ceres.org.br/producaoweb/SisGer-ConteudoSiteCeres.nsf/0/9613AA33ABBA8FEA03257573007409FB/$File/julho2008.pdf). Acesso: 29 abr. 2022.

LOPES, V. F. **Estudo sobre auditoria interna e externa na área contábil e suas diferenças**. 2021. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\\_sdt=0%2C5&q=%22auditoria+externa%22+e+via-jar+&oq=#d=gs\\_qabs&u=%23p%3D2BZJMcTA9hg](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=%22auditoria+externa%22+e+via-jar+&oq=#d=gs_qabs&u=%23p%3D2BZJMcTA9hg). Acesso em: 3 abr. 2022.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 2003. Disponível em: <http://ria.ufrn.br:8080/jspui/handle/123456789/1239>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MARTINS, C. I. D. **Os impactos da Covid-19 em empresas de auditoria**. 2020. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/130593/2/432387.pdf>. Acesso em: 7 jul. 2022.

MOTA, P. R.; MARTINS, V. F. **Novo relatório do auditor independente: uma análise dos principais assuntos de auditoria evidenciados nas empresas do setor aéreo brasileiro**. 2018. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/ragc/article/view/1554>. Acesso em: 24 maio 2022.

OLIVEIRA, A. **Por uma nova estrutura conceitual básica da contabilidade**. 2003. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=pt-BR&user=97eXSsAAAAAJ&citation\\_for\\_view=97eXSsAAAAAJ-eJjLl3UG7CkC](https://scholar.google.com.br/citations?view_op=view_citation&hl=pt-BR&user=97eXSsAAAAAJ&citation_for_view=97eXSsAAAAAJ-eJjLl3UG7CkC). Acesso em: 24 maio 2022.

PASSETO, N. A. **A representatividade feminina na contabilidade: Conselho Federal de Contabilidade - Presidente da Comissão Nacional da Mulher Contabilista**. 2018. Disponível em: <https://cfc.org.br/sem-categoria/a-representatividade-femini-na-na-contabilidade/>. Acesso em: 3 jul. 2022.

PELEIAS, I. R. *et al.* Evolução do ensino da contabilidade no Brasil: uma análise histórica. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 18, p. 19-32, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rcf/v18nspe/a03v18sp.pdf>. Acesso em: 22 maio 2022.

RODRIGUES, A. A. **A história da profissão contábil e das instituições de ensino, profissionais e culturais da Ciência Contábil no Brasil**. 2013. Disponível em: <http://contabeissjt.blogspot.com/2013/01/a-historia-da-profissao-contabil-e-das.html>. Acesso em: 22 maio 2022.

SANTOS, V. C. F. **A percepção dos auditores sobre o perfil do trainee de auditoria**. 2014. Disponível em: [https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9LSJR7/1/monografia\\_vanessa\\_santos.pdf](https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9LSJR7/1/monografia_vanessa_santos.pdf). Acesso em: 7 jul. 2022.

SILVA, M. S.; DE ASSIS, F. A. **A história da contabilidade no Brasil**. 2015. Disponível em: <http://revista.faculdadeprojecao.edu.br/index.php/Projecao1/article/download/579/543>. Acesso em: 22 maio 2022.

VEIGA, R. M. B. *et al.* **Profissão auditor independente no Brasil: percepção dos contadores registrados nos CRCs**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5454714.pdf>. Acesso em: 3 abr. 2022.

