



Jose Ademir Gomes dos Santos
Keitilanger Grisa Hahn

Organizadores

Coletânea de trabalhos
Multidisciplinares

ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

VOLUME III



Coletânea de Trabalhos Multidisciplinares dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da FAMPER

Organizadores

Keitilanger Grisa Hahn
Jose Ademir Gomes dos Santos

Ficha Catalográfica

F143c Faculdade de Ampère - FAMPER
Coletânea de trabalhos multidisciplinares dos cursos de administração e ciência contábeis da Famper. Vol.III, Prof. José Ademir Gomes dos Santos; Prof.^a Keitilanger Grisa Hahn (Organizadores). – Ampere: Famper, 2022.

ISBN:978-85-93781-04-9

I. Administração II. Ciência Contábeis
III. Coletâneas de Trabalhos

CDD: 658

Ficha catalográfica elaborada por Elisandra Artus Berté CRB- 9/1675

Apresentação

A revista ***Coletânea de Trabalhos Multidisciplinares*** acaba de concluir e publicar mais um volume que trata de Trabalhos de Conclusão de Curso – TCCs de alunos dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade de Ampére – FAMPER, formandos em 2021.

Os artigos aqui apresentados foram produzidos com a participação de alunos e professores.

O presente volume vem com discussões sobre a educação empreendedora, viabilidade financeira, formas de tributos, finanças, marketing e vendas, entre outros assuntos que desenvolvem o espírito da escrita acadêmica.

Diante deste cenário a FAMPER tem o propósito de promover a troca de ideias, fazer novos contatos, conhecer novos serviços, produtos e soluções para melhorar seus projetos, bem como oportunidade para testar os conhecimentos entre a comunidade envolvida em ações empreendedoras.

São os objetivos dessa coletânea incentivar o trabalho de pesquisa e a investigação científica na busca de incremento da ciência e tecnologia, colaborando assim com o desenvolvimento do ser humano e de suas comunidades locais e regionais, com vista ao bem-estar social, econômico, político e cultural.

O segredo da obra, não está apenas em relatar as habilidades práticas e tão pouco no compartilhamento dos conhecimentos teóricos, mas sim no bom senso em dosar o uso de cada competência, de forma conjunta, produzindo a diferença indispensável para a gestão de sua organização.

Convidamos todos a acessar os artigos e conferir!

Boa leitura.

Sumário

Capa

Folha de rosto

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: UM ESTUDO COMPARATIVO DO LUCRO PRESUMIDO X SIMPLES NACIONAL NA EMPRESA ALFA HORTIFRUTIGRANJEIROS NA CIDADE DE REALEZA –PR

UM ESTUDO DE CASO DA SATISFAÇÃO COM RELAÇÃO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA EMPRESA MÓVEIS CONFORTO

EFEITOS DA EXCLUSÃO DE ICMS DA BASE DE PIS E COFINS EM EMPRESA DO SETOR MOVELEIRO DE AMPERE-PR

IMPACTO DA PANDEMIA NO CUSTO DE PRODUÇÃO: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE EQUIPAMENTOS AGRÍCOLAS DA CIDADE DE PRANCHITA-PR.

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: INDICAÇÃO DA MELHOR MODALIDADE DO LUCRO REAL PARA EMPRESA DO RAMO CERÉALISTA DE SALTO DO LONTRA PR

CUSTOS E MÉTODOS PRODUTIVOS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA TÊXTIL NO SUDOESTE DO PARANÁ

ANÁLISE DE SATISFAÇÃO: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA RELOJOARIA E ÓTICA LAIZER

ANÁLISE FINANCEIRA: ESTUDO DE CASO DO RAMO METALÚRGICO EM TEMPOS DE PANDEMIA NA CIDADE DE CAPANEMA-PR

ESTUDO DE ALTERNATIVAS PARA MITIGAÇÃO DA INADIMPLÊNCIA DE EMPRESA DE MANUTENÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO MEIO AUTOMOTIVO DO SUDOESTE DO PARANÁ.

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: Um estudo comparativo do Lucro Presumido x Simples Nacional na empresa Alfa Hortifrutigranjeiros na cidade de Realeza - PR

Eduarda Ribeiro Warzocha ¹

Eduardo de Almeida Vieira Marcon ²

Ademir Krefta Bittencourt ³

RESUMO

A contabilidade é uma área que estuda o patrimônio das entidades, visando sua preservação, tanto no planejamento anterior ao início das atividades, como no decorrer das mesmas. Assim sendo, este artigo tem como finalidade demonstrar um comparativo sobre os regimes de tributação Lucro Presumido e Simples Nacional de acordo com a legislação vigente no ano de 2021. Busca analisar os dados apurados para a empresa Alfa Hortifrutigranjeiros Eireli, assim incentivando a usar o Planejamento Tributário para reduzir débitos fiscais. Para ser feito este estudo, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica, que tem por base livros, artigos e sites que descrevem pontos essenciais para o conhecimento teórico do assunto em questão, realizou-se uma pesquisa de campo, através da extração de dados econômicos da empresa analisada. Apresentou-se noções introdutórias sobre a contabilidade, a importância de um contador e também a contabilidade fiscal tributária em ênfase. Os resultados alcançados reforçam e respaldam que ao optar pela melhor forma de tributação, seja ela Simples Nacional ou Lucro Presumido, é possível reduzir custos e que o planejamento tributário é um instrumento de estratégia para a tomada de decisões, assim a empresa garante sua sobrevivência no mercado e se mantém firme perante seus concorrentes. Desse modo, é notória a importância do contador no resultado econômico das organizações.

Palavras-chave: Regimes de Tributação. Lucro Presumido. Simples Nacional. Planejamento Tributário. Contabilidade Fiscal.

1 INTRODUÇÃO

Pode-se dizer que a Contabilidade é uma das ferramentas mais indispensáveis na gestão de qualquer tipo de negócio. Ela é o setor mais capacitado para contribuir na sobrevivência e desenvolvimento empresarial, conforme observado por Fabretti (2007, p.15):

“A Contabilidade, aparece como ciência fundamental que auxiliará a encontrar e optar dentre as diversas práticas legais, a forma de diminuição do pagamento do montante dos impostos. Neste momento, ressalta-se o trabalho realizado pelo contador, que é a pessoa de conhecimento especializado que seguindo a legislação vigente, aplicável ao tributo em questão, optará pela forma adequada de tributação, visando a eficácia da economia fiscal .”

¹ Tecnóloga em Gestão de Recursos Humanos pelo Centro Universitário Cidade Verde - UNIFCV
07/2021. Bacharelada do Curso de Ciências Contábeis pela Faculdade de Ampère - FAMPER 2021.
eduardawarzocha46@gmail.com

² Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis pela Faculdade de Ampère - FAMPER 2021.
marcon.eduardo@hotmail.com

³ Bacharel do Curso de Ciências Contábeis pela Universidade de Ensino do Sudoeste do Paraná - UNISEP 2008.
ademirkrefta@hotmail.com

Que o Brasil é um país com uma das maiores cargas tributárias do mundo já não é novidade para nenhum empresário. A todo momento, são elaboradas novas leis e decretos que criam e alteram obrigações incidentes sobre a atividade empresarial, e que muitas vezes chegam a inviabilizar certos negócios.

É então que se faz presente o papel do contador. Ele é o profissional que irá analisar e juntamente com o empresário decidir o regime tributário mais adequado para seu negócio. Segundo Oliveira (2013, p.29), é necessário que o contador esteja sempre atento a essas mudanças, para que possa elaborar uma correta apuração das empresas já que cada uma possui suas particularidades, como ramo de atividade e nível de movimentações financeiras.

Tendo isso em vista, pode-se afirmar que o planejamento tributário é uma das partes mais cruciais para o desenvolvimento empresarial. Um planejamento mal elaborado, pode resultar em uma elevada e desnecessária carga de impostos, chegando até mesmo a sobrecarregar empresas com dívidas fiscais.

Nesse contexto, o presente estudo justifica-se tendo como base a necessidade de explanar as diferentes formas de tributação aplicadas no segmento comercial de hortifrutigranjeiros, de forma a esclarecer questionamentos dos empresários de como cada uma delas pode impactar no resultado operacional. A partir disso, objetiva conceituar e definir noções introdutórias sobre a importância da contabilidade e do planejamento tributário, assim como evidenciar e diferenciar os aspectos legais e gerais dos regimes de tributação Simples Nacional e Lucro Presumido em um comércio de hortifrutigranjeiros, permitindo assim verificar a partir dos resultados qual a forma de tributação mais benéfica à entidade.

O trabalho é composto por 04 (quatro) partes. A primeira delas, referindo-se de maneira breve ao conteúdo trabalhado no presente trabalho. A segunda busca explanar acerca do trabalho da contabilidade e a relevância do contador, assim como expor dados práticos e teóricos da aplicabilidade do planejamento tributário. A terceira descreve os métodos utilizados para a elaboração do presente estudo. Na quarta parte, estão a conclusão e as referências bibliográficas utilizadas no decorrer da pesquisa.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1 CONTABILIDADE

Segundo Lima (2001), a contabilidade surgiu juntamente com a necessidade de as pessoas terem um controle de seus bens; e registrar os acontecimentos que movimentavam o comércio, sempre buscando a proteção de seus bens materiais. Pois, o andamento do comércio refletia no aumento dos bens, fazendo com que a necessidade aumentasse, em saber o que realmente se possui, gastava ou devia.

Para Lima (2001, p.3):

“A contabilidade surgiu das necessidades que as pessoas tinham de controlar aquilo que possuíam, gastavam ou deviam. Visando sempre encontrar uma maneira simples de aumentar suas posses.”

Atualmente é crescente a competitividade entre as empresas. Por isso, há necessidade de que cada organização esteja atenta às demandas, sendo o conhecimento do próprio negócio o fator determinante para sua sobrevivência. De acordo com Marion (2009), o desenvolvimento tecnológico e das corporações, a complexidade do ambiente econômico e o nível de incerteza têm dificultado esse conhecimento e, conseqüentemente, a gestão dos negócios.

Conforme Marion, (2009, p.25):

“A contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e resumindo-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem sobremaneira para a tomada de decisões.”

Contabilidade é a ciência da informação que estuda e pratica as funções de orientação, controle e registro relativo aos atos e fatos da administração econômica, deve demonstrar de forma clara e objetiva os procedimentos preventivos e legais. Vincenzo 1923, que o objeto da Contabilidade era o patrimônio, declarando seu pensamento em um artigo, cujo título denominá “La Regioneria come Scienza Del Patrimonio" (A Contabilidade como ciência do patrimônio) que Sá (1998 p.19) transcreveu em parte:

“Se examinarmos os fenômenos fundamentais de Contabilidade, não podemos deixar de reconhecer que eles requerem indagações acuradas; não se pode negar que se torna necessário observá-los, expô-los e procurar explicá-los; depois, munidos dos ensinamentos oferecidos pelas pesquisas

feitas com o subsídio de métodos especiais de investigação, próprios das ciências experimentais, daí retirar normas de prática aplicação a casos concretos. Ora, os fenômenos dos custos, das receitas, do rédito, das entradas e saídas financeiras, para lembrar só alguns dos mais evidentes fenômenos contabilísticos já por nós referidos, são todos investigados nas suas fases de constituição e de evolução apresentando problemas que sempre se apresentaram e sempre se n problemas que sempre se apressam pre se apresentaram e apresentar ela epoca, sase na Lei 514 de 28 de outubro de 1848. “

Com a finalidade de assegurar seu controle e fornecer aos seus gestores as informações necessárias à ação administrativa, bem como aos proprietários do patrimônio e demais pessoas com ele relacionadas, as informações sobre o estado patrimonial e o resultado das atividades desenvolvidas pela organização para alcançar os seus fins, Marion (2009 p. 28) “acrescenta que todas as movimentações possíveis de mensuração monetária são 3 registradas pela contabilidade, que, em seguida, resume os dados registrados em forma de relatórios e os entrega aos interessados em conhecer a situação da empresa”.

Para Padoveze (2010, p.197):

“Análise de balanço constitui-se num processo de meditação sobre os demonstrativos contábeis objetivando uma avaliação da situação da empresa, em seus aspectos operacionais, econômicos, patrimoniais e financeiros. A avaliação sobre a empresa tem por finalidade detectar os pontos fortes e os pontos fracos do processo operacional e financeiro da companhia, objetivando propor alternativas de curso futuro a serem tomadas e seguidas pelos gestores da empresa”.

A área de atuação do profissional contábil nas organizações é bastante ampla, já que é através da informação contábil que a empresa poderá realizar um bom planejamento tributário. Para Marion (2009, p.29): “A Contabilidade é uma das áreas que mais proporcionam oportunidades para o profissional.” Assim, o contador pode optar por se especializar em vários ramos, como mostra a Resolução CFC n.º 560, de 28 de outubro de 1983:

“Art. 2º - O contabilista pode exercer as suas atividades na condição de profissional liberal ou autônomo, de empregado regido pela CLT, de servidor público, de militar, de sócio de qualquer tipo de sociedade, de diretor ou de Conselheiro de quaisquer entidades, ou, em qualquer outra situação jurídica definida pela legislação, exercendo qualquer tipo de função.”

Ainda segundo Marion, com as transformações no cenário mundial devido à globalização, as informações acerca das empresas são transmitidas rapidamente e a Contabilidade deve acompanhar estes avanços.

Para Barros (2005, p.7) o profissional da área contábil no século XXI deve ter um conhecimento vasto e qualificado. Diante das novas necessidades do mercado, que dispõe de muitas informações em reduzido espaço de tempo, e devido às inovações tecnológicas, é exigido do profissional ética, agilidade diante dos problemas, auxílio na tomada de decisões, além de manter-se atualizado continuamente. Para isso os Conselhos Regionais e o Conselho Federal de Contabilidade atuam realizando cursos, seminários e fóruns. Diante dos anseios da sociedade perante a profissão contábil.

Franco (1999, p.86), afirma:

“As expectativas da sociedade crescem continuamente, uma vez que ela vê a profissão contábil como capaz de enfrentar os desafios do futuro e de cumprir suas responsabilidades. A profissão tem, portanto, de avaliar e reconhecer até onde ela pode atender às expectativas da sociedade, sempre crescentes, adaptando-se às novas situações, seu crescimento será assegurado. Isso exigirá constante comparação entre as expectativas da sociedade e a capacitação dos membros da profissão para atender a essas expectativas. Ela terá, portanto, de atualizar constantemente seus conhecimentos para justificar sua afirmação de que pode atender às necessidades da sociedade”.

Para Marion (2003, p.33). Atualmente a profissão contábil tem o seu valor no Brasil, o profissional vem se aperfeiçoando de acordo com as exigências e necessidades do mercado. A contabilidade praticada nos últimos anos tem características das escolas Italiana, Norte-Americana e Neopatrimonialista; os estudos mostram que estas foram de extrema importância para o desenvolvimento da contabilidade aplicada ao longo do século.

2.1.2 A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE

De acordo com Porter (1992, p.2) as constantes mudanças no cenário econômico mundial, vem desafiando as organizações para adequar as práticas de gestão à nova realidade de mercado. As mudanças estão ocorrendo em todos os ramos de atuação como: tecnológico, político, social, ambiental, na economia, no financeiro e entre outros, assim se exige das empresas meios que se possa ter confiança para obter informações. Assim sendo confiáveis e em tempo real para ajudar os gerentes no processo de tomada de decisões.

Ainda segundo Porter, a Contabilidade apresenta-se como instrumento de gestão, fornecendo as informações necessárias e auxiliando nos processos de concorrência, necessidades de aperfeiçoamento das novas tecnologias, globalização dos mercados, tornando assim indispensável para o sucesso das empresas.

Conforme Ludícibus, Martins e Gelbcke (2006, p.48):

“A contabilidade é, objetivamente, um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização.”

Segundo Coelho (2010, p.132) a contabilidade é responsável por mostrar aos gestores todos os valores de seus custos, despesas, suas receitas, lucros, seus ativos e passivos. Por abranger tantas informações importantíssimas para o funcionamento da organização, o setor contábil é de extrema valia para auxiliar em decisões, no planejamento da empresa e nos investimentos como mão de obra e outras que irão contribuir para o crescimento da mesma.

Barros (2013, p.18):

“Contabilidade é a ciência social que visa ao registro e ao controle dos atos e fatos econômicos, financeiros e administrativos das entidades. Trata-se de um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização”.

Entende-se que a contabilidade, além de ciência social, é a técnica de registrar, interpretar, demonstrar e estudar todos os fatos que afetam o patrimônio das organizações, ou seja, seus bens, seus direitos e suas obrigações, fornecendo informações úteis para o processo decisório. Conforme Sant'Anna (2012, p.58): "A Contabilidade é a ciência que, através de seus princípios e conceitos, registra as transações financeiras de forma que permite o controle efetivo do patrimônio de uma entidade".

É o que corrobora Franco (1997, p.05):

“A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial”.

Nunes (2006) observa que a contabilidade tradicional vem evoluindo nos últimos anos em termos de teoria, técnica e legislação. O surgimento de novas tecnologias para o ambiente contábil tem contribuído de sobremaneira para a evolução dessa ciência, reduzindo o tempo de trabalho para a execução de atividades e padronizando relatórios que auxiliam o processo decisório, principalmente. Como ferramenta de gestão, a contabilidade avança em importância.

Segundo Marques (2004, p.32):

“Para os administradores, o interesse nos dados contábeis atinge um grau de profundidade e análise, bem como de frequência, muito maior do que para os demais usuários. De fato, são eles os agentes responsáveis pelas tomadas de decisões dentro de cada organização a que pertencem. Note-se que as informações fornecidas pela contabilidade não se limitam, como julgam muitos, ao Balanço Patrimonial e à Demonstração de Resultados. Além desses demonstrativos básicos e finais de um período contábil, a contabilidade fornece aos administradores um fluxo contínuo de informações sobre os mais variados aspectos da gestão financeira e econômica das empresas. O gestor que sabe usar a informação contábil, e que conhece suas limitações, dispõe de um poderoso instrumental de trabalho que lhe permite tomar decisões visando o futuro com maior segurança, bem como conhecendo a situação atual e o grau de acerto e impropriedade de suas decisões anteriores.”

Com entendimento sobre a importância da contabilidade, o próximo será sobre o profissional contábil para então, avançar sobre a contabilidade fiscal.

2.2 O PROFISSIONAL CONTÁBIL

Segundo Ludícibus (2015) o aparecimento da contabilidade no Brasil apresentou-se inicialmente influenciado pela Escola Italiana, passando posteriormente a seguir tendências da Escola Norte-Americana, fato que perdura até os dias atuais, todavia, percebe-se a existência de uma contabilidade dotada de traços autênticos advindos da cultura e escola nacionais.

Ainda Ludícibus a origem da profissão contábil apresenta-se intimamente ligada ao progresso da ciência contábil, observa-se que vem houve uma redefinição das funções do contador que não exerce mais atividades meramente escriturais e de cunho mecânico, como fazia o “guarda-livros”, mas passa a ser um importante aliado à administração devido ao seu nível de qualificação.

Para Niyama e Tibúrcio Silva (2013) atualmente o conhecimento do contador não se limita apenas a contabilidade, mas é estendido também às ciências

comportamentais, economia, administração, ao mercado financeiro, enfim, ao que se relaciona com aspectos da gestão empresarial em geral.

2.2.1 ORIGEM DO CONTADOR

Para Santos (2005) ao longo da história a contabilidade evoluiu e consigo também a profissão desempenhada pelo contador. Inicialmente o contador era designado como “guarda-livros”, por ser geralmente um homem de formação técnica que adquirira seu conhecimento principalmente através da prática.

Ainda Santos no tempo do guarda-livros predominava a prática, sendo função deste realizar a contabilidade da firma, sua escrituração, a correspondência, os contratos, preenchimento dos cheques, realização de pagamentos e recebimentos, enfim, o contador tinha como principal função realizar registros por “de trás de uma mesa”.

O autor ainda afirma que com o advento da informática há uma redefinição do quadro apresentado anteriormente uma vez que esta ciência tornou-se uma poderosa ferramenta para registro e manipulação de informações e dados que passam a ser mais eficazes do que os fornecidos 24 pelos antigos contadores. Sendo assim, ao invés de limitar-se a realizar tarefas de cunho mecânico, o contador de hoje deve deter conhecimentos econômicos e financeiros a fim de auxiliar no desenvolvimento das empresas.

2.2.2 O CONTADOR

O contador, segundo Mussolini (1994), bem como sua valorização profissional, fundamenta-se principalmente em dois aspectos: Capacidade Técnica e Comportamento Ético.

No entendimento do autor Mussolini, essa capacidade técnica é fruto do aprimoramento dos conhecimentos já adquiridos e de uma formação continuada que proporciona melhor desempenho e confiabilidade do profissional.

O princípio da ética é o guia de conduta no âmbito profissional que o contador deve utilizar, através dessa conduta ele oferece aos seus clientes um serviço de qualidade e sigilo sobre seus negócios dignificando e honrando sua profissão.

No entender de Nasi (1994, p.53) o contador tem papel bastante diversificado dentro da empresa, uma vez que este deve saber avaliar constantemente se as informações que transmite são úteis aos interesses de seus clientes.

Nasi ressalta ainda que o contador não pode se restringir apenas na produção de informações contábeis, ele deve se familiarizar com as outras áreas que compõem a empresa como: informática, marketing, vendas, estatística, planejamento, controle de produção, etc., portanto, o contador deve participar de eventos que objetivem enriquecer a sua formação cultural permeando assim uma crescente atualização profissional.

Em suma, analisando-se o que Nasi expõe como características do contador, percebe-se que a visão do contador “guarda-livros” já não condiz com a realidade profissional, pelo menos teoricamente.

2.2.3 CAMPOS DE ATUAÇÃO DO CONTADOR

Conforme Coelho (2010, p.32) uma grande quantidade de pessoas desconhece a importância de um contador, imagina somente que é uma simples profissão onde busca somente estar em dia com os impostos perante o governo e a empresa. E na verdade é muito mais que isso, através de seus demonstrativos é possível saber a real situação econômica de como se encontra a empresa, se ela está tendo lucro ou prejuízo, assim os diretores das empresas podem tomar decisões com firmeza, formulando convicções em relação a possíveis investimentos e entre outras decisões.

Ainda Coelho um dos meios pelos quais a contabilidade alcança seu efetivo reconhecimento e valorização do profissional contábil dentro das organizações e perante a sociedade são as informações geradas por esta ciência. Essa valorização da contabilidade se dá a partir do momento em que esta atinge sua finalidade eficientemente, evidenciando a sua utilidade a sociedade de uma forma geral.

A contabilidade, de acordo com Marion (1995, p.31), “é uma das áreas que mais proporcionam oportunidades para o profissional”. Quem optar por ser um contador poderá escolher dentre os diversos segmentos em que esta ciência atua.

Os principais segmentos são a Contabilidade Financeira, a Contabilidade de Custos e a Contabilidade Gerencial, expostas a seguir:

- Contabilidade Financeira: de acordo com os ensinamentos de Padoveze (1997, p.43) “compreende a escrituração tradicional, os aspectos societários atuais, registrados em moeda nacional”. É o ramo onde pode ser feito a mensuração dos valores patrimoniais da empresa, seria o controle das disponibilidades, contas a pagar, contas a receber, entre outros.

Marion (1995, p.31):

“É a contabilidade a valores históricos, a contabilidade geral, necessária a todas as empresas. A contabilidade financeira fornece informações básicas aos seus usuários e é obrigatória para fins fiscais”.

- Contabilidade de Custos Oliveira (2008) é possível dar o suporte necessário aos tomadores de decisão. Através das diversas ferramentas de análise do comportamento das operações das empresas é possível combinar informações de interesse das mesmas e que estejam alinhadas com sua metodologia de trabalho, com seu planejamento e posicionamento no mercado, sendo possível identificar distorções, processos falhos ou simplesmente àqueles que necessitam de melhorias e através da utilização dessas ferramentas é possível que as organizações atuem especificamente nesses pontos como forma de maximizar seus resultados.

Silva JR. (2000, p.44):

“Os seres humanos tomam decisões somente quando supridos de informações, nas empresas não ocorre de maneira diferente, as atividades em sua totalidade, sejam elas operacionais ou gerenciais, são apoiadas em informações que necessitam de preparação e formatação adequada para sua utilização”.

Ainda Oliveira Contabilidade de Custos deve ser vista como instrumento para fornecimento de informações para o processo de gestão empresarial, uma vez que a ela é atribuída a tarefa de reunir e organizar todas as informações pertinentes ao funcionamento da organização.

- Contabilidade Gerencial Crepaldi (2008) este ramo da contabilidade está relacionado com o fornecimento de informações para os administradores, isto é, aqueles que estão dentro das organizações e que são responsáveis pela direção e controle de suas operações.

Segundo Crepaldi atualmente, devido a competitividade no mercado e a excessiva busca de rapidez e precisão no fornecimento das informações, os empresários, administradores e acionistas tendem a atualizar-se acerca dos acontecimentos ocorridos em suas empresas através dos registros contábeis. Esses registros constituem as demonstrações contábeis e relatórios gerenciais que devem estar harmonizados às necessidades dos usuários.

De acordo com Ludícibus (1987, p.15):

“A contabilidade gerencial, num sentido mais profundo, está voltada única e exclusivamente para a administração da empresa, procurando suprir informações que se “encaixam” de maneira válida e efetiva no modelo decisório do administrador. (...) todo procedimento, técnica, informação ou relatório contábil, feitos sob medida para que a administração utilize na tomada de decisões, recai na Contabilidade Gerencial”.

Borinelli (2006) o contador gerencial, também chamado de Controller, precisa ter conhecimentos nas ciências comportamentais, psicologia e sociologia organizacionais, na área financeira de 27 custos, tendo em vista que a controladoria busca fornecer informações que induzam o tomador de decisão a utilizar os recursos no sentido de maximizar o resultado da empresa.

2.3 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

Contabilidade Fiscal é um ramo das Ciências Contábeis no qual os profissionais se dedicam aos cálculos de tributos de ordem municipal, estadual e federal lançados sobre pessoas jurídicas em decorrência de diferentes atividades de uma ou de diversas empresas. De acordo com Fabretti (2006 p.18), contabilidade tributária é a área de aplicação das ciências contábeis que tem como objetivo apurar com exatidão o resultado econômico do exercício social, para conciliar a geração de tributos de uma determinada entidade. Assim, para atingir esse objetivo, através da escrituração contábil, é preciso estudar, registrar e controlar os fatos administrativos que produzem mutações patrimoniais e obtendo resultado econômico positivo ou negativo (lucro ou prejuízo).

Segundo Fabretti (2005, p.29):

“ É ramo da contabilidade que tem por objetivo aplicar na prática conceitos, princípios e normas básicas da contabilidade e da legislação tributária, de forma simultânea e adequada”. Ainda assim, Fabretti complementa: Como ramo da contabilidade, deve demonstrar a situação do patrimônio e o

resultado do exercício, de forma clara e precisa, rigorosamente de acordo com conceitos, princípios e normas básicas de contabilidade. O resultado apurado deve ser economicamente certo. “

Dentro do segmento de contabilidade tributária, a definição de planejamento tributário, é Segundo Fabretti (2000, p.30) “estudo feito preventivamente, ou seja, antes da realização do fato administrativo, pesquisando-se seus efeitos jurídicos e econômicos e as alternativas legais menos onerosas”.

Oliveira (2005, p.167):

“Corresponde ao conjunto de atuações e procedimentos operacionais de uma empresa (especialmente os contábeis) que levaria a uma redução legaldo ônus tributário empresarial, recolhendo exatamente o montante devido que foi gerado em suas operações, fazendo com que venha a obter um patamar superior de rentabilidade e competitividade. “

A contabilidade tributária tem como objeto de estudo a legislação tributária, definida por Fabretti (2009) como o ramo da contabilidade que tem como objetivo aplicar de forma simultânea e adequada os conceitos, princípios e normas básicas da contabilidade e três legislações tributárias. Nessa perspectiva, Weber (2007) considera contabilidade tributária como a área responsável pela apuração dos tributos, de forma mensal ou trimestral, durante o ano-calendário. Machado e Balthazar (2017) expõem a tributação como um conflito entre Estado e sociedade, o que se almeja pela sociedade e a parcela da intervenção do Estado nas riquezas privadas. Por fim, Santiago e Silva (2005) consideram que os tributos refletem nas empresas como limitadoras do seu crescimento, além de absorver uma considerável parte do faturamento e lucro.

Assim, para Oliveira (2005), planejamento tributário apresenta-se como uma forma lícita de diminuir a carga fiscal e requer conhecimento técnico que estude antes da concretização dos fatos administrativos, os efeitos jurídicos, fiscais e econômicos frente a decisões gerenciais e que objetivem encontrar soluções legais menos onerosas ao contribuinte. Já Nazário; Mendes; Aquino (2008) entendem planejamento tributário como qualquer ato, independente da intenção ou fato gerador, que busca reduzir a carga tributária. Martinez (2017) observa que o planejamento tributário busca reduzir as obrigações fiscais utilizando-se de isenções previstas na lei tributária.

O planejamento tributário é necessário para que as empresas utilizem todas as possibilidades fiscais previstas em Lei, da melhor forma possível (DEFAVARI; MACHADO, 2015). No que concerne ao planejamento tributário, Weber (2007) entende que os estudos preventivos das diferentes formas de tributação existentes no Brasil têm como objetivo verificar qual apresenta maior economia no recolhimento dos impostos. O autor ainda lembra que planejamento tributário também é conhecido como elisão fiscal e que só é válido quando realizado conforme a legislação vigente.

Para Fabretti (2009) a elisão fiscal pode ser conceituada como sendo uma economia tributária a partir da adoção de uma opção legal menos onerosa. Diferindo-se da evasão fiscal, que é qualquer procedimento ilícito (OLIVEIRA et al, 2013). Em relação à evasão fiscal, Esteves (2013) esclarece que é uma economia ilícita ou dolosa de tributos, ou seja, o contribuinte não concretiza o pagamento do tributo mesmo tendo a obrigação.

3 METODOLOGIA

De acordo com Gil (1999), trata-se de uma pesquisa aplicada pois, “a pesquisa aplicada possui muitos pontos de contato com a realidade, depende de suas descobertas e se enriquece com o seu desenvolvimento”. Sendo de aplicação prática onde iremos resolver problemas, utilizando toda informação disponível para a criação de novas tecnologias e métodos, transformando o conhecimento teórico em prático.

Definindo o ponto de vista da forma de abordagem do problema de pesquisa e por se tratar de um tema complexo a pesquisa de campo apresenta características mistas, ou seja, qualitativa e quantitativa. Para Marconi e Lakatos (2004) “o caráter quantitativo da pesquisa está ligado ao fato de esta, voltar-se para o controle de informações”, tendo como objetivo fornecer dados sobre o profissional da contabilidade e sua atuação no mercado de trabalho por meio de pesquisas e gráficos elaborados pelo estagiário para a verificação de hipóteses, enquanto o caráter qualitativo está relacionado com o aprofundamento do estudo de atitude, opiniões, entre outros.

Abrangendo o ponto de vista de seus objetivos considera-se pesquisa exploratória. Gil (2008) esclarece que esta “tem por finalidade desenvolver, esclarecer e modificar ideias e conceitos”, dessa forma fornecendo informações por meio de questionários que ampliarão a familiaridade do profissional contábil com o assunto do projeto e darão suporte à construção dos conceitos e hipóteses iniciais.

Dessa maneira, traz-se a pesquisa explicativa buscando aprofundar o conhecimento sobre a realidade, assim é possível encontrar a razão para que certos problemas que tenham acontecido, bem como determinar suas prováveis consequências e como podemos resolvê-los visando amplitude e melhor qualidade nos serviços prestados, sempre em prol dos clientes e colaboradores.

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados para a elaboração da pesquisa é um estudo de caso onde foram reunidas informações detalhadas e sistemáticas sobre um fenômeno (PATTON, 2002).

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza, segundo Severino (2007), a partir do:

“Registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utilizam-se dados de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos”.

Também, se utilizou a pesquisa de campo para abordar dados, através de informações de faturamento, registro de apuração de ICMS e cálculo de tributos federais do Lucro Presumido e Simples Nacional. Os dados foram extraídos do Escritório Contábil Beta, na cidade de Realeza - Paraná, possibilitando um comparativo entre os dois regimes para auxiliar nos questionamentos dos empresários.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Todas as empresas, independente do ramo de atividade, estão sempre buscando maximizar os lucros e minimizar custos e despesas. Nesse sentido, surge a figura do planejamento tributário, que busca de maneira prévia, evitar gastos

considerados desnecessários. Latorraca (2000) define o planejamento tributário da seguinte forma:

“Costuma-se denominar de planejamento tributário a atividade empresarial que, desenvolvendo-se de forma estritamente preventiva, projeta os atos e fatos administrativos com o objetivo de informar quais os ônus tributários de cada uma das opções legais disponíveis”.

Quando se fala em planejamento tributário, é essencial que primeiramente se entenda a diferença entre as chamadas elisão e evasão fiscal. Pode-se definir como evasão a prática de reduzir de maneira ilícita as obrigações tributárias.

Leandro Paulsen (2005) destaca que a evasão é sempre ilegal. A fuga do imposto devido, manifestada sob a forma de fraude, simulação ou embuste de qualquer natureza, sofre condenação em todos os sistemas jurídicos nacionais.

Já a elisão fiscal pode ser entendida como a tentativa lícita de se ter o menor ônus tributário possível. Fabretti (2009, p.8) observa que:

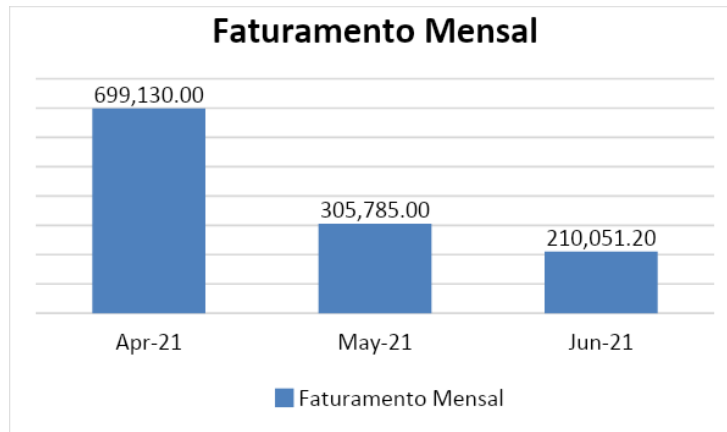
“O estudo foi feito previamente, ou seja, antes da realização do fato administrativo, pesquisando seus efeitos jurídicos e as alternativas legais onerosas denomina-se Planejamento Tributário. A maneira legal chama-se elisão fiscal e a forma ilegal denomina-se evasão ilícita ou sonegação fiscal”.

Levando isso em conta, pode-se analisar como funciona esse planejamento na prática, observando a tributação de cada regime para o comércio de hortifrutigranjeiros: feijão, alho e cebola especificamente.

4.1 Lucro Presumido aplicado ao comércio de hortifrutigranjeiros:

Tomando como base o período de apuração 06/2021, apresenta-se no gráfico abaixo o faturamento da empresa Alfa Hortifrutigranjeiros, tributada pelo lucro presumido, para cálculo dos impostos:

Gráfico 01: Faturamento



Fonte: Autores, 2021.

No presente gráfico, podemos observar o faturamento da empresa no segundo trimestre do ano de 2021. Pode-se perceber que o mesmo reduziu com o passar dos meses, em função da atividade da empresa estar ligada com a produção de hortifrutigranjeiros, que sempre estão em baixa nesta época do ano.

4.1.1 Cálculo Mensal do ICMS – PR (06/2021)

O cálculo do ICMS é realizado considerando-se as entradas com crédito e saídas com débito do imposto, observando-se as seguintes regras:

- A Cebola não pode ter crédito de ICMS na entrada, já que a mesma possui isenção de ICMS nas saídas, ou seja, não é tributada pelo ICMS (Art 2º, anexo II RICMS/PR)
- O Feijão não pode ter crédito nas entradas, em razão do crédito presumido que apresenta nas saídas: 3% nas operações sujeitas à alíquota de 4%; 6% nas operações sujeitas à alíquota de 7% e 11% nas operações sujeitas à alíquota de 12%. Além disso, o feijão possui diferimento nas saídas realizadas dentro do estado do Paraná (Inciso XIV, DECRETO 5501 - PR).
- O alho é tributado pelo ICMS e pode ser creditado integralmente nas entradas, assim como debitado nas saídas.

No registro abaixo, pode-se visualizar como funciona na prática essa apuração:

Quadro 01: Registro de Apuração do ICMS 06/2021.

REGISTRO DE APURAÇÃO DO ICMS - MODELO P9					
Folha: 000006		Junho/2021			
ENTRADAS					
Natureza da Operação	Valor Contábil	ICMS - VALORES FISCAIS			
		Operações com Crédito		Operações sem Crédito	
		Base de Cálculo	Imposto Creditado	Isentas ou não Tributadas	Outras
ENTRADAS DO ESTADO					
1.102 COMPRA PARA COMERCIALIZAÇÃO	331.556,78	245.716,67	0,00	85.840,09	0,00
1.202 DEVOLUÇÃO DE VENDA DE MERCADORIA ADQUIRIDA O BIDA DE TERCEIROS	187.260,00	187.260,00	13.108,20	0,00	0,00
ENTRADAS DE OUTROS ESTADOS					
2.102 COMPRA PARA COMERCIALIZAÇÃO	181.440,00	181.440,00	7.257,60	0,00	0,00
Sub-Total	700.256,78	614.416,67	20.365,80	85.840,09	0,00
Total das Entradas	700.256,78	614.416,67	20.365,80	85.840,09	0,00
SAÍDAS					
Natureza da Operação	Valor Contábil	ICMS - VALORES FISCAIS			
		Operações com Débito		Operações sem Débito	
		Base de Cálculo	Imposto Debitado	Isentas ou não Tributadas	Outras
SAÍDAS PARA O ESTADO					
5.102 VENDA MERCADORIA ADQUIRIDA/RECEBIDA DE TER	197.810,00	191.400,00	13.398,00	5.600,00	810,00
SAÍDAS PARA OUTROS ESTADOS					
6.102 VENDA MERCADORIA ADQUIRIDA/RECEBIDA DE TER	199.501,20	199.501,20	7.980,05	0,00	0,00
Sub-Total	397.311,20	390.901,20	21.378,05	5.600,00	810,00
Total das Saídas	397.311,20	390.901,20	21.378,05	5.600,00	810,00

TABELA DE DETALHAMENTO		
Código	Descrição	Valor
7	CREDITO PRESUMIDO FEIÇÃO CONSULTA 60/201	3.431,44

RESULTADO DA APURAÇÃO			
Débito do Imposto		Crédito do Imposto	
Por Saídas com Débito do Imposto	21.378,05	Saldo Credor Mês Anterior	0,00
Outros Débitos	0,00	Entradas com Crédito do Imposto	20.365,80
Estorno Créditos	0,00	Outros Créditos	3.431,44
TOTAL DO DÉBITO	21.378,05	Estorno Débitos	0,00
		TOTAL DO CRÉDITO	23.797,24

ICMS NO PERÍODO DE Junho/2021	
SALDO DEVEDOR	0,00
IMPOSTO A RECOLHER	0,00
SALDO CREDOR A TRANSPORTAR MÊS SEGUINTE	2.419,19

Fonte: Autores, 2021.

No presente quadro, podemos observar o cálculo mensal de ICMS, que leva em conta as regras de tributação acima expostas, com a finalidade de apurar o valor a ser recolhido pela empresa neste respectivo mês.

4.1.2 Cálculo dos tributos federais (06/2021)

Ainda considerando o faturamento acima apresentado, realiza-se o cálculo dos impostos federais incidentes: IRPJ e CSLL, de apuração trimestral. Nas operações com hortifrutigranjeiros, PIS e COFINS ficam reduzidos à alíquota zero, conforme a Lei nº 10.865, de 2004, art. 28.

Para encontrar a base de cálculo, aplicam-se as seguintes alíquotas: IRPJ 8% e CSLL 12%, sobre o total do faturamento, descontando-se as devoluções. Em

seguida, emprega-se os seguintes percentuais sobre a base de cálculo: IRPJ 15% e CSLL 9%. Além disso, destaca-se que o IRPJ possui um adicional de 10% sobre o valor da base de cálculo que ultrapassou 60.000 (sessenta mil) no trimestre. Isso tudo pode ser ilustrado na tabela abaixo:

Tabela 02: Demonstrativo Faturamento.

DEMONSTRATIVO FATURAMENTO	
Revenda de Mercadorias	R\$ 1.402.226,20
Devolução de Mercadorias	R\$ 187.260,00
Subtotal - Brasil	R\$ 1.214.966,20
Total do Faturamento	R\$ 1.214.966,20

Fonte: Autores, 2021.

Tabela 03: Apuração Impostos Federais.

APURAÇÃO IMPOSTOS FEDERAIS				
CÓDIGO	B. CÁLCULO	IMPOSTO	ADICIONAL	A RECOLHER
2089-IRPJ - 15%	R\$ 97.197,30	R\$ 14.579,59	R\$ 3.719,73	R\$ 18.299,32
2372-CSLL - 9%	R\$ 145.795,94	R\$ 13.121,63		R\$ 13.121,63
TOTAIS	R\$ 242.993,24	R\$ 27.701,23		R\$ 31.420,96

Fonte: Autores, 2021.

Nas tabelas acima expostas, pode-se verificar a apuração dos impostos tributados trimestralmente: o IRPJ e a CSLL, através da aplicação de suas respectivas alíquotas.

4.2 Simples Nacional aplicado ao comércio de hortifrutigranjeiros (06/2021)

O Simples Nacional é um regime de tributação simplificado que foi criado visando centralizar o recolhimento de impostos das microempresas e empresas de pequeno porte, conforme destacado pelo Portal Tributário (2021):

“A Lei Complementar 123/2006 institui tratamento tributário simplificado para micro e pequenas empresas, também conhecido como Simples Nacional ou "Super Simples". O Simples Nacional estabelece normas gerais relativas ao tratamento tributário diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito da União, dos

Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias”.

Neste regime, as empresas são tributadas através de anexos, que variam de acordo com o ramo de atividade e a faixa de faturamento. Para o comércio de hortifrutigranjeiros, utiliza-se o anexo I, abaixo apresentado:

Tabela 04: Anexo I do Simples Nacional

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	4%	0
De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00	7,3%	R\$ 5.940,00
De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	9,5%	R\$ 13.860,00
De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	10,7%	R\$ 22.500,00
De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	14,3%	R\$ 87.300,00
De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000,00	19%	R\$ 378.000,00

Fonte: Receita Federal do Brasil.

Este regime apresenta uma fórmula para cálculo do valor total a recolher:

$$[(RBT12 \times ALIQ) - PD] / RBT12$$

- RBT12: Receita Bruta dos últimos 12 meses.
- ALIQ: Alíquota Nominal
- PD: Percentual à deduzir

Aplicando essa fórmula à empresa supramencionada, pode-se chegar ao seguinte cálculo:

Tabela 05: Cálculo do Simples Nacional

01) ANEXO I - COMÉRCIO				FAT. 06/2021	R\$ 210.051,20
RTB12	ALÍQUOTA	A DEDUZIR		% A RECOLHER	R\$ A RECOLHER
R\$ 4.198.488,20	19,00%	R\$ 378.000,00	R\$ 419.712,76	9,996759262	R\$ 20.998,32

Fonte: Autores, 2021.

Dessa forma, entende-se que a empresa iria recolher um percentual de cerca 9,99% sobre seu faturamento no período de apuração 06/2021, caso fosse optante pelo Simples Nacional.

5 CONCLUSÃO

O sistema tributário brasileiro impõe uma alta carga tributária, cuja influência na situação financeira da empresa, pode pôr em risco sua permanência no mercado. Isso ocorre porque as despesas com os tributos serão alocadas aos preços dos produtos e serviços, gerando consequências como redução da margem de lucro e na capacidade competitiva. Nesse sentido, o presente estudo tem como questionamento principal esclarecer a visão do empresário perante o regime atual de tributação de sua empresa.

Este artigo teve como objetivo principal desenvolver o planejamento tributário da empresa Alfa Hortifrutigranjeiros, identificando qual dos regimes entre Lucro Presumido e Simples Nacional a empresa se enquadraria, já que o limite do Simples Nacional é de 4,8 milhões anual e a empresa ainda não atingiu esse faturamento anual.

Levando em conta os dados expostos, pode-se concluir que este trabalho apresentou um resultado positivo, reforçando a ideia de que a empresa estudada está optando pelo regime mais benéfico para suas atividades. Isso fica evidente ao considerar que o montante de impostos no lucro presumido totalizou R\$33.840,15, somando-se o IRPJ, a CSLL e o ICMS do período abordado, levando em conta a apuração de forma trimestral, enquanto no Simples Nacional resultaria num total de R\$ 20.998,32 apenas em um único mês.

Considerando estes fatores, pode-se apontar que o planejamento tributário é de ordem vital para toda e qualquer empresa. Observa-se o trabalho e capacitação do contador, no momento de abertura é essencial que o empresário realize este planejamento de forma racional e bem programada, para que uma eventual escolha precipitada não venha a onerar a empresa com gastos desnecessários.

Após apresentados todos estes dados, sugere-se que este tema seja abordado com intuito de maximizar o conhecimento, além de evidenciar uma

comparação de regimes possibilitando aos empresários uma análise para tomada de decisão no momento de alteração ou não de regime tributário.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **Apresentação de citações de documentos – NBR 10520**. Rio de Janeiro, 1990.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **Apresentação de trabalhos acadêmicos - NBR 14724**. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **Elaboração de referências– NBR 6023**. Rio de Janeiro, 2002.

BARROS, Vaine de Magalhães. **O novo velho enfoque da informação contábil**. Revista contabilidade & finanças. vol.16 nº. 38. São Paulo, 2005.

BARROS, Maurício. **Contabilidade Geral**. [Apostila digital]. Fundação Sérgio Contente. IDEPAC, 2013, p. 18.

BORINELLI, M. L. **Estrutura conceitual básica de controladoria: sistematização à luz da teoria e da práxis**. 2006.

CFC - CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução n.º 560, de 28 de outubro de 1983**. Dispõe sobre as Prerrogativas Profissionais. Regulamentação da Profissão de Contador.

COELHO, Cláudio Ulysses Ferreira; LINS, Luiz dos Santos. **Teoria da Contabilidade: abordagem contextual, histórica e gerencial**. São Paulo: Atlas, 2010.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: Teoria e Prática**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DEFAVARI, Carla; MACHADO, Maria José de Camargo. Produção científica brasileira sobre contabilidade tributária em periódicos e eventos no período de 2012-2013. **Revista de Finanças e Contabilidade da Unimep**, cidade, editora, v. 2,n 2, Jul/Dez, 2015, p. 33.

ESTEVES, Renata Elisa de Souza; MACHADO, Lúcio de Souza. **Pesquisas em contabilidade tributária e planejamento tributário: uma análise bibliométrica**. 2013. 62f. Monografia (Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013, p. 69.

EQUIPE, Portal Tributário. **Simples Nacional 2021**. Disponível em ><http://www.portaltributario.com.br/guia/simplesnacional.html><. Acesso em 01/10/2021.

FABRETTI, Lúcio Camargo. **Contabilidade tributária**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FABRETTI, Lúcio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2005, p. 29.

FABRETTI, L. C. **Contabilidade tributária**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 15.

FABRETTI, Lúcio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 08.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. São Paulo: Atlas, 1997, p. 05.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. São Paulo: Atlas, 1999, p. 86.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. 12ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2009, p. 38.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 1997, p. 15-16.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações: aplicável às demais sociedades**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2006, p. 48.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

LATORRACA, Nilton. **Direito tributário: impostos de renda das empresas**. 15ª Ed. São Paulo, Atlas, 2000, p. 58.

Lei nº 10.865, de 2004, art. 28: portaltributario.com.br/legislacao/lei10865.html

LIMA, Arievaldo Alves. **A Evolução Histórica da Contabilidade**. Grupo Administração. Universidade Virtual. 2001, p. 03.

MACHADO, Carlos Henrique; BALHAZAR, Ubaldo César. **A Reforma Tributária como instrumento de efetivação da justiça distributiva: uma abordagem histórica**. **Sequência**, n. 77, p. 221-252, nov. 2017, p. 65.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V.. **Metodologia científica**. São Paulo: EditoraAtlas, 2004, p. 35.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 5º edição. São Paulo: Atlas,1995, p.31.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. São Paulo 8ª edição, Atlas, 2003.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 10º edição. São Paulo: Atlas,2009, p. 25-28-29.

MARTINEZ, Antônio Lopo. Agressividade tributária: um survey da literatura. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**. Brasília, vol. 11, Edição Especial, art. 6, p. 106-124, 2017, p.70.

MARQUES, Wagner Luiz. **Contabilidade Gerencial à necessidade das Empresas**.2ª edição. Paraná: Cidade, 2004, p.32.

MUSSOLINI, Luiz Fernando. **A função social da contabilidade**. Revista Brasileira de Contabilidade. Nov/1994, p.24.

NASI, Antônio Carlos. **A contabilidade como instrumento de informação, decisão e controle da gestão**. Revista de Contabilidade do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: vol. 23, nº 77, abr./jun. 1994,p.53.

NAZÁRIO, Neander da Silva; MENDES, Paulo César de Melo; AQUINO, Ducineli Régis Botelho de. **Percepção dos discentes quanto à importância do conhecimento em contabilidade tributária em instituições de ensino superior do Distrito Federal: um estudo empírico**. Revista Universo Contábil, Blumenau, v. 4, nº 3, p. 64-81, jul/set. 2008, p. 45.

NIYAMA, Jorge Katsumi e TIBÚRCIO SILVA, César Augusto. **Teoria da contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

NUNES, Paulo. **Conceito de contabilidade**. Disponível em: . Acesso em: 25 Jul.2015.

OLIVEIRA, D. de P.R. **Sistemas de Informações Gerenciais: estratégicas, táticas e operacionais**. 10º ed. São Paulo: Atlas, 2005, p. 87-167.

OLIVEIRA, A. A., et al. **Contabilidade de Custos - Temas Atuais**. Curitiba: Juruá.2008.

OLIVEIRA, Gustavo P. de. **Contabilidade tributária**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 27.

PADOVEZE, Clóvis Luiz. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. São Paulo: Atlas, 2019, p. 197-198

PAULSEN, Leandro. **Direito Tributário: Constituição e Código Tributário à Luz da Doutrina e da Jurisprudência**. 2005.

PATTON, M. G. **Qualitative Research and Evaluation Methods**, 3 ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2002.

PAULSEN, Leandro. **Direito Tributário: Constituição e Código Tributário à Luz da Doutrina e da Jurisprudência**. 2005, p. 20.

PORTER, M.E. **Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1992

SÁ, Antônio Lopes de. **Teoria da Contabilidade**, 4ª edição, São Paulo, Atlas, 2006.

SANT'ANNA, Roberto de. **Contabilidade Gerencial**. [Apostila digital]. Disponível em: <<http://www.unisa.br/conteudos/6402/f1603556549/apostila/apostila.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2021.

SANTIAGO, Marlene Ferreira; SILVA, José Luiz Gomes da. **Evolução e composição da carga tributária brasileira**. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional. Universidade de Taubaté, São Paulo, v. 2, n. 1, 2005, p.61.

SANTOS, José Luiz dos, et al. **Fundamentos da teoria da contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007, p. 122.

SILVA JR, J. B. Custos - **Ferramenta de Gestão** - Coleção Seminários CRC - SP/Ibracon. São Paulo: Atlas S/A. 2000, p. 44.

WEBER, Ana Paula. **Planejamento tributário: uma escolha entre as modalidades de tributação – lucro presumido e simples**. 2007. 80 p. Monografia (Curso de Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007, p. 62-125.

UM ESTUDO DE CASO DA SATISFAÇÃO COM RELAÇÃO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA EMPRESA MÓVEIS CONFORTO

José Claudir Padilha Alérico¹

Janaine Aparecida Mignoni Bianchetto²

RESUMO: O relacionamento da empresa com os clientes tem sido cada vez mais frequente, dessa forma o planejamento estratégico da empresa deve estar cada vez mais preocupado em satisfazer os clientes, além de tudo isso deve atingir os objetivos propostos em sua missão, visão e valores. Esse artigo trás uma pesquisa juntando isso, tendo como tema importância e as vantagens do planejamento estratégico para a empresa Móveis Conforto, trazendo em seu objetivo geral realizar uma pesquisa com os clientes da empresa Móveis Conforto, com intuito de identificar se as ações estratégicas desenvolvidas pela empresa estão de fato atingindo os consumidores como o esperado, sendo utilizada uma metodologia qualitativa de análise de dados realizadas via questionário, onde foi possível analisar os dados de pesquisa de cada setor separadamente, fazendo com que o planejamento estratégico de cada setor seja ajustado de maneira assertiva e correta. O resultado desse artigo pode ser totalmente aplicado e utilizado pela empresa, pois é possível analisar todos os setores da mesma, e também é possível saber o que os clientes estão percebendo a cerca do planejamento estratégico da empresa, o que ajuda no processo de melhoria continua, já que a empresa busca ser um referencial regional.

Palavras chave: Cliente. Estratégia. Marketing. Planejamento estratégico. Relacionamento.

1. INTRODUÇÃO

A constante transformação que ocorre nos ramos empresariais e a rapidez com que o mundo e as pessoas se transformam, exige um maior controle de gestão para que as estratégias fiquem em evidência de foco, pois os objetivos podem ser diversos em uma organização, sendo assim, é necessário que os esforços sejam direcionados para atingir um objetivo cuja qual realmente seja importante para a empresa.

A velocidade das transformações do mundo empresarial, somadas a volatilidade do mercado cada vez mais competitivo, exigem profissionais de Administração um perfil empreendedor, capacitados a planejar e que estejam aptos a aplicar os seus conhecimentos na busca de soluções de problemas, a fim de obter um melhor resultado para a empresa, tendo em vista isso este artigo trás como tema importância e as vantagens do planejamento estratégico para a empresa Móveis Conforto que se localiza na cidade de Ampére, Paraná.

O que a empresa Móveis Conforto tem feito a cerca de seu planejamento estratégico a fim de atingir seus objetivos propostos em sua missão, visão e valores? A

¹ Acadêmico do 8º período do curso de administração da faculdade de Ampére – FAMPER; josealerico1@gmail.com.

² Professora; mestre em gestão de negócios; especialista em marketing; especialista em docência no ensino superior; jana.bianchetto@gmail.com.

empresa tem obtido resultados positivos com seus clientes a cerca do seu planejamento? O mais importante que desenvolver um planejamento é saber se o mesmo tem surgido efeitos com seus clientes, desta forma, a empresa busca ganhar mercado através dos seus diferenciais, prezando um atendimento diversificado, uma equipe especializada em montagem, vendas e também em questão a equipe administrativa sob tudo ao que se refere assistência técnica.

A empresa busca atendimento personalizado em suas mídias sociais, procurando não somente focar em questão de preço, todavia como a empresa não procura vender apenas preço é necessário saber se as estratégias diferenciais estão surgindo efeito aos seus clientes.

O planejamento estratégico é uma excepcionam-te ferramenta para a organização, sendo que sem a mesma não é possível ter um desenvolvimento futuro e atingir suas metas. O problema de pesquisa tem como objetivo auxiliar a empresa a desenvolver estratégias futuras para um maior ganho de mercado, permitindo que ela possa criar um diferencial competitivo através de um planejamento estratégico bem definido, buscando aproveitar as oportunidades do seu mercado e estabelecer metas de planejamento, além disso, identificar se a empresa está se comprometendo em atingir seus objetivos proposto em sua missão, em sua visão e valores, ou seja, analisar o que a empresa está fazendo em relação ao seu planejamento para que a mesma possa atingir seus objetivos de criação.

O trabalho de pesquisa desenvolvida proporcionará que a empresa aproveite de maneira estratégica os resultados colhidos com sua pesquisa, desta forma a abordagem do tema proposto tem por fim auxiliar a empresa em busca de melhores resultados, fazendo com que aumente sua vantagem competitiva e consiga traçar novas metas pensando no futuro de curto, médio e longo prazo.

Desta forma se faz necessário um bom desenvolvimento estratégico empresarial, pois é preciso acompanhar essas mudanças e ter um plano de ação antecipado para obter – se soluções a curto, médio e longo prazo, a empresa deve ter em mente o ambiente interno e externo a organização, onde deve trabalhar a cima disso para formular seus objetivos, portanto esse artigo tem como objetivo geral realizar uma pesquisa com os clientes da empresa Móveis Conforto, com intuito de identificar se as ações estratégicas desenvolvidas pela empresa estão de fato atingindo os consumidores como o esperado.

Este artigo, também apresenta os objetivos específicos, onde busca analisar o que a empresa está aplicando no departamento de planejamento estratégico a curto e em longo prazo a fim de atingir seus objetivos e sua missão, visão e valores de mercado, busca saber se a empresa está atingindo os clientes com seu

planejamento bem como um levantamento bibliográfico a cerca do assunto baseado nos conceitos basilares da administração, e de forma mais específica, recorta e aprofunda para uma área da administração.

Para finalizar a parte principal deste relatório, é apresentada uma descrição do planejamento estratégico, onde traz um diagnóstico sobre o setor, desta forma é apresentado o setor em cima de suas fraquezas e suas forças. Na sequência é apresentada a bibliografia a ser utilizada, com autores que sustentam os principais conceitos da administração e a metodologia, indicando a forma de abordagem e coleta de dados e informações na empresa.

Nas considerações finais está descrita uma avaliação quanto à experiência vivida na empresa. Por último, são apresentadas as referências das obras utilizadas e os anexos.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 CONCEITO DE PLANEJAMENTO

Maximiano (1995) afirma que o planejamento compreende os fatores tempo e incerteza, bem como o fator decisor. Assim sendo, seu conceito engloba o processo de definição dos objetivos organizacionais a serem alcançados e dos meios para atingi-los, através da interferência na realidade, com a intenção de passar de uma situação conhecida para uma situação desejada, dentro de um intervalo de tempo previamente definido, em que as decisões tomadas no momento atual, afetarão o futuro da organização.

Segundo o dicionário Aurélio planejamento é:

- Ação de preparar um trabalho, ou um objetivo, de forma sistemática; planificação.
- Ação ou efeito de planejar, de elaborar um plano.
- Determinação das etapas, procedimentos ou meios que devem ser usados no desenvolvimento de um trabalho, festa, evento.

Já segundo Chiavenato (2004), o planejamento se constitui na primeira função do processo administrativo, permitindo o estabelecimento dos objetivos organizacionais em função dos recursos necessários para atingi-los de maneira eficaz. Desta forma planejamento é esboçar atitudes, formalizar um plano de ação no presente a fim de atingir um objetivo futuro.

2.2 CONCEITOS DE ESTRATÉGIA

Porter (1986, p.16) definiu estratégia como "a combinação dos objetivos que uma empresa persegue e os meios para atingi-los". Pode-se dizer que a essência da estratégia está na maneira como a organização escolhe realizar suas atividades, sendo elas iguais ou não a concorrência.

Estratégia é uma palavra que vem do grego *estrategos* e significa "a arte do general" (EVERED, 1983 apud CARNEIRO,1997). Segundo o dicionário Aurélio, Estratégia é "a arte de aplicar os meios disponíveis ou explorar condições favoráveis com vista a objetivos específicos", já para Chiavenato e Sapiro (2010, p.4) "estratégia é basicamente um curso de ação escolhido pela organização a partir da premissa de que uma futura e diferente posição poderá oferecer ganhos e vantagens em relação à situação presente".

2.3 CONCEITO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Mas afinal o que é planejamento estratégico? Segundo os estudos de Certo; Peter (2005, p.3) "administração estratégica é definida como um processo contínuo e interativo que visa manter uma organização como um conjunto apropriadamente integrado a seu ambiente. "

Já segundo Chiavenato (2004) o planejamento estratégico tem por sua vez o objetivo de reduzir ao máximo risco e incertezas nas tomadas de decisões, por mais que não forneça resultados exatos, o mesmo por sua vez busca minimizar riscos em sua tomada de decisão.

"[...] a estratégia competitiva é a busca de uma posição competitiva favorável em uma indústria, à arena fundamental onde ocorre a concorrência. A estratégia competitiva visa estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a concorrência na indústria "(PORTER,1989, p1).

Segundo neste contexto Certo; Peter (2005, p.5) diz que "os ambientes organizacionais mudam constantemente, e as organizações devem se transformar de maneira adequada para assegurar que suas metas possam ser alcançadas".

Desta forma planejamento estratégico pode ser descrito como uma atitude gerencial que abre caminho para que o administrador direcione a organização para um futuro próspero, fazendo com que continue harmônica com seu ambiente. O planejamento estratégico possui cinco características que lhes são essenciais, segundo Chiavenato (2004, p. 203):

- Relaciona-se com a adaptação da organização a um ambiente mutável: refere-se às relações entre a organização e seu ambiente e às suas incertezas. As decisões são fundamentadas em suposições e não em fatos reais, como reações às pressões do seu ambiente externo;
- Dirige-se para o futuro: o delineamento é dirigido para o longo prazo, sendo que as estimativas aos problemas presentes servem para estipular quanto esses podem obstaculizar os resultados futuros;
- É compreensivo: esse abrange a organização de forma sistêmica, de modo a compreender todas as suas potencialidades e capacidades;
- Processo de construção de consenso: em função dos interesses e necessidades dos envolvidos, o planejamento estratégico considera a todos de modo consensual;
- Uma forma de aprendizagem organizacional: em função de dirigir a organização à adaptação ao ambiente, representa uma forma de aprendizagem constante ao moldar-se ao ambiente complexo, mutável e competitivo.

O planejamento estratégico busca por suas características sempre acompanhar as mudanças e planejar o futuro desta forma, Certo; Peter (2005, p.5) diz “[...] Os ambientes organizacionais mudam constantemente, e as organizações devem se transformar de maneira adequada para assegurar que suas metas possam ser alcançadas [...]”. Sendo assim as empresas precisam modificar – se e adaptar – se constantemente despertando uma inovação e uma aprendizagem continua.

2.4 MARKETING E ESTRATÉGIA

O marketing tem como objetivo principal satisfazer as necessidades e desejos dos clientes e levar a empresa a um melhor posicionamento (KOTLER; ARMSTRONG, 1998).

Segundo Certo; Peter (2005, p.163) “a função do marketing é facilitar as trocas entre organização e seus compradores industriais ou usuários finais. [...]”. Desta forma: A sobrevivência e o crescimento das organizações estão diretamente relacionados ao seu esforço para atingir e manter uma vantagem competitiva no ambiente em que atuam, ofertando ao mercado algo que supere os concorrentes. Para tanto a estratégia é primordial.

A elaboração e operacionalização de uma estratégia respondem à necessidade que a organização tem de gerenciar suas ações e buscar atingir seus objetivos em um contexto altamente competitivo. Visualizasse um fluxo de influências: o ambiente induz a estratégia, que conduz ao posicionamento de vantagem competitiva, influenciando o desempenho de mercado e a performance financeira (Dickson, Farris e Verbeke, 2001).

Para que as estratégias de marketing sejam realmente efetivas, trazendo um diferencial competitivo, devem ser realizadas de uma forma a qual adaptem – se as necessidades dos consumidores e façam frente às dos concorrentes (KOTLER, 1998).

Desta forma segundo Day (1992) a estratégia de marketing é desenvolver atividades e tomar decisões com intuito de construir e manter uma vantagem competitiva sustentável.

Sendo assim, segundo Shoham e Fiegenbaum (1999 apud TOALDO e LUCI, 2006, p.18) O processo da estratégia é fonte de vantagem competitiva duradoura, uma vez que é mais difícil de ser imitado do que o próprio conteúdo das estratégias do composto de marketing.

3. METODOLOGIA

A metodologia é a forma científica de como é pretendido encontrar o resultado da pesquisa, desta forma Salientam Lakatos e Marconi (1990, p. 17) descrevem:

[...] Toda pesquisa deve basear-se em uma teoria, que serve como ponto de partida para a investigação bem-sucedida de um problema. A teoria sendo instrumento da ciência é utilizada para conceituar os tipos de dados a serem analisados.

O questionário foi aplicado a clientes que compraram durante todo período de julho a novembro de 2021, sendo de caráter qualitativo. Segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa tem uma abordagem interpretativa do mundo, significando que seus pesquisadores estudam os objetos de pesquisa em seus cenários naturais, tentando compreender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem. Segundo Bogdan (1982 apud TRIVIÑOS, 1987, p. 128-130) existem cinco características dessa metodologia:

1º) A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento-chave; 2º) A pesquisa qualitativa é descritiva; 3º) Os pesquisadores qualitativos estão preocupados com o processo e não simplesmente com os resultados e o produto; 4º) Os pesquisadores qualitativos tendem a analisar seus dados indutivamente; 5º) O significado é a preocupação essencial na abordagem qualitativa [...].

O objeto de estudo foi verificar se o planejamento estratégico da empresa Móveis Conforto é percebida pelos seus clientes, a empresa localiza-se no município de Ampére estado do Paraná.

Os resultados foram obtidos por meio de questionário aplicado tendo suas respostas através da plataforma do Google formulários onde foi enviada via a rede social whatsapp, sendo 14 perguntas abertas e fechadas.

De acordo com Vergara (2000, p. 50):

[...] o questionário caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente, por escrito. Às vezes, é chamado de teste, como é comum em pesquisa psicológica; outro é designado por escala, quando quantifica respostas.

Desta forma a empresa tendo cerca 10.000 clientes ativos foram aplicados para cerca de 20% destes sendo que 14% responderam a pesquisa sendo colhidos os resultados apresentados.

4. ANÁLISES DOS RESULTADOS

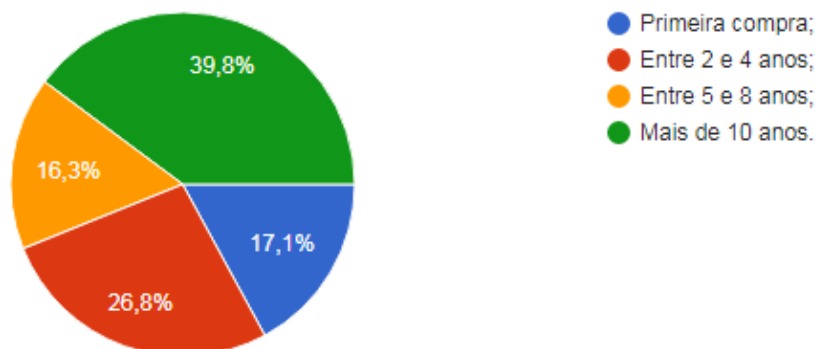
Este artigo como citado anteriormente sem alguns objetivos a serem atingidos, sendo que seu principal é saber se a empresa está no rumo certo com seu planejamento estratégico a cerca de atingir sua missão de mercado, dessa forma é necessário saber seus clientes percebem essas estratégias e também saber se o plano de ação a cerca desses objetivos estão funcionando, pois de nada vale desenvolver um planejamento estratégico e aplicar e não estar tirando bons resultados.

Por se tratar de uma empresa especialista em vender móveis e Eletrodomésticos é necessário saber se seus clientes percebem todo seu planejamento estratégico. A empresa citada para este estudo não busca atingir seus consumidores apenas pelo de seu preço, mas sim através de outras estratégias para ser uma loja referencial em e destacar-se no mercado regional procurando apresentar um atendimento personalizado, sendo presencialmente ou através de suas mídias sociais, capacitando todos seus colaboradores para desenvolver um ótimo atendimento. Além disso, é uma das únicas empresas que tem sua equipe própria de entregadores e montadores, outro ponto é que a mesma presta um serviço diferencial de suporte e assistência técnica, dando alto enfoque em ajudar o seu consumidor direto ou indireto;

Todavia, se esses pontos estratégicos que a empresa utiliza não estão sendo sentidos pelos seus clientes, ou observados, nada adianta a empresa aplica-los, desta maneira será aplicada uma pesquisa com sua gama de clientes para saber se suas estratégias estão no caminho certo.

O gráfico I apresenta há quantos anos os entrevistados são clientes da empresa.

Gráfico I – faixa de tempo dos clientes da empresa.



FONTE: Autor, 2021.

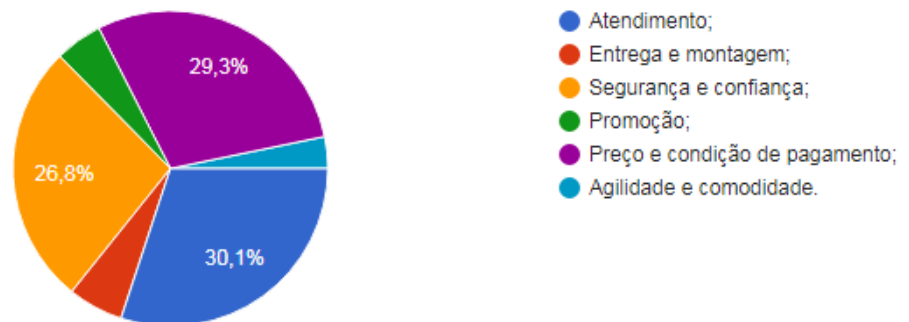
Segundo Kotler (2000), a principal estratégia para criar uma fidelização de alto nível, é transmitir um valor qualificado para o cliente. Através deste método, as

negociações tornam-se mais amplas, aumentando conseqüentemente a satisfação, tornando a empresa referência para o cliente.

Como apresentado no Gráfico I, é possível saber que em sua maioria os clientes já são fidelizados a loja algum tempo, pois 39,8% ultrapassam os 10 anos de compras na empresa, e outros 16,3% compram de 5 a 8 anos, além disso, 26,8% são clientes de 2 a 4 anos e outros 17,1% são clientes de primeira compra, através dessas estatísticas é possível saber que a empresa abre novos clientes e que fidelizam através das experiências oferecidas.

O gráfico II apresenta por quais motivos os consumidores compram na empresa.

Gráfico II – Motivos que os clientes compram na empresa.



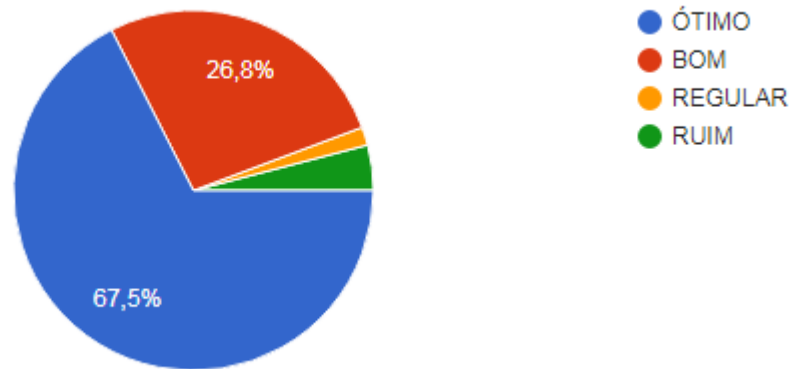
FONTE: Autor, 2021.

A cerca do gráfico II é possível saber que 30,1% se deve ao atendimento, outro fator com 29,3% vem o preço e condição de pagamento, logo após com 26,8% vem segurança e confiança, outros fatores que também acabam sendo importantes são a entrega e montagem com 5,7% as promoções com 4,9% e agilidade e comodidade com 3,3%, são fatores com menos destaque, porém que podem ainda ser trabalhados.

Francischelli (2009, p. 33) complementa que “o objeto para a tomada de decisão de compra é realizada, frequentemente, por meio da percepção de um ou mais atributos. Tais atributos são representados por “adjetivos”, isto é, aquilo que o produto é, suas características, seus componentes e suas funções”.

Já o gráfico III apresenta uma avaliação sobre a equipe de entrega e montagem.

Gráfico III – Nota atribuída a equipe de entrega e montagem.



FONTE: Autor, 2021.

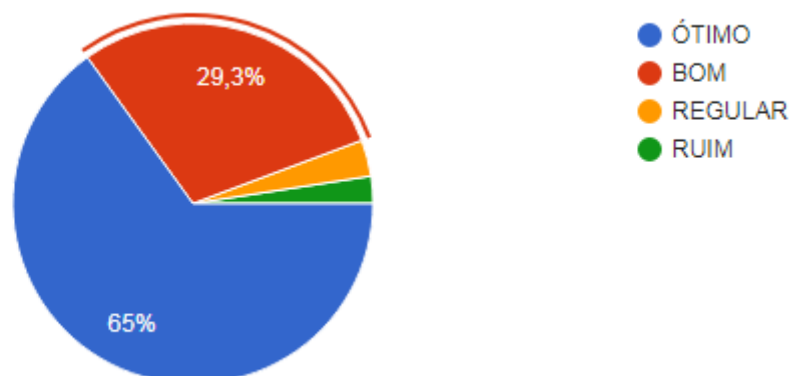
Como apresentado no gráfico III 67,5% dos clientes responderam que os atendimentos dos entregadores são ótimos e 26,8% como bom, porém 4,1% responderam como ruim e 1,6% regular.

Nesse sentido Tontini; Sant'Ana, (2008, p.113) afirmam:

A satisfação está relacionada com o atendimento de necessidades explícitas e implícitas do consumidor por meio do conjunto de características, ou atributos, do serviço. Então, torna-se importante descobrir como o desempenho dos diferentes atributos está relacionado com a satisfação dos clientes.

O Gráfico IV traz a nota atribuída para equipe administrativa da empresa.

Gráfico IV – Nota atribuída a equipe do administrativo.



FONTE: Autor, 2021.

Conforme gráfico IV, 65% das pessoas responderam como ótimo, 29,3% como bom e obteve-se 3,3% regular e 2,4% ruim.

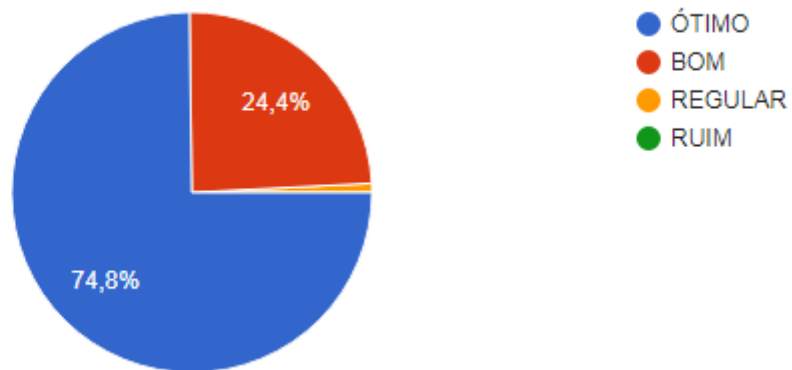
Segundo Kotler Philip e Kevin Lane Keller (2006 p. 138):

Empresas dominam bem o marketing invertem o organograma. No topo estão os clientes; em seguida, em grau de importância vem o pessoal da linha de frente, que tem contatos com clientes, atende-os e os satisfaz; abaixo deles estão os gerentes de nível médio, cuja tarefa é dar apoio ao pessoal da linha de frente para

que possam atender bem os clientes; na base está a alta administração, cuja tarefa é contratar e apoiar os gerentes de nível médio.

O gráfico V demonstra a nota atribuída à equipe de vendas da empresa.

Gráfico V – Nota atribuída à equipe de vendas.



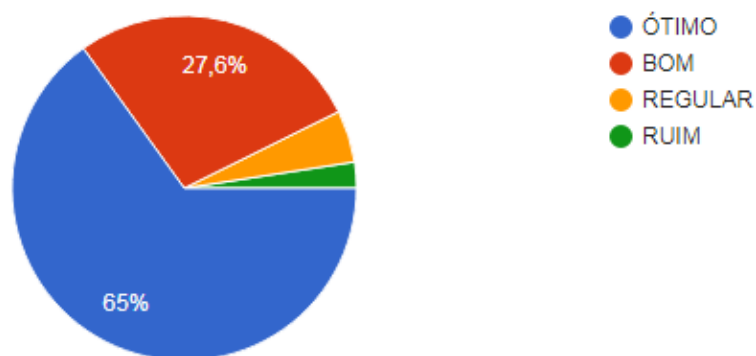
FONTE: Autor, 2021.

Conforme Kotler Philip, (2007, p. 15), “Uma boa gestão de relacionamento com o cliente cria encantamento do cliente. Por sua vez, clientes encantados permanecem fiéis e falam favoravelmente sobre a empresa e seus produtos [...]”.

Seguindo no gráfico V, 74,8% disseram que o atendimento da equipe de vendas é ótimo e 24,4% disseram ser bom e apenas 0,8% acharam como regular não tendo nenhum índice ruim.

O gráfico VI apresenta a nota atribuída ao atendimento no caixa da empresa.

Gráfico VI – Nota atribuída ao atendimento de caixa.



FONTE: Autor, 2021.

Conforme Kotler Philip, (2007, p. 15)

[...] Estudos mostram grandes diferenças entre fidelidade de clientes que estão menos satisfeitos, relativamente satisfeitos e completamente satisfeitos. Mesmo uma pequena queda da plena satisfação pode criar uma enorme queda de

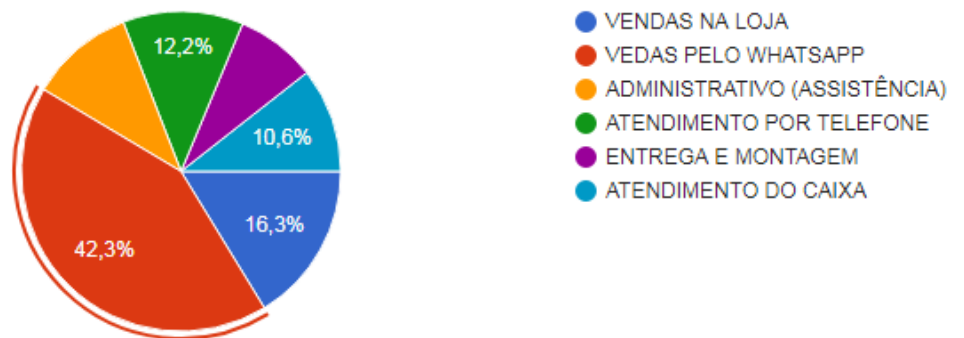
fidelidade. Assim, o objetivo da gestão de relacionamento com o cliente é criar não apenas satisfação do cliente, mas encantamento do cliente.

Através do gráfico VI é possível visualizar que 65% dos clientes consideram como ótimo, 27,6% consideram como bom, já 4,9% consideram como regular e 2,4% como ruim.

O gráfico VII é apresentado qual área os entrevistados disseram que poderia ser melhorado o atendimento.

Caffyn e Gallagher (2000), “a melhoria contínua pode ser definida como um processo de inovação incremental, focada e contínua, envolvendo toda a organização [...]”

Gráfico VII – Área que a empresa deve melhorar o atendimento.



FONTE: Autor, 2021.

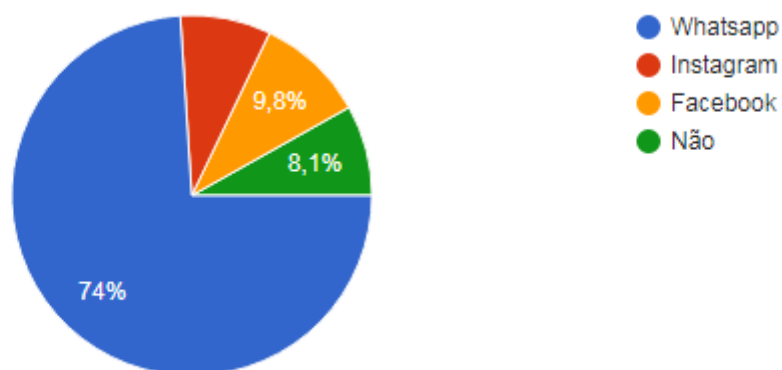
Observa – se através do gráfico VII que o setor que obteve maior número de votos com 42,3% foi o de vendas pelo whatsapp. Outro ponto a ser abordado com 16,3% dos votos foi o de vendas na loja, outro fato foi o atendimento por telefone onde 12,2%, além disso, tivemos 10,6% das pessoas que votaram na melhora do atendimento em caixa. Outros dois pontos que tiveram menos votos foram o de administrativo com 10,6% e entrega e montagem com 8,1%.

O gráfico VIII apresenta como os entrevistados estão conectados com a empresa nas redes sociais.

Limeira (2010, p. 10) define marketing digital ou e-marketing como sendo “o conjunto de ações de marketing intermediadas por canais eletrônicos, como a internet, em que o cliente controla a quantidade e o tipo de informação recebida”.

Cintra (2010) diz que, devido à agilidade e rapidez, muitas empresas recorrem ao Marketing Digital para se divulgarem, e também divulgarem aos seus produtos.

Gráfico VIII – Como os clientes estão conectados com a empresa Móveis Conforto nas redes sociais.

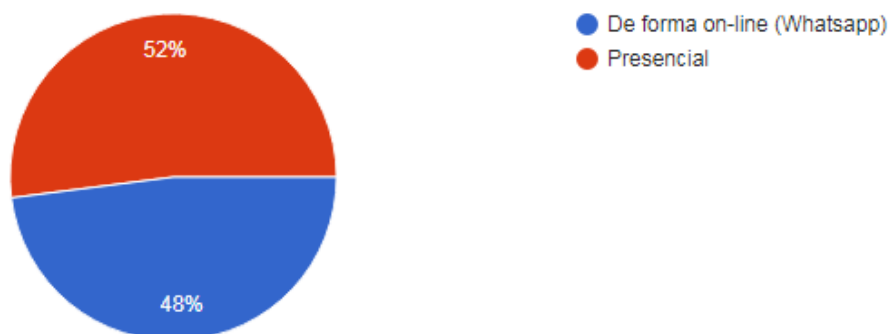


FONTE: Autor, 2021.

Como levantado no gráfico VIII é demonstrado por onde os clientes estão conectados, é possível observar que em sua grande maioria 74% dos clientes estão ligados principalmente no whatsapp, já 9,8% dos clientes conectados no facebook, 8,1% no instagram e também 8,1% das pessoas disseram não estar conectada nas redes sociais da loja.

O gráfico IX apresenta qual maneira os entrevistados preferem realizar suas compra.

Gráfico IX – Maneira os clientes preferem realizar compras.



FONTE: Autor, 2021.

Através do gráfico IX é possível visualizar que os clientes preferem realizar suas compras em sua maioria com 52% de forma presencial, todavia 48% optam ou preferem fazer de forma online.

O marketing de relacionamento se desenvolve por meio da informação coletada dos consumidores transformando em valor agregado (ZENONE, 2007).

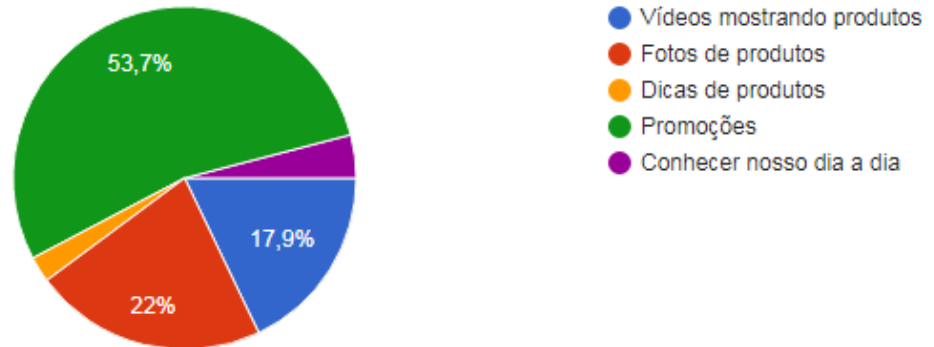
O gráfico X demonstra o que os entrevistados mais gostam de ver nas redes sociais da empresa.

Madrugada (2010) ressalta:

Marketing de relacionamento definitivamente é atrair, realçar e intensificar o relacionamento com clientes finais, clientes intermediários, fornecedores,

parceiros e entidades governamentais e não governamentais, através de uma visão de longo prazo na qual há benefícios mútuos.

Gráfico X – O que os clientes gostam de ver nas redes sociais.

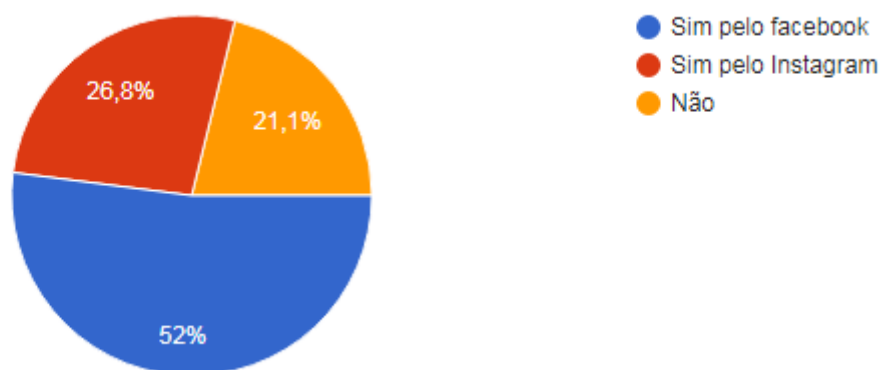


FONTE: Autor, 2021.

Pode-se visualizar que 53,7% preferem ver as promoções, já 22% das pessoas preferem ver as fotos dos produtos da loja, outras 17,9% preferem vídeos para mostrar os produtos, fora isso 4% preferem ver sobre o dia a dia da empresa e 2,4 preferem ver dicas sobre os produtos.

A seguir no gráfico XI é demonstrado se os consumidores gostariam de ver uma transmissão ao vivo realizada pela empresa.

Gráfico XI – Clientes que desejam ver uma live da Móveis Conforto.



FONTE: Autor, 2021.

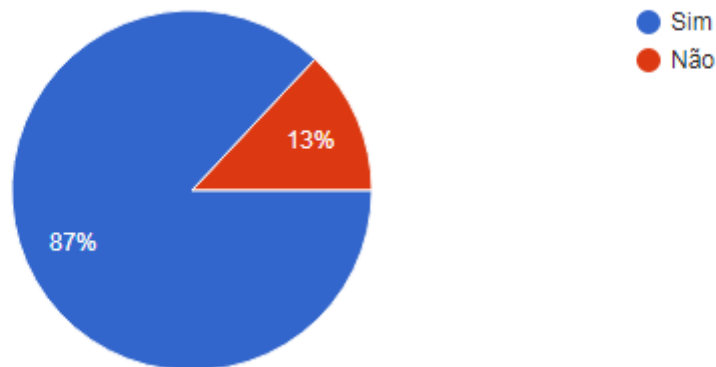
Como é possível visualizar 52% votam que gostariam de uma live porém se fosse realizada pelo facebook, ou seja a grade maioria, já 26,8% votaram que gostariam de assistir uma live porém pelo instagram e já 21,1% votaram que não gostariam de assistir um live da loja.

Mckeena (1993) descreve marketing de relacionamento como a integração dos clientes com as empresas desde o projeto e desenvolvimento de processos industriais e de vendas.

O gráfico XII a seguir demonstrar o interesse dos clientes em baixar um aplicativo de compras da empresa.

Para que as estratégias de marketing sejam realmente efetivas, trazendo um diferencial competitivo, devem ser realizadas de uma forma a qual adaptem – se as necessidades dos consumidores e façam frente às dos concorrentes (KOTLER, 1998).

Gráfico XII – Clientes que baixariam um aplicativo de compras da empresa.



FONTE: Autor, 2021.

Dessa forma 87% foram favoráveis e 13% disseram que não teriam interesse em utilizar esse aplicativo.

Além dessas perguntas objetivas foram aplicadas duas perguntas abertas com intuito de ouvir os clientes, e saber em que aspectos a empresa necessita melhorar e também para ouvir as sugestões dos clientes.

Dessa forma obteve-se uma relacionada com a pergunta “Qual área da nossa empresa você acha que devemos MELHORAR nosso ATENDIMENTO?” após foi solicitado o motivo da escolha do setor a cima, sendo assim, tiveram inúmeros *feedbacks*, pois além de saber qual setor deve – se melhorar também foi possível saber com mais exatidão quais os pontos devem ser melhorados ou reformulados, sendo o mais exato possível na resolução do problema a fim de organizar todo o planejamento que é desenvolvido para o setor, pois afeta diretamente na experiência do cliente com a empresa.

Outra pergunta aberta foi “ALGUMA CRÍTICA, SUGESTÃO PARA NOSSA EMPRESA”, através de pergunta abertas desse gênero é possível levantar problema que muitas vezes não é percebido, além disso, é possível saber onde a empresa deve criar soluções estratégicas para melhorar, através de ideias dos próprios clientes da empresa.

5. CONCLUSÃO

Mediante aos resultados colhidos, nota-se que seus clientes têm observado o potencial diferencial da empresa, principalmente no enfoque principal que é o atendimento ao cliente, exigindo cada vez mais da empresa, além da qualidade nos produtos e serviços um excelente atendimento o que aumenta a fidelização do cliente, todavia percebe-se que alguns setores ainda possuem dificuldades em atingir o objetivo proposto pela empresa no que refere – se a atendimento.

Os resultados apresentados e analisados separadamente possibilitam juntamente com as perguntas abertas obter uma melhoria continua para empresa, ajustando os pontos fracos alinhando seu planejamento estratégico.

Além disso, foi possível compreender de uma maneira melhor esse relacionamento da empresa com o cliente, tendo em vista que a mesma procura ser um referencial regional em seu setor, alinhando seu planejamento em acordo a sua missão, visão e valores.

Todavia, o trabalho desenvolvido é apenas um esboço daquilo que deve ser posto em prática, esse trabalho de pesquisa é apenas o inicio de um ciclo de melhorias e planejamento, é esperado que após o desenvolvimento dessa pesquisa seja inspirado novos trabalhos de cunho empresarial e acadêmico a fim de continuar a trazer bons frutos para organização.

6. REFERÊNCIAS

CAFFYN, S.; BESSANT, J. **A capability-based model for continuous improvement**. In INTERNATIONAL CONFERENCE OF THE EUROMA, 3. , 1996, London. Proceedings...London, 1996.

CARNEIRO, J. **Alterações nas estratégias competitivas decorrentes de desregulamentação e de privatizações na indústria do petróleo**: um estudo de caso. Dissertação de Mestrado, Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 1997.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. P. **Administração estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. 2 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.

Cintra, F. C. (2010). **Marketing Digital**: A era da tecnologia online. *Investigação*, 10(1), 6-12. doi:10.26843/investigacao.v10i1.147.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**; e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro:2.ed. Campus, 2004 4ª Reimpressão

CHIAVENATO E SAPIRO, Alberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico**. São Paulo: Campus, 2009.

DAY, G. S. **Marketing's contribution to the strategy dialogue**. *Journal of the Academy Marketing Science*, v. 20, n. 4, p. 323-329, 1992.

DENZIN, N. K; LINCOLN, I.O **planejamento da pesquisa qualitativa**: teorias e abordagens. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DICKSON, P.; FARRIS, P. W.; VERBEKE, W. J. M. I. **Dynamic strategic thinking**. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 29, n. 3, p. 216- 237, 2001.

FRANCISCHELLI, P. **A importância da marca no processo de decisão de compra de calçados esportivos para a população de baixa renda**. 2009. 120 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Mestrado Executivo em Gestão Empresarial da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2009.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1999.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 3. ed. São Paulo: Atlas. 1990.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **E-marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

MADRUGA, R. **Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. **Introdução à administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

McKENNA, Regis. **Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

PORTER, M. **Estratégia competitiva: técnicas para a análise da indústria e da concorrência**. 7 ed. Rio de Janeiro: Campus. 1986. 362 p.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SHOHAM, A.; FIEGENBAUM, A. **Extending the competitive marketing strategy paradigm: the role of strategic reference points theory**. Journal of the Academy of Marketing Science, v. 27, n. 4, p. 442-453, 1999.

TRIVIÑOS, **Augusto Nivaldo Silva**. **Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo**. In: _____. Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987. p. 31-79.

TONTINI, G.; SANT'ANA, A. J. **Identificação de atributos críticos de satisfação em um serviço através da análise competitiva do gap de melhoria**. Gestão e Produção, São Carlos, v. 14, n. 1, p. 43-54, jan.- abr. 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

ZENONE, Luiz Cláudio. **CRM: customer relationship management - gestão do relacionamento com o cliente e a competitividade empresarial**. São Paulo: Novatec, 2007.

EFEITOS DA EXCLUSÃO DE ICMS DA BASE DE PIS E COFINS EM EMPRESA DO SETOR MOVELEIRO DE AMPERE-PR

Ademir de Carvalho Volma da Silva¹

Edson Carlos Vargas²

Marcos Rodrigues de Lima³

RESUMO O Recurso Extraordinário n. 574.706/PR, julgado pelo Supremo Tribunal Federal decidiu que o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) não compõe a base de cálculo das Contribuições aos Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP) e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS). Este estudo tem como objeto a análise da oportunidade de recuperação de crédito ao aplicar a exclusão do tributo ICMS da base de cálculo de PIS/COFINS e o impacto causado em uma empresa do setor moveleiro, através da aplicação da metodologia de estudo de caso, juntamente com a pesquisa bibliográfica acerca do estudo, constatando que esta recuperação será extremamente benéfica para empresa, no entanto ao considerar o montante de empresas no âmbito nacional que utilizaram este crédito e reduzirão o recolhimento futuro, o desembolso ou diminuição dos cofres públicos será vultuoso.

Palavras chave: Recurso Extraordinário 574706/PR. Planejamento Tributário. Tributo Federal. Contribuições Sociais.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as funções do contabilista não se restringem ao âmbito meramente fiscal, tornando-se, num mercado de economia complexa, vital para empresas informações mais precisas possíveis para tomada de decisões e para atrair investidores. O profissional vem ganhando destaque no mercado em Auditoria, Controladoria e Atuarial. (SANTOS, 2011). Conforme informações publicadas pelo Jornal Contábil, para as áreas de análise contábil e operacional da empresa, há especialização em estimativas e análises, bem como para os atuários, o mercado para este cresce em virtude de planos de previdência privada.

¹ Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2020, ademirvolma01@gmail.com

² Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2020, e.c.vargaspres@gmail.com

³ Professor, Graduado em Contabilidade e MBA em Finanças e Controladoria, Orientador do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére- Famper,2020, rodriguesdelimamarcos@gmail.com

A contabilidade segundo Franco (1980), é todo patrimônio de uma entidade sendo econômica e administrativa, as ramificações são consideradas um seguimento de contabilidade geral. Assim sendo, a contabilidade pode exercer seu papel em diversos ramos, como por exemplo, na contabilidade agrícola, empresarial, contabilidade de custos, contabilidade gerencial, planejamento tributário, entre outras áreas de atuação.

O planejamento tributário, neste cenário econômico que vivemos, tem uma importância vital para as empresas, pois uma análise detalhada da forma de recolhimento dos tributos pode proporcionar uma economia fundamental para a saúde financeira da empresa.

Este estudo tem por objetivo geral analisar a evolução tributária no Brasil e estudar a decisão do STF (Supremo Tribunal Federal) acerca do Recurso Extraordinário (RE) n. 574.706/PR.

Na visão de Rosa (2019) advogada tributária, este assunto que vem sendo discutido desde 2007 e com recursos interpostos no judiciário brasileiro ainda anteriores a esta data, a decisão da Corte Constitucional a respeito da matéria deve alterar totalmente o quadro, que é especialmente complexo por se tratar de uma matéria tributária que afeta diretamente inúmeros contribuintes em todo o território brasileiro. Para Menezes (2020) em relação ao impacto financeiro, analisou-se dados fornecidos pelo Poder Público, referentes aos anos de 2003 a 2020, sendo possível chegar ao montante que ultrapassa R\$500 (quinhentos) bilhões de reais de rombo aos cofres federais. Além disso, as cifras podem ser ainda maiores caso seja analisado os reflexos indiretos do precedente em outras teses.

O problema de pesquisa consiste em identificar a relevância da economia de tributos que a empresa terá após a nova forma de cálculo das contribuições sociais, bem como, a viabilidade de utilizar o crédito retroativo. Qual o impacto e a redução da carga tributária de PIS e COFINS a empresa estudada obterá após a aplicação do Recurso Extraordinário n. 574.706?

Ressalta-se que o objeto deste estudo, é entender a evolução tributária no Brasil, bem como, estudar o Recurso Extraordinário n. 574.706/PR, entendendo como as empresas devem efetuar aplicação e aproveitamento dos créditos por direito recebidos. Em relação aos objetivos específicos, apresentar uma análise de um estudo de caso, de uma empresa do ramo industrial, do setor moveleiro da região Sudoeste do Paraná, acerca do assunto em questão.

O estudo justifica-se pela necessidade de compreensão da matéria e a grande quantidade de empresas no âmbito nacional, aplicando esta nova legislação, bem como, os inerentes riscos, justo a fiscalização da Receita Federal Brasileira – órgão responsável pela arrecadação tributária ao governo, pela aplicação inadequada.

O trabalho está dividido em quatro etapas, após breve introdução, a primeira estrutura mostra a evolução e caracterização do sistema tributário brasileira, na sequência o estudo sobre o Recurso Extraordinário, juntamente com um estudo de caso acerca do assunto e por fim os resultados obtidos.

2 ANÁLISE DOS IMPACTOS DA EXCLUSÃO DO ICMS DA BASE DE CÁLCULO DE PIS E COFINS NO SETOR MOVELEIRO

2.1 A EVOLUÇÃO DO SISTEMA TRIBUTÁRIO BRASILEIRO

De acordo com Kinchescki (2012), o tributo faz parte do cotidiano da humanidade desde os primórdios da civilização. Enquanto na Antiguidade o tributo era tido como uma imposição decorrente das guerras, dos vencedores sobre os vencidos, e, na Idade Média, como contribuição exigida pelo senhor feudal, por conta das relações de servidão e vassalagem, é com o surgimento da concepção de Estado que se começa a ter uma noção de tributo parecida com a atual, porém insuficiente para que se pudesse cogitar sobre a existência de um direito tributário. Na realidade, ainda que se pudesse falar na existência de tributos desde a Antiguidade, um direito tributário só pode ser concebido a partir do momento em que é celebrado o pacto tributário, ocasião em que o direito de propriedade passa a ser assegurado, ao povo, pelo Estado.

O autor acima citado ressalta ainda que apesar da existência de normas de natureza tributária, não havia um sistema tributário no Brasil, entendido como um conjunto harmônico de princípios, regras, institutos, disciplinadores da atividade tributária do Estado. O verdadeiro sistema tributário brasileiro só foi criado em 1965, com a reforma tributária promovida pela EC 18.50. Após a Independência do Brasil, com a outorga da Constituição de 25.03.1824, o poder tributário ficou centralizado na pessoa do Imperador, havendo poucas normas constitucionais sobre tributação e mesmo com a separação entre Brasil e Portugal, formalizada com a Proclamação da Independência em 1822, o país manteve a mesma estrutura jurídica existente até então.

De acordo com Kincheski (2012), as três épocas de desenvolvimento da tributação foram representadas pelo absolutismo do Estado, na sequência pela cisão entre Estado e propriedade, cujo ícone é o pacto tributário; e a terceira época, em que o tributo passa a ser concebido como instrumento de distribuição de riqueza e de realização das necessidades públicas.

“O sistema tributário estava fundamentado nas três premissas seguintes: coexistência de três sistemas tributários autônomos, um para cada unidade política da Federação (União, Estados-membros e municípios), originando três campos supostamente estanques, separados, sem o necessário e indispensável entrosamento; adoção de uma classificação jurídica dos impostos, citados apenas pelo seu nome jurídico; autonomia financeira das três entidades políticas da Federação, outorgada através dos impostos privativos, embora houvesse participações financeiras no produto da arrecadação de impostos de outro poder tributante” (KINCHESKI, 2012 p 8).

Em cada uma dessas épocas também se pode observar a modificação da matriz tributária, que varia de acordo com os objetivos do Estado no decorrer do tempo. Na visão de Kincheski (2012) o sistema tributário brasileiro, em vigor a partir da Constituição de 1988, é injusto, em razão de ser regressivo, com retorno social baixo em relação à carga tributária, bem como, a estrutura tributária desestimula a produção de bens e serviços, interferindo na geração de emprego e renda, além das competências tributárias mal distribuídas entre os membros da Federação e a inexistência de cidadania tributária.

O autor expressa que a matriz tributária brasileira, base do sistema tributário que se deve edificar segundo a Constituição, não pode desconsiderar os objetivos fundamentais do Estado, consagrados no art. 3.º da Carta Magna (LGL 1988\3) de 1988. O sistema tributário brasileiro deve evoluir de forma a possibilitar a construção de uma sociedade livre, justa e solidária. O sistema tributário brasileiro deve, por sua vez, garantir o desenvolvimento nacional e estabelecer mecanismos que visem a erradicar a pobreza, a marginalização e que possibilitem a redução das desigualdades sociais e regionais. Em suma, a matriz tributária brasileira exige a elaboração de um sistema tributário, sobretudo, progressivo.

“(…)a Constituição de 1988 ampliou e consolidou a desconcentração de receita tributária que vinha ocorrendo em favor dos estados e municípios, o objetivo de alterar a distribuição dos recursos disponíveis entre as três esferas de governo não terá, no curto prazo, a dominância que teve à época da Assembleia Nacional Constituinte. Embora a matéria sempre reapareça na agenda da discussão política de uma reforma tributária, parece óbvio que não há condições favoráveis no futuro próximo nem para reduzir ainda mais os recursos disponíveis para a União nem para promover uma reconcentração das rendas públicas, não se descartando, porém, mudanças nas distribuições de recursos entre estados e entre municípios e nas participações de recursos próprios e de transferências na

composição de suas receitas. Por outro lado, na medida em que se consiga colocar em curso um processo ordenado de descentralização de encargos, a participação dos três níveis de governo nos recursos públicos, particularmente na receita de contribuições sociais, terá que ser rediscutida”. (VARSANO, 1996 p.28)

Para Lima et al (2006), O Brasil possui atualmente uma das maiores cargas tributárias do mundo, atingindo quase 40% do Produto Interno Bruto (PIB) e elevando, dessa forma, o custo dos produtos e serviços nele produzidos. Na recente história do Brasil, os governos, de uma maneira geral, têm adotado medidas que elevaram a carga tributária. Os impostos transformados em receitas são os recursos necessários aos governos, que necessitam para o alcance dos objetivos públicos. No entanto, a legislação tributária desempenha forte influência sobre a contabilidade, gerando conflitos com a legislação societária e estabelece, muitas vezes, normas para determinados registros contábeis. Sendo assim, a contabilidade constitui fonte importante e necessária de informações sobre os tributos, tanto para os governos como para os gestores.

Para Varsano (1996), o sistema tributário criado pela Constituição de 1988, ao contrário do originado pela reforma da década de 60, elaborado por uma equipe técnica em gabinetes, foi fruto de um processo participativo em que os principais atores eram políticos. Porém os políticos que conduziram o processo de criação tinham formação técnica e haviam exercido recentemente funções executivas no governo e que um grupo de técnicos os assessorava. Contudo, as decisões, embora tecnicamente informadas, tinham caráter eminentemente político, explicando assim, questionamentos e ações futuras quanto a forma de aplicação da cobrança dos tributos.

Na visão de Lima et al (2006 p. 15), “A carga tributária contribui de forma significativa para a elevação dos custos dos serviços e produtos, sendo necessário que as entidades realizem uma competente gestão tributária para melhorar sua competitividade no mercado”. Salientou ainda que o tributo COFINS apresentou o maior valor ajustado, sendo, portanto, o que mais explica a elevação da carga tributária brasileira.

Estudos defendem que pelo menos no curto e médio prazo, faz-se necessário manter a carga tributária para assegurar a quitação das dívidas e gastos públicos:

“A enorme dívida social a ser saldada e os investimentos em infraestrutura necessários tanto para repor seu desgaste - consequência dos muitos anos em que a crise fiscal impediu sua conservação -- como para evitar gargalos -- que, tão logo o Brasil retorne à trilha de crescimento, aparecerão e tenderão a impedir que ela seja seguida -- exigem despesas vultosas. Ademais, as despesas mínimas para sustentar a estrutura administrativa do setor público mostram-se rígidas e dificilmente poderão sofrer redução substancial no curto prazo, mesmo que se aprove e ponha em prática uma reforma administrativa. São os ganhos a serem paulatinamente obtidos por esta reforma, tanto na forma de redução de

despesas como de aumento da eficiência da ação governamental, que poderão vir a saldar os déficits de políticas sociais e investimento acumulados pelo Estado. Por isso, ainda por um longo período, eles não podem ser compensados por reduções da carga tributária". (VARSANO, 1996 p.28)

Para Varsano (1996), um sistema tributário bem concebido, constituído por impostos de base ampla, pode ser calibrado para que se aumente ou diminua a carga tributária, de forma a fornecer financiamento adequado para as atividades do Estado em cada etapa, sem que sejam necessárias reformas de grande porte que perturbam o funcionamento do setor produtivo. Dificilmente isto será possível se os componentes do sistema tributário tiverem bases mais estreitas, que exigem tributação excessivamente pesada de uns poucos segmentos da atividade econômica. A ampliação das bases e a racionalização da tributação de modo a interferir cada vez menos com o funcionamento do sistema econômico são, claramente, tendências mostradas pela evolução do sistema tributário brasileiro, a despeito de retrocessos pontuais que possam ser observados.

Varsano (1996) expõe que o sistema tributário brasileiro precisa harmonizar a necessidade de arrecadar com a de melhorar as condições de competitividade do setor produtivo, aprimorando o sistema tributário quanto aos seus efeitos sobre a alocação de recursos, juntamente com a simplificação do sistema tributário, melhorando a qualidade do sistema tributário, aprimorando o sistema quanto a seus efeitos à locativos provocam alterações de monta na distribuição dos recursos, mesmo sabendo que as expectativas de perdas por parte de algumas unidades ou mesmo a mera incerteza quanto às variações de receita resultantes das alterações propostas gerarão resistências às mudanças.

De acordo com Buffon (2017), a tributação é instrumento de realização dos direitos fundamentais e concretizando suas diretrizes, o estado a utiliza como instrumento de intervenção na sociedade. A extra fiscalidade, através de programas e políticas direcionadas a obtenção de bens comuns, tais como incentivos fiscais, isenções ou liberação de fundos para o desenvolvimento da indústria e tecnologia, assume papel primordial, pois ao invés de apenas arrecadar tributos e aplicar os respectivos recursos, o estado estimula ou desestimula comportamentos.

No sistema tributário brasileiro coexistem três sistemas tributários autônomos, sendo um para a União, outro para os estados e outro para os municípios, denominando-se tributos Federais, estaduais e municipais. No caso do ICMS (Imposto sobre circulação de mercadorias) o mesmo pertence a esfera estadual, enquanto o PIS (Programa de Integração Social) e a COFINS (Contribuição para o financiamento da Seguridade Social), tributos federais, os quais são objetos da discussão atual do País, aceitando a existência da bitributação e após longa discussão jurídica a carta branca para a exclusão do ICMS

da base de cálculo dos tributos PIS e COFINS, considerando assim a grande mudança do sistema tributário.

A lentidão é uma característica importante da evolução do sistema tributário nacional. Ela reflete as fortes resistências da sociedade e do próprio Estado a mudanças, não sendo por acaso que o tempo decorrido entre os primeiros reclamos por uma reforma e sua realização seja grande. Uma reforma tributária afeta todos os agentes econômicos e alterações radicais, que provocam instantaneamente enormes mudanças de preços relativos da economia e/ou variações abruptas na carga tributária são capazes de gerar o caos econômico e/ou a falência do Estado. A natural lentidão da evolução do sistema tributário é a barreira, criada pelos próprios agentes econômicos, que os protege contra este risco. (VARSANO, 1996 p.18)

2.2 CONTRIBUIÇÃO DE PIS/COFINS E O TRIBUTO ICMS

Conforme colocação de Barení (2017) todos (pessoas físicas e jurídicas) são obrigados a destinar uma parcela de sua riqueza para o financiamento da estrutura pública, em prol de um interesse maior, que é o bem-estar público. Destaque-se, ainda, que este dever é de solidariedade, o que significa dizer que todos, numa relação de cooperação e assistência recíprocas, sacrificam seus interesses individuais em prol da efetivação do interesse geral, sem receber, necessariamente, qualquer contraprestação direta por parte do Estado ou dos demais particulares.

De acordo com o texto da Constituição Federal:

Art. 149. Compete exclusivamente à União instituir contribuições sociais, de intervenção no domínio econômico e de interesse das categorias profissionais ou econômicas, como instrumento de sua atuação nas respectivas áreas, observado o disposto nos arts. 146, III, e 150, I e III, e sem prejuízo do previsto no art. 195, § 6º, relativamente às contribuições a que alude o dispositivo.

§ 1º Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios instituirão contribuição, cobrada de seus servidores, para o custeio, em benefício destes, do regime previdenciário de que trata o art. 40, cuja alíquota não será inferior à da contribuição dos servidores titulares de cargos efetivos da União.

§ 2º As contribuições sociais e de intervenção no domínio econômico de que trata o caput deste artigo:

I - Não incidirão sobre as receitas decorrentes de exportação;

II - Incidirão também sobre a importação de produtos estrangeiros ou serviços;

III - poderão ter alíquotas:

a) ad valorem, tendo por base o faturamento, a receita bruta ou o valor da operação e, no caso de importação, o valor aduaneiro;

b) específica, tendo por base a unidade de medida adotada.

§ 3º A pessoa natural destinatária das operações de importação poderá ser equiparada a pessoa jurídica, na forma da lei.

§ 4º A lei definirá as hipóteses em que as contribuições incidirão uma única vez (CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988 p. 50)

Conforme exposto por Menezes (2020) as contribuições sociais ingressam diretamente no orçamento da seguridade social (art. 165, § 5º, III). As contribuições pagas tanto pelos empregadores, trabalhadores e demais segurados da previdência social não constituem receita do Tesouro Nacional, visto que se destinam, direta e exclusivamente, ao orçamento da seguridade social.

Em relação as contribuições sociais foram instituídas e regulamentadas pela lei 10.865, de 30 de abril de 2004, dispõe sobre a Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social incidentes sobre a importação de bens e serviços e de outras providências.

Art. 1º Ficam instituídas a Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público incidente na Importação de Produtos Estrangeiros ou Serviços - PIS/PASEP-Importação e a Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social devida pelo Importador de Bens Estrangeiros ou Serviços do Exterior - COFINS-Importação, com base nos arts. 149, § 2º, inciso II, e 195, inciso IV, da Constituição Federal, observado o disposto no seu art. 195, § 6º:

§ 1º Os serviços a que se refere o caput deste artigo são os provenientes do exterior prestados por pessoa física ou pessoa jurídica residente ou domiciliada no exterior, nas seguintes hipóteses:

I - Executados no País; ou

II - Executados no exterior, cujo resultado se verifique no País.

§ 2º Consideram-se também estrangeiros:

I - Bens nacionais ou nacionalizados exportados, que retornem ao País, salvo se:

a) enviados em consignação e não vendidos no prazo autorizado;

b) devolvidos por motivo de defeito técnico para reparo ou para substituição;

c) por motivo de modificações na sistemática de importação por parte do país importador;

d) por motivo de guerra ou de calamidade pública; ou

e) por outros fatores alheios à vontade do exportador;

II - Os equipamentos, as máquinas, os veículos, os aparelhos e os instrumentos, bem como as partes, as peças, os acessórios e os componentes, de fabricação nacional, adquiridos no mercado interno pelas empresas nacionais de engenharia e exportados para a execução de obras contratadas no exterior, na hipótese de retornarem ao País. (LEI 10865/2004)

Estas contribuições ficam separadas em duas formas de cálculo, denominadas regime cumulativo e regime não cumulativo de acordo com o enquadramento tributário que optarem, ou seja, Lucro Real ou Presumido.

2.2.1 Lucro Presumido

Conforme Pegas (2011), lucro presumido é a forma de tributação que utiliza apenas as receitas da empresa para a apuração do resultado tributável. O lucro presumido tem

suas regras básicas apresentadas entre os artigos 516 e 528 do decreto 3000/99 do regulamento do imposto de renda e alterações posteriores.

A principal diferença do enquadramento do lucro presumido está no cálculo do IRPJ e CSLL. O lucro presumido faz uma presunção do lucro e aplica as alíquotas pré-estabelecidas.

Fabretti (2013), cita que as empresas que podem optar pelo lucro presumido, se não mantiverem escrituração contábil, devem escriturar o livro caixa e registrar toda movimentação financeira e bancária, disposto na Lei 8981/95 artigos 47, parágrafo único.

Para Oliveira (2011) dependendo do nível de sua receita bruta no ano – calendário, imediatamente anterior, as empresas podem optar pelo lucro presumido, que indiretamente é considerado um benefício, desde que apurem o imposto de renda e a contribuição social sobre o lucro calculado de forma presumida, trimestralmente, em função das receitas brutas, com isso, podemos afirmar que a declaração de pessoas jurídicas deixou de ser o elemento que formaliza a obrigação tributária, constituindo-se em mera declaração de informações de periodicidade anual.

O autor cita ainda que a principal característica é atribuir ao contribuinte o dever de antecipar o pagamento sem prévio exame da autoridade administrativa. O lucro presumido deverá ser apurado nos dias 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano calendário, ou na data de extinção da pessoa jurídica, caso encerre as atividades ou o seu acervo líquido seja totalmente destinado.

O art. 13 da lei 9718/98 com redação dada pela lei 10637/02, estabelece que a pessoa jurídica cuja receita bruta total, no ano calendário ano anterior, tenha sido igual ou inferior a R\$ 48.000.000,00 (quarenta e oito milhões de reais), ou a R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) multiplicado pelo número de meses de atividade ano calendário anterior, quando inferior a doze meses, poderá optar pelo regime de tributação com base no lucro presumido.

A opção pelo enquadramento presumido é feita no início do ano, no recolhimento do primeiro DARF, no caso o primeiro é o de PIS e COFINS. Na sequência vem o DARF de IR e CSLL, e uma vez recolhido o IR com o código de presumido, não há possibilidade de mudança. A receita federal não aceita retificação de DARF para mudar o código de presumido para real. Poderão optar por este regime pessoas jurídicas que não se enquadrem no simples nacional e não deseje optar pela tributação lucro real. Não poderão ser enquadradas ao presumido as empresas atingirem receita superior a 48 milhões e demais fatos que obriguem o enquadramento no lucro real.

2.2.1.1 PIS e COFINS no regime cumulativo

De acordo com Oliveira (2011), no art. 2 da lei 9715/98, a contribuição PIS/PASEP será apurada mensalmente pelas pessoas jurídicas de direito privado e as que são equiparadas a ela pela legislação do imposto de renda, incluindo as empresas públicas e as sociedades de economia mista e suas subsidiárias. Cita-se ainda as entidades sem fins lucrativos discriminadas no art. 13 da medida provisória número 2037 e as pessoas jurídicas de direito público interno.

O autor expressa ainda, que são obrigadas ao COFINS as pessoas jurídicas em geral e a ela equiparada pela legislação do imposto de renda, incluindo as instituições financeiras, construtoras e incorporadoras de imóveis. Para o cálculo do PIS e COFINS, a opção pelo lucro presumido fará a diferença no cálculo do crédito pelas entradas, ou seja, empresas do enquadramento presumido calculam o PIS e COFINS apenas pelas saídas fiscais e não possuem crédito das entradas. A alíquota aplicada neste regime, denominada cumulativa, é de 0,65% para o PIS e de 3% para o COFINS, sobre o valor total da operação.

Conforme Menezes (2020) o regime cumulativo é regido pela Lei 9.718/98, estando sujeitos a esta sistemática as receitas e pessoas jurídicas previstas no art. 8º da Lei 10.637/02 e no art. 10 da Lei 10.833/03. No que concerne às pessoas jurídicas, a principal razão de inclusão no regime cumulativo é a apuração do imposto sobre a renda com base no lucro presumido ou arbitrado. Algumas receitas são excluídas do regime não-cumulativo e incluídas no cumulativo, mesmo para as empresas enquadradas naquele regime, sendo tais hipóteses enumeradas nos parágrafos do art. 2º da Lei 10.637/02 e da Lei 10.833/03.

2.2.3 Lucro Real

De acordo com o conceito exposto por Pegas (2011), desde 1997 que a apuração do IR e da CSLL é trimestral, presumido ou arbitrado. No lucro real a empresa tem duas opções de escolha em relação a periodicidade, que poderá ser trimestral ou anual com antecipações mensais, cuja base é estimada.

O autor cita ainda que o cálculo do IR pelo lucro real difere-se do presumido pelas receitas de aplicações financeiras que já sofreram tributação na fonte que não entra no cálculo do lucro real mas entram no cálculo do presumido. Outro detalhe são os incentivos fiscais que podem ser deduzidos no lucro real e não podem ser deduzidos no lucro presumido.

Para Fabretti (2013), as empresas obrigadas ao lucro real deverão manter escrituração contábil. Após a apuração do resultado contábil, dele são deduzidos os valores referentes as provisões de IR e CSLL, o saldo restante é denominado lucro líquido, ou seja, do resultado econômico são abatidas as provisões para os tributos sobre o lucro e o valor remanescente fica à disposição dos sócios ou acionistas para deliberarem sobre sua disposição. Após a constituição de reservas apropriadas à situação da empresa, o saldo do lucro líquido remanescente fica à disposição dos sócios, no caso das S/A deve ser seguido o estabelecido no estatuto.

Para a apuração do lucro real é utilizado o livro Lalur, onde são registrados na parte A o resultado do período e adicionado o que para receita não é considerada como despesa ou excluído da base o que não deve ser tributado, como por exemplo, incentivos fiscais. Na parte B do livro Lalur apresentam-se os prejuízos e lucros futuros que posteriormente passarão para a parte A como compensação e adição.

Conforme explicação do site da Receita Federal, a pessoa jurídica poderá compensar o prejuízo fiscal apurado na demonstração do lucro real e registrado no LALUR – Livro de Apuração do Lucro Real, desde que mantenha os livros e documentos, exigidos pela legislação fiscal, comprobatórios do montante do prejuízo fiscal utilizado para a compensação. O prejuízo fiscal apurado a partir do encerramento do ano-calendário de 1995 poderá ser compensado, cumulativamente com os prejuízos fiscais apurados até 31 de dezembro de 1994, com o lucro líquido ajustado pelas adições e exclusões previstas na legislação do imposto de renda, observado o limite máximo, para compensação, de 30% (trinta por cento) do referido lucro líquido ajustado. A pessoa jurídica poderá, ainda, compensar os prejuízos fiscais apurados até 31 de dezembro de 1994, independentemente do prazo previsto na legislação vigente à época, se naquela data os mesmos fossem passíveis de compensação, na forma da legislação então aplicável.

Segundo dados extraídos da página da Receita Federal do Brasil – RFB, estão obrigadas ao regime de tributação com base no lucro real, em cada ano-calendário, as pessoas jurídicas que:

- a) cuja receita total, ou seja, o somatório da receita bruta mensal, das demais receitas e ganhos de capital, dos ganhos líquidos obtidos em operações realizadas nos mercados de renda variável e dos rendimentos nominais produzidos por aplicações financeiras de renda fixa, da parcela das receitas auferidas nas exportações às pessoas vinculadas ou aos países com tributação favorecida que exceder ao valor já apropriado na escrituração da empresa, na forma da IN SRF nº 38, de 1997, no ano-calendário anterior, seja superior ao limite de R\$24.000.000,00 (vinte e quatro milhões de reais), ou de R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais) multiplicado pelo número de meses do período, quando inferior a doze meses;

b) cujas atividades sejam de bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedades de crédito imobiliário, sociedades corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidoras de títulos e valores mobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta; c) que tiverem lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior; d) que, autorizadas pela legislação tributária, usufruam de benefícios fiscais relativos à isenção ou redução do imposto; e) que, no decorrer do ano-calendário, tenham efetuado pagamento mensal do imposto de renda, determinado sobre a base de cálculo estimada, na forma do art. 2º da Lei nº 9.430, de 1996; f) que explorem as atividades de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção e riscos, administração de contas a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços. (RECEITA FEDERAL DO BRASIL, acesso 16/10/2021).

2.2.3.1 PIS e COFINS no regime não cumulativo

A empresa tributada pelo lucro real será obrigada a utilizar o método não-cumulativo, com um cálculo um pouco mais complexo que as demais empresas.

Segundo Pegas (2011), a partir de dezembro de 2002, o PIS/PASEP passou a ser cobrado pelo método não cumulativo para as empresas que utilizam o lucro real como forma de tributação. Desde então a alíquota PIS/PASEP passou de 0,65% para 1,65% e a empresa pode utilizar créditos permitidos em lei para deduzir a contribuição a pagar, com a alíquota majorada. Para o COFINS a alíquota é de 7.6%, podendo utilizar-se dos créditos das entradas exceto quando for mão-de-obra.

Existem algumas regras, algumas empresas devem efetuar o cálculo de forma diferenciada, por exemplo: refinarias e indústria de produtos de higiene, indústrias farmacêuticas, estão submetidas a tributação monofásica.

De acordo com o conceito da Revista Especializada Econet (2015), O sistema de tributação monofásica, é um tratamento tributário próprio e específico que a legislação veio dar à Contribuição para o PIS/Pasep e o Cofins, incidentes sobre a receita bruta decorrente da venda de determinados produtos, a fim de concentrar a tributação nas etapas de produção e importação, desonerando as etapas subsequentes de comercialização. A concentração da tributação ocorre com a aplicação de alíquotas maiores que as usualmente aplicadas na tributação das demais receitas, unicamente na pessoa jurídica do produtor, fabricante ou importador, e a consequente desoneração de tributação das etapas posteriores.

Para Fabretti (2013), a não comutatividade da COFINS é relativa e foi instituída pela emenda 42/03, que acrescentou o parágrafo 12 ao art. 195 que passou a dispor: “A lei definirá os setores de atividade econômica para os quais as contribuições incidentes na forma dos incisos I, b e IV do caput serão não cumulativas. Entretanto, permite a lei dispor sobre a possibilidade de opção do contribuinte, em razão do regime de tributação adotado, de ser tributado pelo sistema não cumulativo, com alíquota de 7,6%, ou permanecer no sistema anterior, cumulativo, por exemplo, se optar pelo lucro presumido, caso em que a alíquota será apenas 3%.

De acordo com Rosa (2019), o regime da não cumulatividade impõe concluir, conquanto se tenha a escrituração da parcela ainda a se compensar do ICMS, não se incluir todo ele na definição de faturamento aproveitado por este Supremo Tribunal Federal. O ICMS não compõe a base de cálculo para incidência do PIS e da COFINS.

2.2.3 Créditos de PIS e COFINS

Fabretti (2013) explica que o crédito de PIS e COFINS, no regime cumulativo é composto pelas entradas tributadas, cujo valor pode ser aproveitado na apuração de valores a recolher, ou seja, PIS a recolher, menos o valor de PIS pago na entrada. Os créditos aproveitados por primeiro são os apurados no próprio mês e por seguinte os remanescentes de meses anteriores.

No caso de faturamento misto, Fabretti (2013), trata que a pessoa jurídica pode ter seu faturamento composto parte por receitas sujeitas ao regime não cumulativa e parte sujeita ao regime cumulativo, por exemplo, venda de medicamentos e perfumaria. Neste caso, o crédito só pode ser usado em relação a custos, despesas e encargos incorridos nos meses relativos as receitas sob o regime não cumulativo. Caso a empresa não tenha um sistema de custo integrado, deverá efetuar um cálculo proporcional ao valor de vendas sob o regime não cumulativo em relação ao faturamento total.

2.2.4 ICMS

O ICMS é a sigla que identifica o Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias fiscal, e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação, destacado em Nota Fiscal. De competência estadual, cada estado possui uma alíquota e normas específicas para o recolhimento. De competência dos Estados e do Distrito Federal, conforme previsto no art. 155, II, da

Constituição de 1988, apresenta-se como uma das principais fontes de recursos financeiros para a consecução das ações governamentais. O ICMS é regulamentado pelo decreto 9.203 de 18 de setembro de 1998 – RICMS.

As alíquotas são separadas entre alíquota interna, para destaques dentro do estado e alíquota interestadual para circulações entre estados, devendo ser observado, cada situação de origem e destino da mercadoria, ou serviço de comunicação ou transporte, fundamentado no art.41 do RICMS

2.2.5 Faturamento

Conforme Colocação de Barreni (2017) o conceito constitucional de “faturamento” coincide, portanto, com o conceito estabelecido pelo direito privado, que, por sua vez, está relacionado com o valor a ser recebido pelo comerciante, em virtude das vendas de mercadorias, ou, ainda, pelo prestador de serviço, como nos casos que envolvem a prestação de serviço submetido à incidência do ICMS.

O autor ressalta ainda que se “faturamento” está relacionado com os valores recebidos pelo comerciante, ou pelo prestador de serviços, não há espaço para a inclusão do ICMS nas bases de cálculo das contribuições ao PIS/PASEP e da COFINS, uma vez que tais valores não são recebidos pelo comerciante, ou pelo prestador de serviços.

A Constituição Federal, art. 195, I, b, definiu as contribuições destinadas à Seguridade Social. A EC 20/1998 (Emenda Constitucional) substituiu a expressão “faturamento”, passando a prever a “receita ou o faturamento” como base sobre a qual poderão incidir as contribuições.

Art. 195. A seguridade social será financiada por toda a sociedade, de forma direta e indireta, nos termos da lei, mediante recursos provenientes dos orçamentos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, e das seguintes contribuições sociais:
I - Do empregador, da empresa e da entidade a ela equiparada na forma da lei, incidentes sobre:
a) a folha de salários e demais rendimentos do trabalho pagos ou creditados, a qualquer título, à pessoa física que lhe preste serviço, mesmo sem vínculo empregatício;
b) a receita ou o faturamento;
c) o lucro; (EC 20/1998 p.3)

Conforme Menezes (2020) este dispositivo legal limita o leque de bases imponíveis para instituição de contribuições à Seguridade Social, quais sejam, folha de salários, faturamento e lucro, tomando-se como conteúdo de tais institutos os conceitos utilizados pelo direito privado.

2.3 RECURSO EXTRAORDINARIO 574.706 STF

Em 16 de maio de 2008, foi publicada a ementa da decisão que reconheceu a existência de repercussão geral da questão constitucional relativa à inclusão do ICMS na base de cálculo da COFINS e da contribuição ao PIS. Pendência de julgamento no Plenário do Supremo Tribunal Federal do Recurso Extraordinário n. 240.785. O Tribunal reconheceu a existência de repercussão geral da questão constitucional suscitada. Esta decisão deu origem ao tema n. 69 do banco de teses de repercussão geral, que conta com o seguinte enunciado: “Inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS e da COFINS”.

Em 15 de março de 2017 – o plenário do Supremo Tribunal Federal proferiu decisão – sob o rito da repercussão geral, tema 69 da repercussão geral, deu provimento ao recurso extraordinário e fixou a seguinte tese: “O ICMS não compõe a base de cálculo para a incidência do PIS/COFINS”.

Devido ao elevado número de processos que se direcionavam ao sistema Judiciário brasileiro a acerca da ocorrência inconstitucional de bitributação no momento da apuração dos tributos Federais de PIS E COFINS, iniciou-se no ano de 2017 uma discussão acirrada acerca da exclusão do tributo da esfera estadual – ICMS, da base de cálculo dos referidos tributos da esfera Federal, evento o qual repercutiu em grande escala no âmbito nacional, devido a sua vultuosa proporção e impacto na economia, na saúde financeira das empresas e nos cofres públicos.

Em março de 2021, o STF – Supremo Tribunal Federal, julgou os embargos de declaração opostos no recurso extraordinário RE 574.706 que definiu em 2007 que o ICMS não compõe a base de cálculo para a incidência de PIS e COFINS. O STF entendeu que o ICMS a ser excluído da base de cálculo do tributo de PIS e COFINS é o destacado nas notas e modulou os efeitos da tese fixada para quem possui o valor a partir de 15/03/2017, data do julgamento do caso, resguardando quem já tinha ação ajuizada antecipadamente.

Em seus aclamatórios a União havia pedido à corte que fosse declarado que o ICMS a ser excluído é o que foi efetivamente recolhido e que fosse modulado os efeitos da discussão para que esta passasse a valer a partir do julgamento dos embargos.

“Ao julgar o Recurso Extraordinário n. 574.706/PR, o Supremo Tribunal Federal declarou indevida a inclusão do ICMS na base de cálculo das contribuições ao PIS e à COFINS, pelo fundamento de que o ICMS é estranho ao conceito de faturamento. Referido julgado consiste em precedente dotado de efeito vinculante (de observância obrigatória pelo

Executivo e Judiciário), por força dos arts. 927, III, 1.039, 1.040 e 1.041 do CPC” (ROSA, 2019 p. 466)

Na visão de Rosa (2019), pesquisadora do Instituto IBPT, cinco críticas podem ser feitas à forma como ocorreu referido julgamento, sendo elas a ausência de diálogo efetivo e aberto entre os ministros no momento do julgamento, bem como, houve despreocupação com o rateio decidindo do precedente, deixando-se de definir pontos importantes, como o conceito de faturamento, não houve participação e deliberação efetiva com a sociedade no julgamento; ocorreu a demora na publicação do acórdão ocasionou considerável insegurança jurídica; e ainda deveria ter sido realizada a modulação dos efeitos da decisão, independentemente de embargos declaratórios.

Segundo Barreni (2017), o Estado, no exercício da aptidão que lhe foi atribuída pela Constituição para impor ao particular o dever de levar dinheiro aos cofres públicos a título de tributo, não pode intervir de maneira arbitrária e desmedida no patrimônio do particular. Pelo contrário: em respeito ao princípio da capacidade contributiva, há que se levar em conta, para fins de tributação, fatos que revelem alguma manifestação de riqueza, e, além disso, a tributação não pode ultrapassar o “tamanho” da riqueza manifestada pelo particular.

O autor ainda que se deve levar em conta a incidência do PIS/ PASEP e da COFINS sobre a “receita ou faturamento”, na forma como implementado pela Emenda Constitucional 20/1998, permanece a conclusão no sentido de que o ICMS não deve compor as bases de cálculo das contribuições sociais em questão. Isso porque o conceito de “receita”, que permite sustentar o nascimento da obrigação tributária relativa ao PIS/PASEP e à COFINS, corresponde à soma dos valores auferidos em virtude das vendas de mercadorias e das prestações de serviços, não se incluindo neste montante o ICMS, em consonância com a redação do art. 187, I, da Lei 6.404/1976.

Sobre a regra de aplicação desta normativa, consiste em considerar que caso tenha ingressado com processo judicial ou administrativo até 15/03/2017 terá os créditos retroativos aos cinco anos que antecedem a interposição da medida judicial. Mas caso tenha ingressado após 15/03/2017, terá somente direito aos créditos retroativos até a indicada data. Para as empresas que possuíam recurso judicial aberto de anos anteriores a 2017, poderão usufruir do crédito desde a data requerida.

Conforme análise apresentada pelo site Portal Contábeis (2021) a revisão tributária apresenta a intenção de uniformização das vinte e sete legislações federativas estaduais para uma única nacional, racionalizando e padronizando seu texto e atuação

prática, eliminando com isto situações divergentes de interpretação, por exemplo, eliminação de ST's e outras retenções, criando a verdadeira simplificação de entendimento e aplicação prática, inclusive para os processos de fiscalização dos estados, mantendo suas autonomias de arrecadação e fiscalização.

Tem se falado atualmente na extra fiscalidade, conforme exposto por Buffon (2017), que se manifesta mediante a majoração da carga tributária, com vistas a desestimular comportamentos que sejam contrários a maximização da eficácia social, dos direitos fundamentais e dos princípios constitucionais, assegurando e estimulando o desenvolvimento sócio econômico de uma região.

Para Menezes (2020) embora a asserção exposta pelo STF, por meio do Tema 69, tenha sido muito clara, há importantes discussões ainda em aberto. Além disso, as repercussões do precedente tanto no sistema tributário nacional como nos cofres públicos federais, aparentam gerar um verdadeiro “efeito cascata” com dimensões ainda imprevisíveis, mas que já impressionam, visto a série de inconstitucionalidades que podem ser compreendidas à luz do conceito constitucional de faturamento fixado no RE 574.706.

Conforme publicação da Revista Especializada Econet (2021), cabe ressaltar que o mesmo tratamento de exclusão deve ser dado de forma isonômica ao ICMS de Substituição Tributária, pois o substituído tributário compra as mercadorias do Importador ou Industrial já com o imposto embutido no preço praticado. Apesar do julgamento ter apreciado a exclusão do ICMS da base de cálculo das operações normais, o mesmo raciocínio deve ser empregado em relação ao ICMS/ST da nota de compra, pois trata-se do mesmo imposto, porém recolhido de forma antecipada.

Outro ponto relevante na análise da RE 574.706 é a de que o ICMS não integra a base do IRPJ e da CSLL das empresas que optaram pelo Lucro Presumido, pois nesta situação a base de cálculo destes decorre da receita bruta, devendo ser excluído o ICMS da base de cálculo destes tributos.

De acordo com Econet (2021), o PIS e COFINS não devem incidir na sua própria base, ou seja, se uma operação já havia o destaque destas contribuições, as mesmas devem ser excluídas na próxima operação de comercialização, pois as mesmas, não revelam medida de riqueza.

Acerca deste assunto, a Revista Especializada Econet (2011), publicou que devesse observar ainda, a exclusão do ICMS e ISS sobre a base de cálculo da Contribuição Patronal Sobre Receita Bruta – CPRB, criada pela lei 12546/2011, devidas

por algumas empresas que optaram pela substituição da contribuição Patronal Normal, chamada de desoneração da folha. Considera-se que estes tributos não possuem natureza de faturamento ou de receita, pois são destinados ao fisco, devendo se aplicar por analogia o decidido na RE 574.706.

3 METODOLOGIA

Em relação à tipologia quanto aos objetivos esta pesquisa pode ser classificada como descritiva. Conforme o autor, “quando se diz que uma pesquisa é descritiva, se está querendo dizer que se limita a uma descrição pura e simples de cada uma das variáveis, isoladamente, sem que sua associação ou interação com as demais (...)” (CASTRO, 1976, p. 66).

No âmbito da forma de abordagem do problema este estudo pode ser classificado como qualitativo, sem a utilização de amostragem ou quantificação conforme descreve o autor na citação a seguir:

“(...) uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participarão no estudo. Porém, não é, em geral, a preocupação dela a quantificação da amostragem. E, ao invés da aleatoriedade, decide intencionalmente, considerando uma série de condições (sujeitos que sejam essenciais, segundo o ponto de vista do investigador, para o esclarecimento do assunto em foco; facilidade para se encontrar com as pessoas; tempo do indivíduo para as entrevistas, etc.)” (TRIVIÑOS, 1987, p.132).

A cerca dos procedimentos adotados esta pesquisa classifica-se como estudo de caso, que de acordo com Fonseca (2002), um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe.

Quanto ao objeto pesquisado, o estudo foi realizado com base em uma empresa do ramo de atividade de indústria moveleira, localizadas na região Sudoeste do Paraná – Brasil, enquadradas no regime tributário do Lucro Real, denominada empresa A para não exposição do nome real da empresa.

No que tange aos procedimentos para coleta de dados foram coletados os dados utilizando a pesquisa documental, disponibilizadas pelas empresas e dados do histórico

de cálculo fornecidos pela empresa. Foram utilizados os períodos de cálculo de janeiro a dezembro de 2017 até 2021 para a identificação dos valores referente ao crédito apurado em decorrência da RE 574.706. Após a fase da coleta de dados foi iniciada a etapa de cálculo e avaliação dos dados comparando os valores de faturamento, imposto e valor apurado de crédito a recuperar, utilizando planilhas para confrontar e elaborar os gráficos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Durante a elaboração da pesquisa, o primeiro passo foi o levantamento da Base de Cálculo de ICMS e o ICMS destacado na nota e efetivamente pago. Posteriormente identificou-se a base de cálculo das contribuições sociais de PIS e COFINS e o imposto destacado no período. Na sequência, calcula-se a nova base de cálculo para as contribuições sociais, considerando o faturamento menos o imposto de ICMS. Assim sendo, ao encontrar a nova base de cálculo e o novo valor de PIS/COFINS, podemos fazer a diferença entre o valor calculado antes e depois da RE 574.706, verificando deste modo o crédito que a empresa poderá usufruir.

Segue o quadro comparativo dos anos 2017, 2018, 2019 e 2020 e aplicação do cálculo:

Tabela 1 – COMPARATIVO DE VALORES APLICANDO A EXCLUSÃO DE ICMS

Competência	BC Antiga	Vlr ICMS	Vlr PIS	Vlr COFINS	Nova BC	Novo Vlr PIS	Novo Vlr COFINS	# PIS	# COFINS	Total
2017	R\$ 41.360.000,00	R\$ 4.963.200,00	R\$ 682.440,00	R\$ 3.143.360,00	R\$ 36.396.800,00	R\$ 600.547,20	R\$ 2.766.156,80	R\$ 81.892,80	R\$ 377.203,20	R\$ 459.096,00
2018	R\$ 39.600.000,00	R\$ 4.752.000,00	R\$ 653.400,00	R\$ 3.009.600,00	R\$ 34.848.000,00	R\$ 574.992,00	R\$ 2.648.448,00	R\$ 78.408,00	R\$ 361.152,00	R\$ 439.560,00
2019	R\$ 37.900.000,00	R\$ 4.548.000,00	R\$ 625.350,00	R\$ 2.880.400,00	R\$ 33.352.000,00	R\$ 550.308,00	R\$ 2.534.752,00	R\$ 75.042,00	R\$ 345.648,00	R\$ 420.690,00
2020	R\$ 43.360.000,00	R\$ 5.203.200,00	R\$ 715.440,00	R\$ 3.295.360,00	R\$ 37.396.800,00	R\$ 617.047,20	R\$ 2.842.156,80	R\$ 98.392,80	R\$ 453.203,20	R\$ 551.596,00
Total de crédito acumulado										R\$ 1.870.942,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

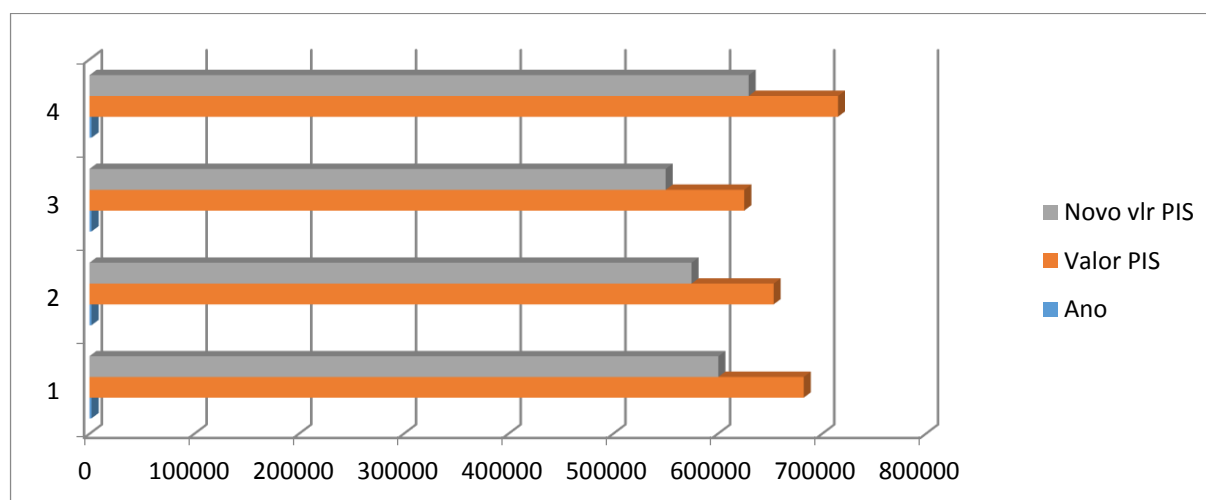
Identifica-se que na empresa pesquisada existe uma mudança significativa, reduzido consideravelmente o valor devido aos cofres públicos. Para o PIS a variação em valor foi de R\$ 435718,80 para um período de quatro anos, sendo considerado o ano de 2017 a 2020, levando em consideração um faturamento de R\$ 16.220.000,00 acumulado.

Na análise de Menezes (2020) a sistemática da não cumulatividade abriu o debate para compreensão que o ônus do tributo deveria ser excluído da base de cálculo de outros tributos, no caso, das contribuições de PIS e COFINS. Em oposição, há outra linha de

argumentação, nesta, a não cumulatividade do ICMS seria uma técnica que apenas evita o efeito cascata do ICMS sobre o próprio ICMS cobrado nas etapas anteriores.

No estudo de caso realizado, ao comparar o valor do imposto antes e após a exclusão do ICMS da base de cálculo, identificou-se através do gráfico a seguir a vantagem do recálculo do imposto anualmente no período de 2017 a 2020:

Gráfico 1 – Comparativo do Tributo de PIS após a exclusão do ICMS da base de cálculo

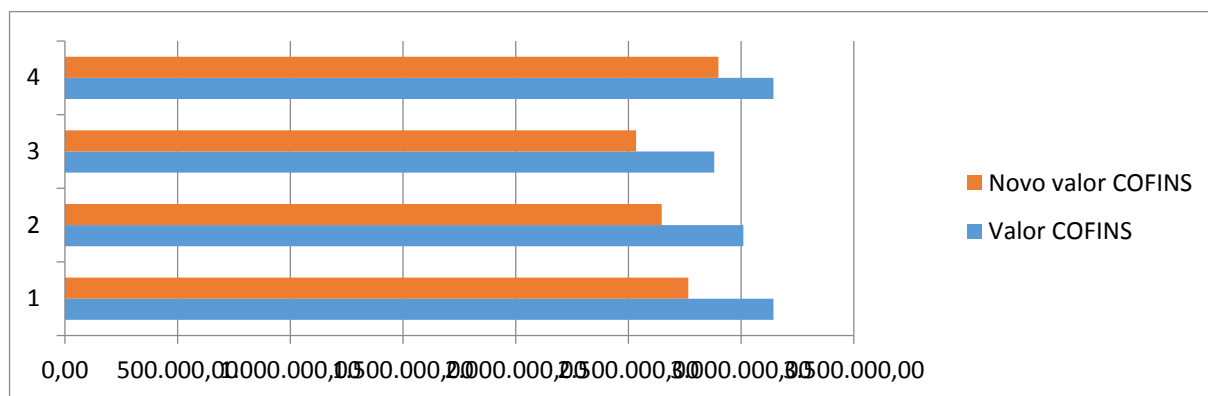


Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Barreni (2017) explica que o conceito de “receita”, que permite sustentar o nascimento da obrigação tributária relativa ao PIS/PASEP e à COFINS, corresponde à soma dos valores auferidos em virtude das vendas de mercadorias e das prestações de serviços, não se incluindo neste montante o ICMS. Ressalta ainda que argumentos econômicos consequência listas têm, em muitos casos, sido postos em primeiro plano quando se trata de defender o erário. E o julgado objeto destes breves comentários é um claro exemplo disso, em que a suposta perda arrecadatória de 20 bilhões/ano, e a saída de mais de 100 bilhões dos cofres públicos, para fins de restituição do indébito, foram objeto de especial destaque pela Procuradoria da Fazenda Nacional (e inclusive por alguns dos ministros que acataram a tese da União).

Da mesma forma para a contribuição social COFINS na empresa modelo, observa-se que entre os anos de 2017 a 2020, ao recalcular o imposto excluindo o ICMS da base de cálculo, obteve constante redução, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 2 – Comparativo do Tributo de COFINS após a exclusão do ICMS da base de cálculo



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Quanto ao percentual de variação no montante do imposto recolhido de PIS 14% em todos os anos e a COFINS 13,64% nos três primeiros anos e 8,4% no último ano, conforme o quadro abaixo:

QUADRO 2 – REDUÇÃO DE RECOLHIMENTO DE IMPOSTO EM PERCENTUAL

	2017	2018	2019	2020
Varição PIS	14%	14%	14%	14%
Varição COFINS	13,64%	13,64%	13,64%	8,4%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

As empresas que optarem por aproveitar este crédito retroativo a 15 de março de 2021, poderão pensar em aproveitar utilizando a diferença concedida, e efetuar investimentos, tais como, novos maquinários para a melhoria da produção e conseqüentemente a elevação do faturamento.

Para Buffon (2017), o desenvolvimento tecnológico está estritamente ligado a conscientização de objetivos constitucionais, a partir do artigo 3º, inciso II, da CF/88, quando se refere que um dos objetivos da República Federativa do Brasil é garantir o desenvolvimento nacional. Em face disso, o legislador vem adotando mecanismos de concretização do desenvolvimento nacional, a partir da concessão de benefícios fiscais, considerando fundamental o conceito de inovação, bem como, investimento em pesquisa e desenvolvimento para a geração de inovação tecnológica. Assim sendo, as inovações de processos, se traduzem nas novas tecnologias de produção, com novos métodos ou aprimoramentos substanciais, que tragam alterações no nível de qualidade do produto.

No entanto faz-se necessário ficar atento possíveis mudanças de alíquotas por exemplo, pelo fato de que o montante no âmbito nacional é expressivo e para que não

represente um problema aos cofres públicos espera-se uma ação em contrapartida do governo.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa atingiu os objetivos propostos, identificando como surgiu e como vem evoluindo o sistema tributário brasileiro e que mesmo que de forma lenta, novas possibilidades e alterações da legislação vem sendo estudadas em favor do contribuinte, bem como, muitos pesquisadores estão apontando novas possibilidades de melhoria. Após o estudo do Recurso Extraordinário, foi possível entender a forma de aplicação e o cálculo necessário para apurar o crédito que uma organização que recolha as contribuições sociais de PIS e COFINS contendo o ICMS na sua base de cálculo poderá solicitar a compensação, concluindo ainda que este montante para empresas com um faturamento alto é bem expressivo e que as mesmas não devem deixar de excluir o ICMS da base de cálculo das contribuições sociais deste momento em diante, pois impactam na redução considerável do desembolso tributário da empresa. Assim sendo, o planejamento tributário continua sendo uma solução contábil importante para empresa nos tempos atuais.

O contribuinte brasileiro aguarda a possível modificação na forma de apuração e de alíquotas de PIS/COFINS, por parte do Governo para garantir a compensação do impacto causado pela RE 574.706 aos cofres públicos. A decisão da exclusão da base de cálculo do PIS/COFINS foi um enorme ganho ao contribuinte, porém espera-se uma revisão e futuro aumento na carga tributária.

Para a empresa estuda, conclui-se que a recuperação de crédito pela exclusão do ICMS da base de cálculo, do período de 2017 a 2020, proporcionará um benefício de R\$2.442.666,00, o qual a empresa poderá utilizar para abater as guias de impostos futuros e conseqüentemente utilizar o valor do imposto provisionado para novos investimentos.

Com relação a economia futura, para o cálculo a partir de 2021, ressalva-se somente se não ocorrer a mudança tributário ou de alíquotas por parte do governo brasileiro.

Atualmente, advogados Tributaristas defendem que o ISSQN (Imposto sobre Serviço), também não tem natureza de faturamento e não poderia, portanto, servir de base para incidência ao PIS/COFINS. Estas novas manifestações indicam o rumo das

novas alterações tributárias, podendo ser objeto de estudos futuros ampliando o conhecimento acerca do assunto. Recomenda-se para pesquisas futuras a exclusão do tributo ISSQN da base de cálculo das contribuições sociais de PIS e COFINS.

REFERÊNCIAS

BARRENI, Smith. **RE 574.706/PR: Exclusão do ICMS das bases de cálculo das contribuições ao PIS/PASEP e da COFINS**. Revista Jurídica da Escola Superior de Advocacia da OAB-PR, 2017.

BUFFON, Marciano. JACOB, Lilian R. **Os incentivos fiscais no ramo tecnológico como instrumento de desenvolvimento nacional**. UNISINOS: Rio Grande do Sul, 2017.

CASTRO, C. M. **Estrutura e apresentação de publicações científicas**. São Paulo: McGraw-Hill, 1976.

EC 20/1998. **Emenda Constitucional**. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc20.htm. Acesso em 23/11/2021.

REVISTA ESPECIALIZADA ECONET. **Teses que ganharam força com o julgamento da exclusão da base de cálculo do PIS e COFINS**. Disponível www.econeteditora.com.br. Acesso em 11/10/2021.

Portal Contábeis. **Reforma Tributária: Inovação ou Simplificação**. Disponível em <https://www.contabeis.com.br/artigos/6686/reforma-tributaria-inovacao-ou-simplificacao/>. Acesso em 23/11/2021.

FABRETTI, Lúdio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 12 ed, São Paulo: Atlas, 2012.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FRANCO, Hilario. **Contabilidade Industrial**. São Paulo: Atlas, 1980.

KINCHECKI, Cristiano. **A formação histórica da matriz tributária brasileira**. Revista dos Tribunais online. vol. 923. Thompson e Reuters. São Paulo: 2012.

LIMA, Emanuel M; REZENDE, Amaury J. **Um Estudo sobre a Evolução da Carga Tributária no Brasil: Uma Análise a partir da Curva de Laffer**. ANPAD: São Paulo, 2006.

MENEZES, Francisco H. P. **Análise do acórdão do re 574.706/PR: Discussões em aberto, efeitos e impactos da decisão que excluiu o ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS.** Monografia submetida à conclusão do Curso de Direito: Universidade do Ceará, 2020.

OLIVEIRA, Luis Martin de. **Manual de contabilidade tributária.** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEGAS, Paulo H. B. **Manual de contabilidade tributária.** 7 eds. Rio de Janeiro: Maria Augusta Delgado Editora, 2011.

ROSA, Viviane Lemes da. **Reflexões sobre o recurso extraordinário n. 574.706/pr.** Revista Direito Tributário Atual: Current Issues of Tax Law Review ISSN: 1415-8124 /e-ISSN: 2595-6280, 2019.

SANTOS, Joel José. **Análise de custos:** remodelando com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de casos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SITIO DA RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/dipj/2000/orientacoes/lucroreal.htm#PessoasJuridicasObrigadasaoLucroReal>. Acesso em 14/10/2021.

SITIO REDE JORNAL CONTABIL. Disponível em www.jornalcontabil.com.br. Acesso em 18/11/2021.

TRIVINOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

VARSANO, Ricardo. **A evolução do sistema tributário brasileiro ao longo do século: anotações e reflexões para futuras reformas.** IPEA: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, ISSN 1415-4765. Rio de Janeiro, 1996.

IMPACTO DA PANDEMIA NO CUSTO DE PRODUÇÃO: Estudo de caso em uma empresa de equipamentos agrícolas da cidade de Pranchita-PR.

Bruna De Lima Carletti ¹

Luciana Tic Bochi ²

Valéria Lima Gazoni ³

Gilmar Antônio Vedana⁴

RESUMO

A contabilidade estuda a gestão de bens de uma empresa, e contribui para a tomada de decisão, através de informações gerenciais. O objetivo dessa pesquisa é demonstrar os fenômenos econômicos ocorridos dentro de uma indústria antes e durante a pandemia causada pelo Covid-19. Nesse projeto estuda-se todos os custos ocorridos para produção de um pulverizador agrícola. Como problematização buscou estudar os efeitos que a pandemia do Covid-19 trouxe sobre os custos desse produto que se elevaram de maneira acelerada e a alta demanda de consumo. Desse modo, utilizou-se a pesquisa bibliográfica que trouxe todo o embasamento teórico e a abordagem se deu através de pesquisa quantitativa, e exploratória. Através dessa prática, foi possível analisar as informações referente aos custos existentes no período anterior a pandemia e o aumento significativo que ocorreu após o início da mesma, devido à dificuldade de aquisição de matéria-prima e valor elevado. Ainda se observou que apesar desse impacto ocorrido, os pulverizadores tiveram maior demanda para venda, pois o agronegócio se sobressaiu e cresceu sobremaneira nesse período.

Palavras chave: Pandemia. Custos de produção. Pulverizadores. Economia.

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade é uma ciência que estuda o gerenciamento dos bens de uma entidade, buscando informações que auxiliam na tomada de decisão. Atualmente é de extrema importância para toda a sociedade, é uma ciência aplicada de natureza econômica, que estuda as variações ocorridas no patrimônio.

O setor agrícola sempre esteve muito presente no país e no mundo, e certamente é a atividade mais antiga que o homem desenvolveu. Atualmente a produção agrícola está crescendo de forma acelerada, mesmo em meio a uma

¹ Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021 - brunacarletti06@gmail.com

² Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021 - luhbochi@gmail.com

³ Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021 - valeria.lgazoni@gmail.com

⁴ Mestre em Gestão Organizacional, Contador, Professor da Famper - gilmarvedana@hotmail.com

pandemia, e para que os produtores rurais consigam acompanhar a demanda existente, é indispensável a utilização de maquinários eficientes, qual reflete e impacta nos resultados finais de produção.

Diante do cenário que o mundo está vivenciando, em meio a uma pandemia causado pelo vírus Covid-19, grande porcentagem das atividades de diversas áreas foram afetadas de forma negativa. A área da agricultura, porém teve grande destaque, com aumento de demanda e produtividade. Dessa forma a pesquisa apresentou o seguinte problema, qual o impacto causado nos custos de produção e nas vendas do produto pulverizador nessa empresa?

O estudo teve como principal objetivo verificar o impacto nos custos de produção e nas vendas do equipamento pulverizador em uma empresa de equipamentos agrícolas, antes e durante a pandemia, seus objetivos específicos foram conhecer o custo de produção existente, realizar o levantamento documental, e analisar resultados, para isso foi levantado dados e documentos primários através da empresa, e informações secundárias através de livros, artigos, documentários, revistas e sites variados. De modo que a pesquisa trouxe resultados e demonstrativos concluintes que demonstraram a diferença de custos e vendas do equipamento Pulverizador da empresa em estudo antes e após o início da pandemia.

Nesse sentido a contabilidade foi de suma importância pois segundo Olivo e Boschilia (2012), a contabilidade tem função de registrar, organizar, analisar e demonstrar o que ocorre no patrimônio da entidade em um contexto econômico.

Todo o estudo foi realizado com base na contabilidade de custos, qual o autor Martins (2003) cita que são os gastos ocorridos na produção de bens ou serviços, e tem o objetivo de apurar custos, os gastos de produção, custo de produtos vendidos, e mensurar o valor de determinada mercadoria.

Acreditasse que os resultados sejam de grande proveito, pois apresentou resultados reais, e atraiu a atenção para a realidade e dificuldades que muitas empresas estão vivenciando na atualidade.

Este estudo está composto por esta introdução, pelo referencial teórico que abrange os principais conceitos e conteúdos relacionados ao tema da pesquisa na visão de autores renomados na área. Em seguida é explicada a metodologia utilizada para esta pesquisa, depois apresentam-se os resultados e análise dos

dados coletados na pesquisa e demonstrados através de tabelas e gráficos. Por fim, estão as conclusões e recomendações deste trabalho.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1 Contabilidade

A história da contabilidade é muito antiga, e nos remete a história da civilização. Trata-se de uma das profissões mais antigas do homem e evoluiu junto com o mesmo, estando atualmente entre as mais requisitadas. Há relatos de que surgiu a mais de mil anos antes de Cristo, quando ao contar seus rebanhos já estavam praticando de maneira simples uma forma de contabilidade (RIBERO; LOPES, 2009).

Segundo Da Luz (2015) a contabilidade vem de muitos anos atrás, onde realizavam práticas e atos contábeis sem saber que estavam utilizando, controlavam os seus bens através de gravetos, pedras ou registro em cavernas, conforme a necessidade ia aumentando eram criados novos métodos de registro e controle. Ainda de acordo com Da Luz (2015), essa ciência trouxe grande desenvolvimento na área comercial e pessoal, objetivando um maior controle de seus bens, e uma análise melhor de seus patrimônios e da tomada de decisão. Sua evolução ocorreu de forma muito lenta, onde os negociantes registravam as obrigações, direitos e seus bens em anotações.

A partir de 3250 a. C., por não existir livros nem escritas contábeis, eram armazenadas fichas de barros em envelopes, destacando fora deles o que havia dentro de cada envelope de barro (SCHMIDT, 2000).

De acordo com Sá (2004) o período da contabilidade científica se inicia nos meados do século XIX. Nesse momento a contabilidade encontra os seus grandes pensadores: Pacioli, Fábio Besta, Francesco Villa, entre outros, que contribuíram

para o início de uma nova fase da contabilidade, além de terem desenvolvido estudos que fizeram surgir grandes escolas do pensamento contábil.

Essa fase da contabilidade conhece o inventário, os livros mercantis diário e razão, e em pouco tempo chega às universidades, pois até então, só era lecionada com aula de comércio na corte (SÁ, 2004).

Ferreira (2009) define a contabilidade como uma ciência que estuda o patrimônio das entidades do ponto de vista financeiro, suas técnicas e princípios necessários para o controle, à exposição, à análise e as suas modificações. Destaca ainda:

Em resumo, por meio da Contabilidade, podemos ter o controle e o conhecimento detalhado do estado em que se encontra um patrimônio e acompanhar sua evolução seja na exploração de um determinado negócio, seja em nossa própria residência. (FERREIRA, 2009, p.02).

Marion (2009) diz que a contabilidade tem como objetivo fornecer o máximo de informações para auxiliar empresas na tomada de decisão, ele ressalta que o serviço contábil além de atender as obrigações do governo, deve atender as necessidades das organizações.

Ela estuda os fenômenos patrimoniais das entidades, registrando, analisando e interpretando através de suas técnicas esses acontecimentos, com o objetivo de fornecer informações sobre o resultado e permitir manter um controle constante da empresa (FRANCO, 1997). Ainda em conformidade o autor afirma:

A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial. (FRANCO, 1997, p.21).

Conforme Favero (1997), é necessário analisar e registrar os fenômenos que ocorrem no patrimônio, para assim interpretar os fatos e demonstrar através de

relatórios, informações sobre a situação patrimonial e de seus negócios, para auxiliar o cliente na tomada de decisões mais assertivas.

Segundo Olivo e Boschilia (2012), a contabilidade tem como principal função registrar, organizar, analisar, demonstrar o que ocorre no patrimônio da entidade em um contexto econômico.

No conceito de Basso (2005) define a contabilidade como:

“Um conjunto ordenado de conhecimentos, leis, princípios e métodos de evidencição próprios, é a ciência que estuda, controla e observa o patrimônio das entidades nos seus aspectos quantitativos (monetário) e qualitativo (físico) e que, como conjunto de normas, preceitos e regras gerais, se constitui na técnica de coletar, catalogar e registrar os fatos que nele ocorrem, bem como de cumular, resumir e revelar informações de suas variações e situações, especialmente de natureza econômico financeira.” (BASSO, 2005, p. 23).

Marion (2005) diz que toda empresa independente de seu segmento ou tamanho, necessita da contabilidade para estar ativa.

O objetivo principal da contabilidade, portanto, é 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, 2005, p.26).

Na visão de Da Luz (2015), a contabilidade utiliza-se de técnicas cada vez mais avançadas e busca cada vez mais conhecimento para atender seus clientes de forma mais eficiente e de qualidade, pois o profissional contábil, além de exercer as obrigações do governo, deve auxiliar a entidade na tomada de decisões, através de informações do patrimônio da empresa e de seus conhecimentos.

Conforme Fortes (2005, p. 03), “contabilidade se fundamenta em princípios, leis e outras normas decorrentes das relações sociais entre pessoas, empresas e instituições em geral, sendo, portanto, vinculada a áreas das ciências sociais aplicadas.”

Na visão de Walter (1987, p. 121) “Princípios contábeis são premissas consagradas pelo uso e costume, sedimentados ao longo do tempo, mediante

comprovação de fatos observados, analisados e estudados no contexto da realidade das empresas e entidades sem fins lucrativos”.

Higa e Altoé (2015) dizem que os princípios contábeis são a essência e a base da contabilidade, são eles que demonstram como o profissional deve agir e estar sempre na busca de novos conhecimentos para melhor gerir os patrimônios.

Segundo o Portal da classe contábil um dos pontos mais positivos e importantes para o contador é sua responsabilidade e ética, pois os dados devem ser exatos para mostrar a realidade financeira da empresa e auxiliar na tomada de decisões, as informações devem ser sigilosas, pois trata-se do patrimônio de terceiros.

Brancher, Neu e Boff (2010), Siqueira (2005), ressaltam que a ética para o profissional contábil é extremamente importante, pois trabalha diariamente com posses de outras pessoas e entidades.

2.1.2 Contabilidade de Custos

O autor Martins (2003) fala que a contabilidade de custos surgiu da necessidade de registrar e calcular o estoque da entidade. É a área da contabilidade que trata dos gastos ocorridos na produção de bens ou serviços. Seu principal objetivo é apurar custos, tanto nos gastos com produção, custo de produtos vendidos, ou até mesmo para mensurar o valor de determinada mercadoria, entre outros.

Seguindo ainda os estudos do autor acima, comenta que o processo de custos busca avaliar e analisar gastos e despesas obtidas nos processos industriais de mercadorias ou prestação de serviços, ou seja seu objetivo é apurar os custos que estão dentro de um processo produtivo de determinado produto ou serviço prestado, contabilizar os custos é identificar quais são os gastos despendidos e como se comportam para que uma empresa possa oferecer seu serviço ou produto ao mercado.

Martins (2003) destaca ainda que a forma de apurar valores dos custos de produtos, serviços ou bens, é definido como método de custeio, essa técnica é uma forma em que o comerciante ou a empresa consiga verificar a rentabilidade de seu

negócio, é através da análise e comparação das despesas e receitas obtidas durante um período determinado que constata-se se o produto ou serviço é rentável ou não, é utilizada também como ferramenta para medir o crescimento ou declínio da empresa. Segundo o autor essa necessidade do custeio, surgiu na era capitalista após o aumento das empresas e constante inovação tecnológica, onde o mercado ficou cada vez mais competitivo.

O autor Berbel (2017, p. 49), define a contabilidade de custos:

Trata-se de um conjunto de procedimentos contábeis (registros) e extracontábeis (cálculos) necessários para saber-se quanto custou para a empresa a fabricação de seus produtos. O que diferencia a Contabilidade de Custos dos demais ramos da Contabilidade são os procedimentos praticados na área de produção da empresa industrial, os quais exigem a aplicação de critérios específicos para custear a produção.

De acordo com Santos (2018) a contabilidade de custos está ligada e fornece informações para a contabilidade financeira e gerencial. Ela é utilizada internamente através de informações com vista a auxiliar na tomada de decisão de todos os tipos, a gestão de custos identifica, coleta, mensura, clássica e fornece a base de informações necessárias para o planejamento com operações de natureza estratégica quanto aos custos de produção e processo decisório.

Segundo o autor citado acima, a área da contabilidade de custos evidencia principalmente o papel gerencial, destaca a relação de não somente registrar fatos passados, mas também em projetar e simular planos para tomar decisões presentes com vista a situações futuras, ou seja, planejar o futuro da empresa, podendo ser utilizada também para mudanças no desempenho organizacional.

Lima (2014), destaca que são aplicados na contabilidade de custos os mesmos princípios da contabilidade geral, dentre eles estão: Registro pelo valor original, Competência, Consistência ou Uniformidade, Conservadorismo ou Prudência, Relevância e Materialidade. Segundo os estudos de Lima (2014) o método de custeio auxilia na administração da organização, através da análise dos relatórios fornecidos em relação aos gastos com operações da empresa. Esses relatórios demonstram e auxiliam onde necessita tomar providências, tendo como

exemplo: preço do produto, análise das inversões, decisões no sentido de comprar ou fazer, expansão das facilidades a fim de aumentar a produção ou venda.

Santos (2018) afirma que os custos de produção são divididos em custos diretos e custos indiretos de fabricação, e ainda em custo fixos e variáveis.

2.1.1.1 Custos Fixos e Variáveis

Os custos podem ser definidos como custos fixos e variáveis, destaca Santos (2018, p. 26) “Os custos podem ser classificados em relação ao seu comportamento em decorrência do aumento ou redução do nível de atividade. Para a verificação dessas diferenças, os custos são classificados como variáveis ou fixos.”

Contribuindo ainda, o autor Santos (2018), define os custos fixos como aqueles cujos os valores não se alteram em função da quantidade produzida. Os variáveis são aqueles que variam em razão da quantidade produzida, neste caso à medida que aumenta o volume de atividade eles também aumentam, pois tem relação com os custos diretos.

Rebelatto (2004) define os custos fixos como aqueles que mantêm o valor independente do volume de produção e de serviços realizados em determinado período, já os variáveis são aqueles que se alteram conforme o volume de produtos ou serviços em um período.

Bornia (2002, p. 42) aponta que “custos fixos são aqueles que independem do nível de atividades da empresa no curto prazo, ou seja, não variam com alterações no volume de produção, como o salário do gerente, por exemplo”.

Ainda na visão do autor acima “os custos variáveis estão intimamente relacionados com a produção, isto é, crescem com o aumento do nível de atividades da empresa, como os custos de matéria-prima”.

Santos (2018, p. 26), acrescenta que “Existem alguns casos de custos classificados como: semifixos ou semivariáveis, por conterem uma parte fixa e outra variável; todavia representam exceções à regra.”

Conforme Leone (2001) deve-se separar os custos das empresas, em fixos e variáveis, gerando informações úteis que auxiliaram no processo de tomada de decisão, planejamento e controle.

Na visão de Martins (2010), os custos fixos não são totalmente fixos e os variáveis não são totalmente variáveis, pois os mesmos são variáveis ou fixos dentro de certos limites de oscilação da atividade que se refere.

2.1.1.2 Custos Diretos e Indiretos

Segundo Santos (2018) os custos de produção são divididos em custos diretos e custos indiretos de fabricação. Os custos diretos são definidos como aqueles que estão diretamente ligados ao processo produtivo, são gastos gerais de fabricação aplicados diretamente ao produto e mensurado adequadamente ao objetoproduzido, tais como: matéria-prima, mão-de-obra, material para embalagem, entre outros. Os indiretos são os custos quais não são identificados diretamente no produto final, tendo como exemplo: aluguel da fábrica, energia elétrica, depreciação dos equipamentos, materiais de consumo diversos, etc. A distribuição dos custos indiretos no produto final é denominada como rateio. Contribuindo nesse sentido o autor Lima (2014, p. 12) cita “Todos os Custos Indiretos só podem ser apropriados, por sua própria definição, de forma indireta aos produtos, isto é, mediante estimativas, critérios de rateio, previsão de comportamento de custos etc.”

Fortalecendo este pensamento o autor Leone (2000) caracteriza os custos diretos como aqueles que podem ser identificados com os produtos, de modo econômico e lógico, e os indiretos são todos aqueles custos que dependem do emprego de recursos quais tendem ser rateados e distribuídos entre a quantidade de produto fabricado. Afirma ainda que essa diferenciação dos custos é de suma importância para se ter uma apuração mais real do custo de qualquer bem produzido, e ainda a verificação da rentabilidade da atividade da empresa.

“Essa diferenciação entre custos diretos e indiretos é necessária para o cálculo mais realístico do custo de qualquer objeto, para a verificação da rentabilidade e da eficiência das várias atividades da empresa” (LEONE, 2012, p.58).

Para Rebelatto (2004), o custo direto é associado a produtos ou serviços de forma quantificável, já o custo indireto não fornece condição de medido objetiva, sem

poder associa-lo a um objeto de custo em análise, o mesmo deve ser feito através de estimativa ou arbitrariamente.

Na visão de Calderelli (2002), custo direto consistem nas aplicações que estão diretamente ligadas a produção, cita como exemplos: matérias-primas para fabricação de produtos, mão-de-obra direta, serviços sub-contratados e aplicados diretamente nos produtos ou serviços, contudo o autor define ainda que o custo direto é aquele que contribui diretamente para a finalização do produto ou serviço.

De acordo com Wernke (2005), os custos indiretos são gastos que a empresa obtém ao exercer suas atividades, quais não são ligadas diretamente com o produto especificamente, não sendo possível a sua identificação na produção da mercadoria ou produto. Wernke exemplifica custos indiretos, sendo o aluguel da fábrica, o supervisor geral, entre outros que estejam indiretamente ligados ao produto.

Os custos diretos podem ser calculados sobre o custo do produto, Martins (2003, p. 32) define os custos diretos como aqueles “diretamente apropriados aos produtos, bastando haver uma medida de consumo”. O autor ainda define os custos indiretos:

O rol dos Custos Indiretos inclui Custos Indiretos propriamente ditos e Custos Diretos (por natureza), mas que são tratados como Indiretos em função de sua irrelevância ou da dificuldade de sua medição, ou até do interesse da empresa em ser mais ou menos rigorosa em suas informações. Pode-se inclusive dizer também que, entre os Indiretos, existem os menos indiretos (quase Diretos) (MARTINS, 2003, p.32).

Por fim, seguindo o pensamento de Neves e Viceconti (2003, p.17), os custos diretos “São aqueles que podem ser apropriados diretamente aos produtos fabricados, porque há uma medida objetiva de seu consumo nesta fabricação”. Eles afirmam também sobre os custos indiretos:

Os custos que dependem de cálculos, rateios ou estimativas para serem apropriados aos diferentes produtos, portanto, são custos apropriados indiretamente aos produtos. O parâmetro utilizado para as estimativas é chamado de base ou critério de rateios. (NEVES, VICECONTI, 2003, p.17).

2.1.1.3 Método de Custeio e Rateio

Os métodos de custeio têm como finalidade coletar os dados de custos, identifica-los e organizá-los de forma que possam fornecer informações certas e precisas à necessidade gerencial (LEONE, 1997).

Para Martins (2001) os métodos de custeio são apresentados sob duas correntes, uma representada pelos métodos de custeio tradicionais, os quais tiveram origem da necessidade de avaliar os estoques nas indústrias após a Revolução Industrial. O estudo dos diferentes métodos de custeio traz alternativas variadas de decisões sobre quais elementos de custos devem ou não serem mensurados no custo final dos produtos individualmente, é considerado o comportamento daqueles elementos de acordo com as oscilações do volume produzido. Existem quatro métodos de custeio que possuem limitações específicas, sendo: Absorção, ABC (Custeio baseado em atividades, do inglês: Activity-based costing), UEP (Unidades de esforço de produção), e variável ou direto, contudo os mais utilizados são custeio por absorção, ABC e o variável.

O método de custeio por absorção é o mais conhecido no Brasil, segundo Mahler (2001, p. 888), “é utilizado para calcular o valor de um estoque, de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos. Custos de produção variáveis mais o rateio dos custos fixos de produção a cada unidade fabricada”.

Na visão de Crepaldi (2004) o custeio por absorção é válido para o pagamento do imposto de renda e demonstrações financeiras, onde é possível apropriar todos os custos de produção aos produtos de um determinado período. Esse método tem como objetivo fazer o rateio de todos os custos entre os produtos que são produzidos naquele ciclo, sendo eles, custos diretos ou indiretos, variáveis, semi-variáveis ou fixos, de forma que cada um absorva aquilo que lhe cabe por cálculo ou atribuição.

Contribuindo Bruni e Famá (2004, p. 216), falam sobre esse sistema “no método de custeio por absorção os produtos fabricados pela empresa serão apurados prevendo-se, em princípio, a apropriação de todos os custos de produtos registrados no período, quer sejam de comportamento fixo ou variável”.

O autor Wernke (2005), define o método de custeio ABC como uma alocação de todos os custos indiretos aos produtos por meio de atividades que sejam decorrentes de uma junção de recursos financeiros, materiais, humanos e tecnológicos, que tem o objetivo a produção de bens e serviços. Para o autor o sistema de custeio ABC é muito importante e um dos mais utilizados, trata-se de uma ferramenta gerencial que traz informações de custos para uma variedade de objetivos,

incluindo a geração de relatórios financeiros.

Leone (2000) diz que o método de custeio variável ou direto traz uma apropriação e contribuição gerencial, oferecendo relatórios que contribuem e auxiliam no gerenciamento da entidade, onde são considerados apenas custos variáveis dos produtos vendidos e apurando-os, os custos fixos são colocados diretamente na conta final de resultado, pois nesse método a ideia é que independente da produção da empresa, os custos fixos ocorrerão, dispensando a necessidade de qualquer tipo de rateio, apenas confrontando esses valores com os da receita líquida do período desejado.

2.2 METODOLOGIA

O estudo de caso foi realizado em uma empresa do ramo de equipamentos agrícolas, localizada na cidade de Pranchita – PR, especializada na produção e venda de maquinários, tendo sua linha de frente voltada para os pulverizadores.

Lakatos e Marconi (2003, p. 17), definem metodologia científica:

Metodologia Científica, mais do que uma disciplina, significa introduzir o discente no mundo dos procedimentos sistemáticos e racionais, base da formação tanto do estudioso quanto do profissional, pois ambos atuam, além da prática, no mundo das idéias. Podemos afirmar até: a prática nasce da concepção sobre o que deve ser realizado e qualquer tomada de decisão fundamenta-se naquilo que se afigura como o mais lógico, racional, eficiente e eficaz.

A pesquisa foi realizada através do método comparativo, tendo em vista que o mesmo relacionou dados com o objetivo de demonstrar uma variável. Segundo Fachin (2005) esse método investiga fatos e explica-os por meio de diferenças e semelhanças, abordando fatos de natureza análoga, com finalidade de identificar o que é comum entre ambos.

Feito por meio de pesquisa explicativa e exploratória, com o objetivo de familiarização com o problema em questão e identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

Gil (2010, p.41) define pesquisa exploratória:

Têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Pesquisa explicativa segundo Gil (2008, p. 28).

São aquelas pesquisas que têm como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas. Por isso mesmo é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente.

A abordagem do problema se deu através de pesquisa quantitativa, pois trouxe dados, números e estatísticas, sendo também pesquisa Bibliográfica, pois teve base em materiais, estudos publicados em livros, artigos, revistas, entre outros. (GIL, 2010).

Além dos estudos já publicados, foram utilizadas outras fontes, dessa forma a pesquisa também foi documental, que possui mera semelhança com a bibliográfica. A pesquisa bibliográfica é bastante utilizada pois apresenta diversas ideias que os autores possuem sobre o tema em questão e já na pesquisa documental o tratamento não é analítico e consegue ser criado de acordo com os objetivos da pesquisa.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

A agricultura vem crescendo exponencialmente nos últimos anos, devido a demanda que se apresenta, e o auxílio da tecnologia a ela empregada. A procura por produtos e equipamentos agrícolas também aumentou para suprir a necessidade de grandes produções.

Com o rendimento em alta, os agricultores aproveitam ganhos a mais para aumentar a área plantada e investir, claro. As principais aquisições foram implementos agrícolas e novas máquinas. É assim que podemos começar a explicar a explosão da venda de máquinas mesmo diante de um cenário tão inexplicável, como a pandemia (PINTO, 2021, Online).

Nesse sentido, para que as safras mantenham grandes produtividades, é essencial um manejo adequado, onde o controle de pragas, doenças e plantas daninhas, não interfiram reduzindo o resultado final da cultura.

Dessa forma, podemos citar que os pulverizadores agrícolas são um dos equipamentos mais procurados, em razão de que aumenta a produtividade da lavoura, pois com o uso dessa máquina é possível aplicar a quantidade desejada e correta de produtos como agroquímicos, fertilizantes e nutrientes em uma plantação, ampliando a eficiência da aplicação e expandindo a produção e também auxilia na redução de

custos com insumos, é de fundamental importância para a agricultura (MORAES, 2021).

Essa linha de equipamento, divide-se em alguns modelos, sendo pulverizadores costais manual e motorizado, pulverizadores tratorizados de barras e com mangueira e pistola de pulverização, pulverizadores autopropelidos e aeronaves pulverizadoras.

O estudo foi realizado com base em dois modelos de equipamento, pulverizador tratorizado com barras 650 litros e 850 litros de uma empresa de equipamentos agrícolas, situada no Sudoeste do Paraná.

No setor agroindustrial a pandemia trouxe impactos que atingiram drasticamente os seus meios de produção, a grande dificuldade das empresas foi a compra dos principais materiais para desenvolvimento dos seus produtos.

Todo esse processo que dificultou a compra de matéria prima pelas empresas foi devido aos meios adotados para combater o avanço da pandemia, aderindo ao distanciamento social, devido à falta e escassez de matéria prima no mercado os preços subiram aceleradamente e o custo de produção só aumentou, tornando o produto cada vez mais caro para o consumidor. Conforme a Confederação Nacional da Indústria (2020, p. 11) destaca que:

68% das indústrias estão enfrentando dificuldades para conseguir insumos ou matérias-primas produzidas no país, sendo que 24% afirmam ter muita dificuldade. A situação é mais grave entre as empresas de pequeno porte, entre as quais 70% têm essa dificuldade, contra 66% nas grandes.

O ferro um dos principais produtos para a produção de pulverizadores, vem sofrendo desde o início da pandemia, com a queda de produção e aumento de preço. O custo do ferro aumentou muito, sem contar a dificuldade em encontrar o material no mercado, muitos empresários buscaram antecipar compras para conseguir passar um cronograma, uma possível data de entrega para seus clientes, porém, esse método nem sempre funcionou, pois, os fornecedores não estavam mais conseguindo atender pedidos dentro do prazo normal.

Durante o lockdown a capacidade de produção dos principais produtores de minério foram envolvidas. As grande siderúrgicas precisaram reduzir a sua capacidade produtiva, desligando algumas maquinas e fechando algumas linhas de produção. Porém a China maior produtora de ferro manteve sua produção aquecida e não diminuiu a sua produção, assim a demanda grande aliada quando o assunto é capacidade, encontrou poucos produtos à venda, reduziu estoques, causando um aumento de preço geral nesse setor, o ferro sofreu um aumento significativo no ano

de 2020 (ALVES, 2020).

Mas não se trata somente do ferro, vários componentes utilizados em equipamentos agrícolas encontram-se escassos no mercado, esse desfalque ocorre no momento em que as empresas não possuem estoque.

O Indicador de Custos Industriais, da Confederação Nacional da Indústria (CNI) subiu 8,6% no terceiro trimestre de 2020 em relação ao trimestre anterior. Esse aumento acendeu um sinal de alerta na indústria, principalmente porque a série recente mostra o aumento crescente dos custos relacionados aos bens intermediários, nacionais e importados. Esses custos tiveram alta de 5,3% no terceiro trimestre de 2020, após um reajuste de 6,2% no trimestre anterior (NICACIO, 2021, Online).

Dessa maneira pode-se perceber que todos os componentes de fabricação de um pulverizador sofreram aumento, conforme as tabelas de custos apresentadas abaixo, é possível verificar que a mão de obra teve um aumento aproximado de 49%, a pintura 36%, ferragens 70%, ferro 49%, polipropileno 63%.

Tabela 1 – Custo individual Pulverizador 650 litros

PULVERIZADOR 650L			
ITENS	2019	2020	%
Mão de obra	R\$ 900,00	R\$1.330,00	47,8%
Pintura	R\$ 700,00	R\$ 945,00	35%
Ferragens	R\$ 80,00	R\$ 136,00	70%
Ferro	R\$6.500,00	R\$9.555,00	47%
Polipropileno	R\$2.500,00	R\$4.000,00	60%
Custos indiretos de fabricação	R\$1.720,00	R\$2.050,00	19%

Fonte: Autores, 2021.

Tabela 2 – Custo individual Pulverizador 850 litros

PULVERIZADOR 850L			
ITENS	2019	2020	%
Mão de obra	R\$1.000,00	R\$1.500,00	50%
Pintura	R\$ 800,00	R\$1.100,00	37,5%
Ferragens	R\$ 100,00	R\$ 170,00	70%
Ferro	R\$9.000,00	R\$13.550,00	50,5%
Polipropileno	R\$3.000,00	R\$4.950,00	65%
Custos indiretos de fabricação	R\$2.100,00	R\$ 2.730,00	30%

Fonte: Autores, 2021.

As tabelas 1 e 2 apresentam os custos de cada pulverizador, mostrando individualmente o custo de cada material, sendo ferragens, ferro, polipropileno, pintura, custos indiretos de fabricação e mão de obra utilizado para sua fabricação, dessa forma torna-se possível perceber que os custos de um ano para o outro para sua aquisição e produção, antes e após o início da pandemia tiveram grande aumento e de forma acelerada, e ambos os equipamentos, pulverizador 650 litros e 850 litros sofreram aumentos de custos superiores a 45%.

Na empresa em estudo foram calculados os custos totais de produção de cada equipamento, e foram destacados os seguintes valores:

Tabela 3 - Custo de produção (TOTAL)

Equipamento	Ano 2019 (R\$)	Ano 2020 (R\$)	%
Pulverizador 650L	R\$12.500,00	R\$ 18.500,00	48%
Pulverizador 850L	R\$ 16.000,00	R\$ 24.000,00	50%
Sist. Comando Elétrico	R\$ 4.500,00	R\$ 7.000,00	55,5%
Kit Barra 14m	R\$ 6.000,00	R\$ 8.000,00	33,4%
Kit Barra 16m	R\$ 7.000,00	R\$ 9.250,00	32,2%

Fonte: Autores, 2021.

Através dessa tabela verifica-se o aumento no custo final de cada item, no ano de 2019 o pulverizador 650 litros custava R\$ 12.500,00 para fabricação, qual passou a custar R\$ 18.500,00 em 2020, da mesma forma o pulverizador 850 litros aumentou de R\$ 16.000,00 para R\$ 24.000,00 em 2020, e ainda é observado os valores de 3 itens complementares dos pulverizadores, o sistema de comandoelétrico que passou de R\$ 4.500,00 em 2019 para R\$ 7.000,00 em 2020, kit barra 14metros aumentou de R\$ 6.000,00 para R\$ 8.000,00 e o kit barra 16 metros custava R\$ 7.000,00, no ano de 2020 passou a custar R\$ 9.250,00.

Apesar de todo o aumento ocorrido nos custos de produção, matéria-prima, mão-de-obra, entre outros, o setor de maquinários agrícolas se manteve em alta e ainda se elevou a busca por equipamentos dessa espécie mesmo com o valor de venda elevado.

Na empresa em estudo a procura por maquinários, especialmente os pulverizadores agrícolas, também tiveram grande aumento e as vendas subiram demasiadamente devido a necessidade de suprir a demanda de produção agrícola.

Na tabela abaixo estão expostos os valores que o equipamento pulverizador e complementos era repassados ao consumidor final no ano de 2019 antes do início da pandemia do COVID-19 e o valor em 2020 após o início da pandemia. É possível analisar e identificar que esses valores tiveram um grande aumento, em média aproximada de 40%.

Tabela 4 - Valores utilizados para venda de pulverizadores

Equipamento	Ano 2019 (R\$)	Ano 2020 (R\$)	%
Pulverizador 650L	R\$25.000,00	R\$37.000,00	48%
Pulverizador 850L	R\$32.000,00	R\$48.000,00	50%
Sist. Comando Elétrico	R\$9.000,00	R\$14.000,00	33,4%
Kit Barra 14m	R\$12.000,00	R\$16.000,00	32,1%
Kit Barra 16m	R\$14.000,00	R\$18.500,00	28,6%

Fonte: Autores, 2021.

A partir dessa tabela pode-se afirmar que o valor de venda se elevou sobremaneira, sendo R\$ 12.000,00 a mais no valor final do pulverizador 650 litros, e R\$ 16.000,00 no pulverizador 850 litros, e esse aumento estendeu-se também para os equipamentos de complementação, de 2019 para 2020 o sistema de comando elétrico teve crescente de R\$ 5.000,00 e os Kits Barra R\$ 4.000,00 e R\$ 4.500,00 respectivamente.

As montadoras de máquinas e equipamentos agrícolas precisaram fazer reajustes nos seus preços de venda, isso devido a necessidade de incluir o aumento de gastos com peças, materiais e produtos importados, que possuíram um grande reajuste no seu valor, aumento ocasionado devido à valorização do dólar. Mas a seu favor foi a alta rentabilidade de produtores de grãos no Brasil, esse foi um dos poucos setores que conseguiram obter margens positiva mediante ao cenário vivenciado durante o pico da pandemia (FIGUEIREDO, 2020, Online).

Dessa forma, verifica-se que mesmo diante desse grande aumento de valor para venda final dos produtos, a empresa estudada não teve suas vendas reduzidas, é possível observar que as vendas dessa entidade se elevaram, conforme demonstrado abaixo, identificamos o seguinte:

Tabela 5 – Quantidade vendida de pulverizadores

EQUIPAMENTO	UNIDADE /2019	UNIDADE/ 2020	%
Pulverizador 650L	580 unidades	740 unidades	27,7%
Pulverizador 850L	620 unidades	860 unidades	39%
Sistema de Comando elétrico	790 unidades	1020 unidades	29%
Kit Barra 14m	425 unidades	570 unidades	34%
Kit Barra 16m	510 unidades	675 unidades	32,5%

Fonte: Autores, 2021.

Diante da tabela nota-se a diferença entre o ano de 2019 antes do início da pandemia e o ano de 2020 após ter se iniciado a mesma, verifica-se que todos os itens tiveram suas vendas ampliadas entre 140 a 300 unidades a mais do que eram vendidas durante 1 ano. Isso tudo se dá pelo fato de que a agricultura está cada vez mais forte e a demanda de consumo muito maior, os agricultores para suprir toda essa necessidade de produção, investem em equipamentos que tragam mais eficácia de produção, e os pulverizadores são grandes aliados nesse sentido.

Depois de um período de incertezas pela pandemia, a indústria de máquinas agrícolas do Brasil pode fechar o ano no azul, com alta de 5% a 10% nas vendas ao agricultor (FIGUEIREDO, 2020, Online).

3 CONCLUSÃO

Com a conclusão deste estudo de caso, o objetivo foi verificar e demonstrar os fenômenos econômicos causados pela pandemia do Covid-19 na empresa, visando apresentar todos os custos dos equipamentos pulverizadores nos anos de 2019 e 2020, portanto afirma-se que esse e outros objetivos elencados anteriormente foram atingidos, pois foi possível mensurar todos os custos paraprodução de cada modelo de pulverizador no ano de 2019 antes de ter se iniciado a pandemia e no ano de 2020 após o início da mesma, e com isso demonstrou-se que houve um aumento considerável nesses custos de produção.

Este estudo ainda permitiu verificar que os equipamentos apesar do grande acréscimo que tiveram, suas vendas somente se alavancaram devido a demanda de consumo que o mercado apresenta, ainda nesse quesito, a empresa teve

aproximadamente 430 itens vendidos a mais no ano de 2020 em relação ao ano de 2019, permanecendo aquecido o mercado.

Através das análises e dados levantados nesse trabalho, as informações poderão auxiliar pesquisadores futuros, e também foram de grande importância para a empresa e para os acadêmicos, pois possibilitou levantar conhecimento sobre um assunto muito atual.

Sugere-se que esse artigo seja explorado em pesquisas futuras, pois contém informações da atualidade e de grande relevância, que aliam a contabilidade ao setor agrícola, e pode proporcionar um melhor desenvolvimento nos estudos dessa área e um aperfeiçoamento para os profissionais contábeis.

REFERÊNCIAS

ALVES, Felipe. **Mercado de minério de ferro deve ficar pressionado em 2021**. Disponível em <https://www.google.com.br/amp/s/www.euqueroinvestir.com/minerio-ferro-pressionado-2021-eleven/amp/>> Acesso em: 15 out. 2021.

BASSO, Irani Paulo. **Contabilidade Geral Básica**, 3. ed. Ijuí: Unijuí, 2005.

BERBEL, José Divanil Spósito. **Introdução a Contabilidade e Análise de Custos**. São Paulo: Editora STS. 2017.

BORNIA, Antônio Cezar. **Análise gerencial de custos em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRACHER, Cristiane; NEU, Márcia Adriana; BOFF, Marines Lucia. **Ética profissional: entendimento dos acadêmicos de Ciências Contábeis da Unoesc**. Revista Unoesc & Ciência – ACSA Joaçaba, v. 1, n. 1, p. 31-38, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://editora.unoesc.edu.br>> Acesso em: 04 jun. 2020.

BRUNI, Adriano Leal.; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preço**: com aplicação na calculadora HP 12C e excel. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BRUNI, Adriano Leal e GOMES, Sandra Maria da Silva. **Controladoria Empresarial: Conceitos, Ferramentas e Desafios**. Salvador: EDUFBA, 2010.

CALDERELLI, Antônio. **Enciclopédia contábil e comercial brasileira**. 27ª. ed. São Paulo: CETEC, 2002.

COELHO, Kemelem Cistina. FREITAS, Luis Carlos de. **Inovações tecnológicas e custo operacional de tratores agrícolas.** Disponível em: <<https://www.dracena.unesp.br/Home/Eventos/imast/040.pdf>> Acesso em: 15 out. 2021.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade de Custos.** 3ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia.** 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

FAMPER – Faculdade de Ampére. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos.** Ampére - PR, 2007.

FAVERO, Hamilton Luiz; et. al. **Contabilidade: teoria e prática.** São Paulo: Atlas.1997.

FIGUEIREDO, Nayara. **ENFOQUE - Indústria de máquinas agrícolas sobe preço Brasil para mitigar custos com câmbio.** Disponível em <<https://www.google.com.br/amp/s/noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/reuters/2020/06/10/enfoque-industria-de-maquinas-agricolas-sobe-preco-no-brasil-para-mitigar-custos-com-cambio.amp.htm>> Acesso em: 15 out. 2021.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral.** 23 ed. São Paulo: Atlas,1997.

FERREIRA, Ricardo. **Contabilidade Básica.** 7ª ed. Rio de Janeiro: Editora Ferreira,2009.

FORTES, José Carlos. **Manual do contabilista:** Uma abordagem Teórico-Prática da profissão Contábil. São Paulo: Saraiva, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª ed. 12ª reimpr. São Paulo:Atlas, 2009.

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

HIGÁ, N; ALTOÉ, S. M. L. **Contabilidade em processo: da escrituração à controladoria.** Curitiba: InterSaberes, 2015.

INDÚSTRIA, Confederação Nacional da. **Sondagem especial.** Brasília: CNI 2020. Disponível em:

<https://static.portaldaindustria.com.br/media/filer_public/b2/c8/b2c859b6-9f6b-4bbc-ba6e-fb93e8601c28/sondespecial_mercadodeinsumosemateriasprimas.pdf> Acesso em: 15 out. 2021.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de Contabilidade de custos** – São Paulo: Atlas, 1997.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos - Planejamento, Implantação e Controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos um enfoque administrativo volume I**. 14ª ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2001.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LIMA, Eugenize Bezerra. **Contabilidade de Custos**. Disponível em: <<http://webserver.crcrj.org.br/APOSTILAS/A0084P0449.pdf>>. Acesso em: 09 jun. 2020.

LUZ, Érico Eleutério da. **Teoria da Contabilidade**. Curitiba: Intersaberes, 2015.

MAHER, Michael. **Contabilidade de custos: criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas, 5ª ed, 2003.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**; 10 ed. 2009. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Rural**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 11ª Ed. Atlas. São Paulo, 2005.

MARTINELLI, Gilmar Mário. **A Evolução Histórica e Noções Básicas de Contabilidade**. disponível em: <http://www.escriitoriomartinelli.cnt.br/monografia.htm>; acesso em: 14 abr. 2020.

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

Contabilidade de custos. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. MORAES, Michelly.

Pulverizador

Agrícola: Conheça os principais tipos.

Disponível em <<https://agropos.com.br/pulverizador-agricola/>> Acesso em: 15 out. 2021.

NEVES, Silvério das; VICECONTI, Paulo Eduardo V. **Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo**. 7. ed. São Paulo: Frase Editora, 2003.

NICACIO, Adriana. **Custo da indústria subiu 8,6% com alta no preço de insumos e matérias-primas.** Disponível em

<<https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/economia/custo-da-industria-subiu-86-com-alta-no-preco-de-insumos-e-materias-primas/>> Acesso em: 15 out. 2021.

NOBLE, Howard S. **Princípios de Contabilidade.** São Paulo: Brasileira, 1956.

OLIVO, Ana Maria; BOSCHILIA, Luiz. **Contabilidade Geral e Gerencial: conceitos introdutórios para os cursos superiores de tecnologia.** Florianópolis: Publicação do IF-SC, 2012.

PINTO, Flavio. **Setor de máquinas no segundo semestre: quais as perspectivas para a reta final de 2021?.** Disponível em

<<https://www.google.com.br/amp/s/blog.superbid.net/setor-de-maquinas-no-segundo-semester-de-2021/amp/>> Acesso em: 15 out. 2021.

REBELATTO, Daisy. **Projeto de Investimento.** Edição 1. Editora Manole. 2004.

RIBEIRO, José Francisco; LOPES, Jorge; PEDERNEIRAS, Marcleide. **Estudando Teoria Da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2009.

SÁ, Antônio Lopes de. **Luca Pacioli: Um Mestre do Renascimento.** 2ª. Edição. Brasília: Fundação Brasileira de Contabilidade, 2004.

SANTOS, Marinéia Almeida. **Contabilidade de Custos.** Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/30859/1/eBook%20Contabilidade%20de%20Custos%20UFBA.pdf>>. Acesso em: 09 jun. 2020.

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

WALTER, Milton Augusto. **Introdução à Contabilidade: uma metodologia moderna para ensino da contabilidade.** 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 1987.

WERNKE, Rooney. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais.** São Paulo: Saraiva, 2005.

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: indicação da melhor modalidade do lucro real para empresa do ramo cerealista de Salto do Lontra PR

Jônatas Gonçalves¹

Matheus Luchtemberg Vansso²

Gilmar Antonio Vedana³

RESUMO

A contabilidade é uma ciência voltada ao registro e controle do patrimônio, principalmente das empresas. Então, através desta ciência, quantificam-se todas as operações patrimoniais da entidade econômica e as declaram ao fisco na intenção de informar a situação da mesma quanto ao cumprimento da legislação fiscal. E, de acordo com o porte da empresa, surgem os regimes sobre os quais se aplica as legislações específicas (Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real). O Lucro Real, assim como os demais, é o regime tributário que determina a forma de apuração de Impostos das empresas, sobre tudo o Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL). Contudo, neste regime, têm-se duas formas de apurar os tais impostos, sendo elas, anual ou trimestral, que fornecem ao empresário a possibilidade de pagar um valor mais vantajoso. Pensando nisso, foi elaborado este estudo de caso, através dos demonstrativos contábeis e impostos recolhidos no exercício de 2019 e 2020 de uma empresa comerciante de cereais, cuja apuração atual é anual, e então comparada à apuração trimestral. Dos resultados obtidos, o presente trabalho mostra a tamanha diferença que pode haver entre dois estilos de cálculo dentro do lucro real. Também exemplifica que a apuração do Imposto de Renda e da Contribuição Social não só apura os valores dos impostos a recolher como também possibilita avaliar o nível sazonal da organização. Por fim, a pesquisa se concretiza que o cálculo mais benéfico para empresa é o Lucro Real Anual, podendo ser ele por presunção, com base nas receitas mensais acumuladas, ou por redução, apurado conforme o resultado total, sendo este mensal acumulado.

Palavras-chave: Contabilidade. Lucro Real. Anual. Imposto de Renda. Trimestral.

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade surge com a necessidade humana de elaborar um levantamento de seu patrimônio, visando controle e estabilidade. Por isso esta ciência é tão importante para o desenvolvimento social e, principalmente, econômico.

Partindo desta premissa, tem-se a sistematização dos métodos contábeis para gerenciar as empresas e garantir que as mesmas continuem a prosperar como dita o princípio contábil da “continuidade”.

¹ Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021 jntsgoncalves.cont@gmail.com

² Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021
matheus.luchtemberg@gmail.com

³ Mestre em Gestão Organizacional pela UNIOESTE (Universidade Estadual do Oeste do Paraná). Professor da FAMPER (Faculdade de Ampére) gilmarvedana@hotmail.com.br

Sem dúvidas o planejamento tributário é uma das melhores formas que uma empresa pode encontrar para reduzir sua carga tributária, quando efetuado de maneira correta tende a trazer benefícios rentáveis para a organização. Levando em consideração que os regimes tributários têm suas vantagens e desvantagens, precisa-se de uma análise minuciosa para determinar a melhor forma de recolher o Imposto de Renda e a Contribuição Social.

Crepaldi (2021, p.4) descreve que “o planejamento tributário é a determinação de uma série de procedimentos conhecidos como formas de economia de imposto e é necessidade premente a todos os contribuintes”. E ainda orienta que o objetivo é sistematizar as formas de apuração, criando assim uma gestão tributária.

O aumento na busca por profissionais contábeis capacitados para tal levantamento, tanto em determinar qual o melhor regime, como em desenvolver meios vantajosos de estar em dia com suas obrigações ao fisco, tem aumentado grandemente nos últimos anos, isso ocorre por conta das atualizações recorrentes da legislação, que se tornam cada vez mais frequentes.

Dito isto, este estudo tem por objetivo evidenciar a melhor forma de apuração do Lucro Real da empresa Cerealista Ltda, levando ao problema: Qual a melhor forma de apurar o IRPJ e a CSLL através do Lucro Real, trimestral ou anual?

Quanto aos objetivos específicos: Abordar brevemente a evolução tributária do Brasil, descrever as principais características dos três regimes (Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real), diferenciar o cálculo anual do trimestral pelo regime do lucro real, apurar os resultados obtidos e apresentar a conclusão contemplando qual delas trás mais vantagem para a empresa em questão.

Sobre tudo, este trabalho se dividiu em três partes, iniciando pela introdução que aborda o tema e a finalidade deste estudo; o referencial teórico, que tem por objetivo certificar de que este estudo está cientificamente comprovando e, através da história, evidências e conceitos, levando a terceira parte que é a conclusão dos resultados abordados e qual o resultado obtido com esta pesquisa nos termos dos autores.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1 História da contabilidade

Segundo, Sá (2014), a contabilidade é a primeira ciência de organização social a ser aplicada em toda a história da humanidade. Ele diz que a contabilidade deu origem a outros grandes segmentos de estudo, como o direito, pois a prática de contabilizar bens necessitou da criação de determinados regulamentos para estabelecer os limites sociais.

Para Oliveira e Nagatsuka (2000) o sistema de registro de bens já existe desde 10.000 anos a.C. uma vez que está prática visava controlar o patrimônio de pessoas da alta classe social como, reis, faraós, comerciantes, etc. Que deu início a contabilidade contemporânea.

Conforme Ludícibus e Marion (2008), mesmo antes da escrita já havia a contabilidade como inventário dos bens retidos pelos homens, mostrando assim que está ciência é tão antiga quanto o próprio homem. E esta aplicação contábil se dava de forma empírica, através do uso de figuras para representar seus bens conquistados, tornado este método uma forma de quantificar e controlar os recursos familiares.

Alves (2017) afirma que a idéia de controlar os bens pessoais, surgiram das próprias pessoas e conforme se dava as novas descobertas essa técnica se aprimorava para satisfazer as necessidades humanas.

2.1.2 Surgimento da contabilidade no Brasil

Os escritores Coelho, Taveira e Botini (1999) afirmam que no período de colonização a coroa portuguesa designava pessoas para controlar a distribuição de mercadorias enviadas a Portugal.

De acordo com Ludícibus e Marion (2008) a ciência de contabilizar foi ganhando cada vez mais notoriedade e obrigatoriedade. La pelos anos 60, o profissional contábil ganhou o nome de guarda-livros, mas na década de 70 o contabilista passou a ser reconhecido com o título devido.

Para Alves (2017) a contabilidade brasileira sofreu a influência de duas escolas, a italiana e a americana. Surgindo, só em 1902, a primeira escola brasileira de contabilidade intitulada “Fundação de Ciências Econômicas e Administrativa da Universidade de São Paulo” (FEA-USP).

2.1.3 Surgimento e evolução da tributação brasileira

Herdando a forma tributária da cora portuguesa, em 1843, a lei nº 317, artigo 23, estabelece a declaração do Imposto de Renda (IR) contendo uma alíquota ente 2% a 10% sobre os vencimentos provenientes dos cofres públicos. Em 1867, o IR ganha uma alíquota geral de 3% e neste mesmo ano tem-se a alíquota de 1,5% pago pelas S/A. Mas em 1891 esse imposto foi extinto, voltando apenas em 1922 juntamente com o imposto sob vendas e consignações que posteriormente originou o ICMS, inicialmente com a alíquota de 0,25%.

Neste período, de idas e vindas, o Brasil passava pela busca de sua independência, com isso vinha à relutância do estado de minas gerais em pagar 1/5 de todas suas extrações, tal ação mantinha a carga tributária abaixo dos 20% do PIB (Produto Interno Bruto). No entanto em 1995, após a independência e o surgimento da constituição de 1988, que resultou numa breve estabilidade econômica, a carga tributária apresentava 27% do PIB brasileiro, que desencadeou o aumento de impostos fazendo com que, de um século para o outro, chegássemos a ter uma carga tributária representando 30% do PIB, isto é, num período de 5 (cinco) anos.

Com este aumento gigantesco de tributos, emerge os regimes tributários com o objetivo de controlar a arrecadação de impostos das entidades em suas operações comerciais. No ano de 1996, através da Lei Nº 9.430, é estabelecida a tributação pelo lucro real, qual nós iremos tratar neste artigo, que, dentre vários assuntos determina também a apuração do imposto de renda das pessoas jurídicas – IRPJ. Já os regimes Lucro Presumido e Simples Nacional surgem com as Leis Nº 9.718/98; Lei Nº 12.814/2013 e a Lei Complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006, respectivamente.

A gestão de tributos, que cada regime regulamenta, possui a finalidade de organizar o mundo dos negócios, dando ao contador a forma de registrar e apurar o fluxo tributário. De acordo com Crepaldi:

A atividade de gestão de tributos engloba a correta organização do mundo empresarial, mediante o emprego de contratos, fórmulas jurídicas e estruturas societárias que permitam excluir, reduzir ou adiar os encargos tributários que oneram a empresa. Não se pode deixar de mencionar o trabalho de organização contábil da empresa, da correta escrituração dos tributos devidos, dos reflexos contábeis e fiscais das transações comerciais que são elementos relevantes no trato da rotina fiscal. (CREPALDI, 2012. p. 77).

E, para melhor definir o conceito de tributo, temos o Código Tributário Nacional (CTN), que em seu artigo 3º diz que:

Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada (BRASIL, 1966).

Melo esclarece a respeito do sistema tributário da Constituição Federal, dizendo o seguinte.

A Constituição Federal engendrou um peculiar sistema tributário, estabelecendo as materialidades que podem ser objeto de exigência pelos Poderes Públicos, conformados e balizados por princípios genéricos e específicos, bem como os tipos de tributos (impostos, taxas, contribuições de melhoria, empréstimos compulsórios e contribuições sociais, de intervenção no domínio econômico e de interesse das categorias econômicas e profissionais). Outrossim, contempla os direitos e garantias individuais outorgados aos cidadãos e às demais pessoas privadas, inclusive no que tange à matéria tributária, o que constitui um autêntico estatuto do contribuinte. (MELO, 2005. p. 50–51).

2.2.4 Simples Nacional

Instituído pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, o simples nacional emerge como regime especial para Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), sendo consideradas sociedades simples com a finalidade de facilitar pequenos empreendimentos no país.

O Art. 3, desta lei, determina alguns critérios de enquadramento deste regime, sendo eles: para microempresa a receita bruta deve ser igual ou inferior a R\$360.000,00 no período de um ano, sendo distribuídos proporcionalmente pelo número de meses. Já as empresas de pequeno porte devem apresentar no ano-calendário a receita bruta superior a R\$360.000,00 e inferior a R\$4.800.000,00, também deve ser dividido proporcional ao número de meses.

Ainda neste artigo abordam-se os casos em que o pequeno empresário é participante de outras sociedades, o máximo que ele pode participar é de 10% do capital de outra sociedade nacional de empresa não optante pelo simples nacional.

Para a apuração de impostos o simples nacional cumpre com o Art. 13, da Lei Complementar nº 123, que tem dispõe da obrigatoriedade de impostos e contribuições: IRPJ; IPI (observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo); CSLL; COFINS (observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo); PIS/Pasep (observado o disposto no inciso XII do § 1º deste artigo); CPP (Contribuição Patronal Previdenciária); ICMS e; ISS.

Quanto à declaração de imposto de renda (IRPJ) sobre empresas deste regime, temos os anexos de I ao VI, da Lei Complementar 123/06, que, de acordo com a atividade prestada pela empresa, determina a alíquota dos impostos atribuídos ao regime, calculados com base na receita bruta anual da empresa.

Entre os anexos VI e III, das atividades de serviços prestados, ocorre o calculo do fator R, determinado pelo art. 18 desta lei, cuja formula é: $R = \text{Folha de Pagamento} + \text{Pró-labore (em 12 meses)} / \text{Receita Bruta (em 12 meses)}$.

2.2.5 Lucro Presumido

O entendimento do lucro presumido nada mais é que a presunção atribuída pelo fisco, isto é, o lucro da empresa caso não existisse a contabilidade. Contudo, determinadas organizações possui uma escrituração contábil completa, seguindo a normas e princípios contábeis atualizados, e ainda assim escolhem a tributação fundamentada através do lucro presumido. Fato este que se dá pela ausência de informações relevantes ao planejamento tributário, ou a escassez de um profissional qualificado para o cargo (CREPALDI, 2021).

A opção pelo lucro presumido surge com o art. 13 da lei nº 9.718/98, para entidades econômicas, cujo faturamento seja igual ou inferior a R\$ 78.000.000,00 de reais, referente ao ano-calendário anterior, ou R\$ 6.500.000,00 multiplicado pelo número de meses do ano (BRASIL, 1998).

Sendo um dos regimes normais, juntamente com o lucro real, neste se enquadra todas as empresas não obrigadas a optarem pelo lucro real e que tenham o faturamento acima mencionado.

Com a publicação da lei nº 12.973/2014, o art. 12 veio repontar diretamente pela receita bruta aplicada aos tributos federais, compondo: “I – o produto da venda de bens nas operações de conta própria; II – o preço da prestação de serviço em geral; III – o resultado auferido nas operações de conta alheia”.

2.2.6 Lucro Real

O Lucro Real é um regime tributário fundamentado em leis específicas de arrecadação de IPRJ (Imposto de Renda de Pessoa Jurídica) e o CSLL (Contribuição Social Sob Lucro Líquido), também conhecido como “Regime Geral”, que por sua vez é o mais complexo dentre os Regimes Tributários.

A apuração do IRPJ, no Lucro Real, se dá através do lucro da empresa de acordo com a legislação fiscal vigente. Uma vez que a empresa não possui lucro, não haverá IRPJ, pois, além de aumentar o prejuízo, não condiz com a lógica de que se tem a arrecadação somente sobre o lucro real da mesma.

Como acima citado, temos a Lei Nº 9.718/98, Art. 14, que define quem está obrigado a submeter ao regime do Lucro Real:

I - cuja receita total no ano-calendário anterior seja superior ao limite de R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) ou proporcional ao número de meses do período, quando inferior a 12 (doze) meses; (Redação dada pela Lei nº 12.814, de 2013)

II - cujas atividades sejam de bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedades de crédito imobiliário, sociedades corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidoras de títulos e valores mobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta;

III - que tiverem lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior;

IV - que, autorizadas pela legislação tributária, usufruam de benefícios fiscais relativos à isenção ou redução do imposto;

V - que, no decorrer do ano-calendário, tenham efetuado pagamento mensal pelo regime de estimativa, na forma do art. 2º da Lei nº 9.430, de 1996;

VI - que explorem as atividades de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção e riscos, administração de contas a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços (factoring).

VII - que explorem as atividades de securitização de créditos imobiliários, financeiros e do agronegócio. (Incluído pela Lei nº 12.249, de 2010).

O meio de arrecadação dos tributos do regime Lucro Real se dá através do DARF (Documento de Arrecadação de Receitas Federais) que irão informar as seguintes exações: Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ), Contribuição Social Sobre Lucro Líquido (CSLL), Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição Para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS).

Para a apuração do IR e da CS temos o cálculo anual e trimestral do lucro real. No cálculo anual, que pela receita é o mais correto a se fazer, o lucro real é o lucro contábil ajustado por adições, exclusões ou compensações prescritas pela legislação fiscal. O lucro real anual também pode ocorrer por estimativa, assemelhando-se ao lucro presumido, sendo este apurando mensalmente com base no faturamento, podendo ocorrer isenções. Já o Lucro Real Trimestral será calculado ao final de cada trimestre civil não podendo somar o prejuízo integral do trimestre anterior, apenas 30%. (CREPALDI, 2019).

2.2 METODOLOGIA

Um estudo de caso elaborado com base nos resultados demonstrados nas apurações da empresa Cerealista Ltda, localizada em Salto do Lontra, Paraná, cuja atividade econômica é armazenar e comercializar cereais, abrangendo a região sul do país.

Para levantamento dos resultados utilizamos o método de (CREPALDI, 2012) que exemplifica o cálculo do lucro real apurado de forma anual e trimestral.

Em relação à natureza, é uma pesquisa fundamentada nos princípios da Famper (2007) que caracteriza essa pesquisa como um meio objetivo de aumentar o conhecimento através da aplicação prática de métodos efetivos para solucionar problemas em torno do assunto pautado.

Quanto à bibliografia, os autores afirmam que está baseada em pesquisas didáticas, livros e outros artigos científicos para fundamentar os resultados obtidos, cujos dados foram

apurados com base nos demonstrativos da empresa em questão, principalmente do balancete de verificação.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Os resultados do presente trabalho foram apurados conforme o exemplo de Crepaldi (2019), onde mostra o cálculo do lucro real anual e trimestral:

1ª opção: lucro real trimestral

Prejuízo fiscal no 1º trimestre/2010: R\$ 500.000,00

Lucro real no 2º trimestre/2010: R\$ 100.000,00

Prejuízo compensável: 30% de R\$ 100.000,00 = R\$ 30.000,00

Lucro real após a compensação de prejuízo do 1º trimestre = R\$ 70.000,00

IRPJ e CSLL a pagar: R\$ 70.000,00 x 15% IRPJ + 9% CSLL + (70.000,00 – R\$ 60.000,00) x 10% adicional IRPJ = **R\$ 17.800,00**

2ª opção: lucro real anual (com balancetes de suspensão mensais)

Se a empresa optasse pelo lucro real anual, poderia levantar balancetes mensais, suspendendo o IRPJ e a CSLL. Nesse caso, o prejuízo em 30/6/2010 seria de: R\$ 500.000,00 (de 1/1/2010 menos R\$ 100.000,00 (de 1/4/2010 a 30/6/2010) = R\$ 400.000,00 de prejuízo. IRPJ e CSLL a pagar: **ZERO**. (CREPALDI, 2012. p. 137-138).

Percebe-se que na primeira opção (trimestral) mesmo o primeiro trimestre tendo um prejuízo fiscal maior que o lucro do segundo trimestre, foi compensando apenas 30% do prejuízo, tendo de pagar imposto sobre os outros 70%. Já na segunda opção (anual) sendo o prejuízo fiscal maior do que o lucro, a empresa continuou apresentando prejuízo fiscal, isentando-se de pagar o IR e a CS.

Abaixo, estão ambas as opções apuradas com base nos demonstrativos da empresa Cerealista Ltda.

2.3.1 Apuração de IRPJ e CSLL Anual

Crepaldi (2019) afirma que o IRPJ e a CSLL apurados da maneira anual será determinado mensalmente sobre a base de cálculo estimada, ou apurado em balanço ou balancete de suspensão ou redução, será pago até o último dia útil do mês subsequente àquele a que se referir.

Tabela 1: Apuração Anual – 2020

		IRPJ		CSLL	
JANEIRO	PRESUNÇÃO	R\$	114.617,98	R\$	59.620,71
	REDUÇÃO	R\$	11.157,44	-R\$	12.353,49
OPTOU					

FEVEREIRO	PRESUNÇÃO	R\$ 214.019,17	R\$ 116.540,63	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
MARÇO	PRESUNÇÃO	R\$ 201.237,10	R\$ 108.896,36	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
ABRIL	PRESUNÇÃO	R\$ 114.378,90	R\$ 62.604,61	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
MAIO	PRESUNÇÃO	R\$ 85.238,43	R\$ 40.949,17	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
JUNHO	PRESUNÇÃO	R\$ 39.634,76	R\$ 22.087,42	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
JULHO	PRESUNÇÃO	R\$ 55.021,84	R\$ 34.145,46	
	REDUÇÃO	R\$ 1.214,71	Prejuízo Fiscal	OPTOU
AGOSTO	PRESUNÇÃO	R\$ 71.098,88	R\$ 38.949,05	
	REDUÇÃO	-R\$ 11.034,83	Prejuízo Fiscal	OPTOU
SETEMBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 50.014,30	R\$ 28.469,00	
	REDUÇÃO	-R\$ 11.808,97	Prejuízo Fiscal	OPTOU
OUTUBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 79.215,38	R\$ 44.037,21	
	REDUÇÃO	R\$ 12.015,31	R\$ 7.359,29	OPTOU
NOVEMBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 128.867,79	R\$ 70.727,06	OPTOU
	REDUÇÃO	R\$ 229.732,81	R\$ 83.512,72	
DEZEMBRO	PRESUNÇÃO	R\$ -	R\$ -	
	REDUÇÃO	R\$ 135.491,86	R\$ 25.394,79	

Fonte: Autores (2021)

Tabela 2: Apuração anual de 2019

		IRPJ	CSLL	
JANEIRO	PRESUNÇÃO	R\$ 50.039,30	R\$ 22.101,13	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
FEVEREIRO	PRESUNÇÃO	R\$ 69.954,01	R\$ 38.299,43	
	REDUÇÃO	R\$ 52.321,79	R\$ 21.723,29	OPTOU
MARÇO	PRESUNÇÃO	R\$ 88.450,00	R\$ 48.160,00	
	REDUÇÃO	R\$ 20.565,63	R\$ 8.123,59	OPTOU

ABRIL	PRESUNÇÃO	R\$ 56.376,18	R\$ 30.335,49	
	REDUÇÃO	R\$ 10.754,23	R\$ 6.452,54	OPTOU
MAIO	PRESUNÇÃO	R\$ 84.748,12	R\$ 38.764,32	
	REDUÇÃO	R\$ 2.640,21	R\$ 1.584,13	OPTOU
JUNHO	PRESUNÇÃO	R\$ 40.705,82	R\$ 22.456,42	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
JULHO	PRESUNÇÃO	R\$ 63.008,90	R\$ 33.561,77	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
AGOSTO	PRESUNÇÃO	R\$ 40.725,49	R\$ 19.345,81	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
SETEMBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 47.491,00	R\$ 26.579,02	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
OUTUBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 129.754,13	R\$ 63.773,56	
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	OPTOU
NOVEMBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 75.886,50	R\$ 40.618,71	OPTOU
	REDUÇÃO	Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	
DEZEMBRO	PRESUNÇÃO	R\$ 111.821,90	R\$ 47.673,93	
	REDUÇÃO	R\$ 8.447,33	R\$ 5.068,40	Compensado

Fonte: Autores (2021)

Nota-se que a empresa apresenta uma sazonalidade significativa, por conta de sua atividade em comércio de cereais, tem uma grande volatilidade dependendo de vários fatores que fogem do controle humano, como o clima e tempo. Também pode se levar em conta o fato da empresa também trabalhar com contratos futuros, por exemplo, fecha um contrato de venda com determinada empresa de uma quantia de cereais a ser entregue após um período de 6 meses, a um preço de R\$95,00 por saca de 60 kg. Chegando no período de entrega, por fatores externos, o custo do produto a ser entregue está em R\$120,00 por saca de 60 kg, representando um prejuízo de R\$25,00 por saca.

2.3.2 Apuração de IRPJ e CSLL Trimestral

Para Crepaldi (2019) o IRPJ e a CSLL apurados na maneira trimestral poderão ser pagos em até três quotas mensais, iguais e sucessivas, vencíveis no último dia útil dos três meses subsequentes ao de encerramento do período de apuração a que corresponder.

Tabela 3: Apuração Trimestral – 2019

1° Trimestre 2019		Prej. Acm. IRPJ R\$390.022,39	Prej. Acm. CSLL R\$390.022,39
Janeiro	-R\$ 4.687,24		
Fevereiro	R\$ 335.533,13		
Março	R\$ 131.770,48		
Refis (+)	R\$ 11.143,61		
Prejuízo Day Trade (+) (Somente IR)	R\$ 6.546,85		
Lucro Trimestre IRPJ	R\$ 480.306,83	Lucro Trimestre CSLL	R\$ 473.759,98
Comp. Prej. Acumulado (-) IRPJ	-R\$ 144.092,05	Comp. Prej. Acumulado (-) CSLL	-R\$ 142.127,99
Lucro Real BC IRPJ	R\$ 336.214,78	Lucro Real BC CSLL	R\$ 331.631,99
IRPJ 15%	R\$ 50.432,22		
Adicional IRPJ 10%	R\$ 27.621,48		
IRRF Compensar (-)	-R\$ 4.426,09		
IRPJ	R\$ 73.627,61	CSLL 9%	R\$ 29.846,88
2° Trimestre 2019		Prej. Acm. IRPJ R\$245.930,34	Prej. Acm. CSLL R\$247.894,40
Abril	-R\$ 375.072,05		
Mai	-R\$ 81.178,07		
Junho	-R\$ 85.634,52		
Refis / Multa Trânsito (+)	R\$ 11.393,24		
Prejuízo Trimestre IRPJ	-R\$ 530.491,40	Prejuízo Trimestre CSLL	-R\$ 530.491,40
3° Trimestre 2019		Prej. Acm. IRPJ R\$776.421,74	Prej. Acm. CSLL R\$778.385,80
Julho	-R\$ 45.664,96		
Agosto	-R\$ 228.129,25		
Setembro	-R\$ 173.966,95		
Refis (+)	R\$ 7.552,03		
Prejuízo Day Trade (+) (Somente IR)	R\$ 63.667,41		
Prejuízo do Trimestre	-R\$ 376.541,72	Prejuízo Trimestre CSLL	-R\$ 440.209,13

4° Trimestre 2019		Prej. Acm. IRPJ R\$1.152.963,46	Prej. Acm. CSLL R\$1.218.594,93
Outubro	R\$ 428.379,27		
Novembro	R\$ 257.573,84		
Dezembro	R\$ 406.585,92		
Lucro do Trimestre IRPJ	R\$ 1.092.539,03	Lucro do Trimestre CSLL	R\$ 1.092.539,03
Comp. Prej. Acumulado (-) IRPJ	-R\$ 327.761,71	Comp. Prej. Acumulado (-) CSLL	-R\$ 327.761,71
Lucro Real BC IRPJ	R\$ 764.777,32	Lucro Real BC CSLL	R\$ 764.777,32
IRPJ 15%	R\$ 114.716,60	CSLL 9%	R\$ 68.829,96
Adicional IRPJ 10%	R\$ 70.477,73	CSLL Compensar (-)	-R\$ 52,50
IRRF Compensar (-)	-R\$ 2.158,89		
IRPJ	R\$ 183.035,44	CSLL	R\$ 68.777,46
		Prej. Acm. IRPJ 31/12 R\$825.201,75	Prej. Acm. CSLL 31/12 R\$890.833,22

Total IRPJ Recolhido 2019	R\$ 256.663,05
Total CSLL Recolhido 2019	R\$ 98.624,34

Fonte: Autores (2021)

Tabela 4: Apuração Trimestral – 2020

1° TRIMESTRE		Prej. Acm. IRPJ R\$825.201,75	Prej. Acm. CSLL R\$890.833,22
Janeiro	-R\$ 12.749,32		
Fevereiro	-R\$ 559.796,12		
Março	-R\$ 393.002,06		
Multa de Trânsito (+)	R\$ 630,59		
Prej Day Trade (+) (Somente IR)	R\$ 198.909,00		
Prejuízo Trimestre IRPJ	-R\$ 766.007,91	Prejuízo Trimestre CSLL	-R\$ 766.007,91
Prej Day Trade (+) (Somente IR)	R\$ 198.909,00		
Prejuízo Trimestre IRPJ	-R\$ 766.007,91	Prejuízo Trimestre CSLL	-R\$ 766.007,91

2° TRIMESTRE 2020		Prej. Acm. IRPJ R\$1.591.209,66	Prej. Acm. CSLL R\$1.656.841,13
3° TRIMESTRE 2020		Prej. Acm. IRPJ = R\$1.413,486,29	Prej. Acm. CSLL= R\$1.481.110,71
Julho	R\$ 331.740,97		
Agosto	R\$ 121.611,77		
Prejuízo Day Trade (+)	-R\$ 107.000,65		
(Somente IR)			
Setembro	R\$ 6.643,13		
Prejuízo Day Trade (+)	-R\$ 6.652,33		
Prejuízo do Trimestre IRPJ	R\$ 592.411,22	Lucro do Trimestre CSLL	R\$ 585.768,05
(Somente IR)	R\$ 19.557,49	Comp. Prej. Acumulado (-)	
Comp. Prej. Acumulado (-)			
Lucro do Trimestre IRPJ	R\$ 237.645,43	Lucro do Trimestre CSLL	R\$ 218.087,94
Lucro Real BC IRPJ	R\$ 414.687,85	Lucro Real BC CSLL	R\$ 410.037,63
Comp. Prej. Acumulado (-)		Comp. Prej. Acumulado (-)	
IRPJ 15%	-R\$ 71.293,63	CSLL 9%	-R\$ 65.426,38
Adicional IRPJ 10%	R\$ 62.203,18		R\$ 36.903,39
Lucro Real BC IRPJ	R\$ 166.351,80	Lucro Real BC CSLL	R\$ 152.661,56
Adicional IRPJ 10%	R\$ 220,32		
IRPJ 15%	R\$ 24.952,77	CSLL 9%	R\$ 13.739,54
IRRF Compensar (-)	-R\$ 3.168,17		
Adicional IRPJ 10%	R\$ 10.635,18	CSLL Compensar (-)	-R\$ 42,69
IRPJ	R\$ 59.255,33	CSLL	R\$ 36.903,39
IRRF Compensar (-)	-R\$ 1.739,98		
IRPJ	R\$ 33.847,97	CSLL	R\$ 13.696,85
4° Trimestre 2020		Prej. Acm. IRPJ R\$1.342.192,66	Prej. Acm. CSLL R\$1.415.684,33
Outubro	R\$ 222.368,86		
Novembro	R\$ 1.326.948,94		
Dezembro	R\$ 198.794,76		
Prejuízo Day Trade (+)			
(Somente IR)	R\$ 16.647,72		
Lucro do Trimestre IRPJ	R\$ 1.764.760,28	Lucro do Trimestre CSLL	R\$ 1.748.112,56
Compensação Prej. Acumulado (-) IRPJ	-R\$ 529.428,08	Compensação Prej. Acumulado (-) CSLL	-R\$ 524.433,77
Lucro Real BC IRPJ	R\$ 1.235.332,20	Lucro Real BC CSLL	R\$ 1.223.678,79
IRPJ 15%	R\$ 185.299,83	CSLL 9%	R\$ 110.131,09
Adicional IRPJ 10%	R\$ 12.529,98	CSLL Compensar (-)	-R\$ 41,67
IRRF Compensar (-)	-R\$ 522,81		
IRPJ	R\$ 197.307,00	CSLL	R\$ 110.089,42
		Prej. Acm. IRPJ 31/12 R\$812.764,58	Prej. Acm. CSLL 31/12 R\$891.250,56

Total IRPJ Recolhido 2020	R\$ 290.410,30
Total CSLL Recolhido 2020	R\$ 160.689,66

Fonte: Autores (2021)

Uma das particularidades encontradas na apuração trimestral que difere da anual é o fato de poder compensar somente 30% do lucro do período com o prejuízo, o que no Lucro Real Anual vai sendo compensado totalmente no decorrer do exercício.

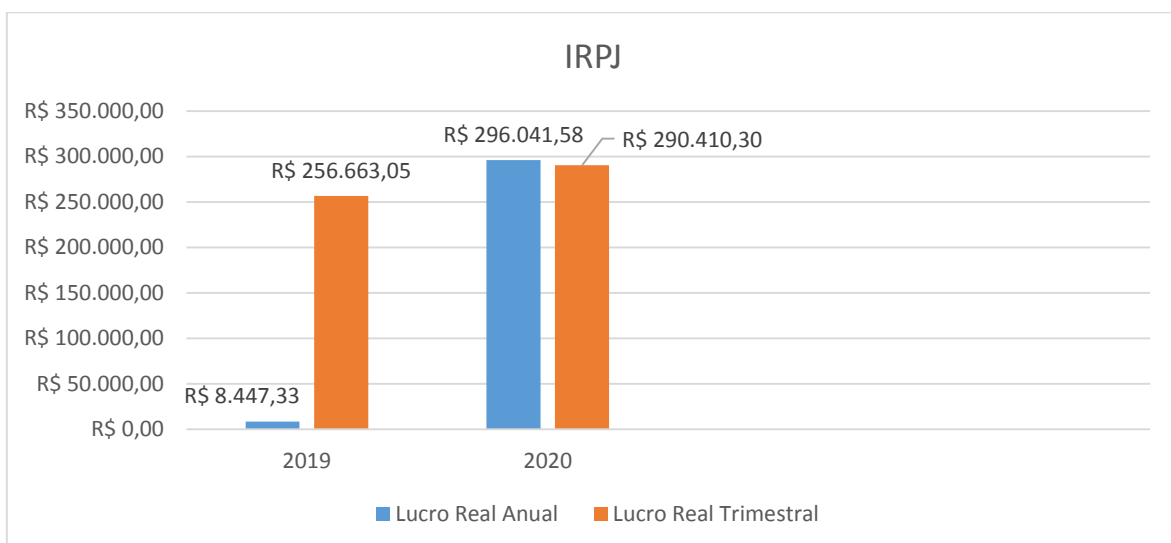
2.3.3 Comparativo de IRPJ e CSLL Anual e Trimestral

A) IRPJ

Imposto de renda pessoa jurídica refere-se a um tributo de competência federal pago por pessoas jurídicas e empresas individuais domiciliadas no Brasil, sendo que para tal devem estar inscritas no cadastro nacional da pessoa jurídica (CNPJ) e estar operante no mercado em que atua (CAMARGO, 2017).

Na empresa onde foi realizado o estudo, foram calculados os valores de IRPJ a recolher nas duas modalidades do Lucro Real, Lucro Real Anual e Lucro Real Trimestral, os quais apresentaram os seguintes resultados:

Gráfico 1: Resultado de IRPJ Anual e Trimestral



Fonte: Autores (2021)

Como a empresa encontra-se na modalidade Anual do Lucro Real, no ano de 2019 recolheu por estimativa R\$76.908,00 de IRPJ, compensando os R\$8.447,33 apurados no período e restando ainda R\$68.460,67, tal quantia que poderá ser compensada ou restituída

no futuro. Ainda no ano de 2019, na modalidade trimestral, a empresa teria de desembolsar R\$256.663,05 de IRPJ, R\$248.215,72 a mais do que na modalidade anual, um aumento percentual de 2.938,3926% em relação a modalidade anual, completamente inviável.

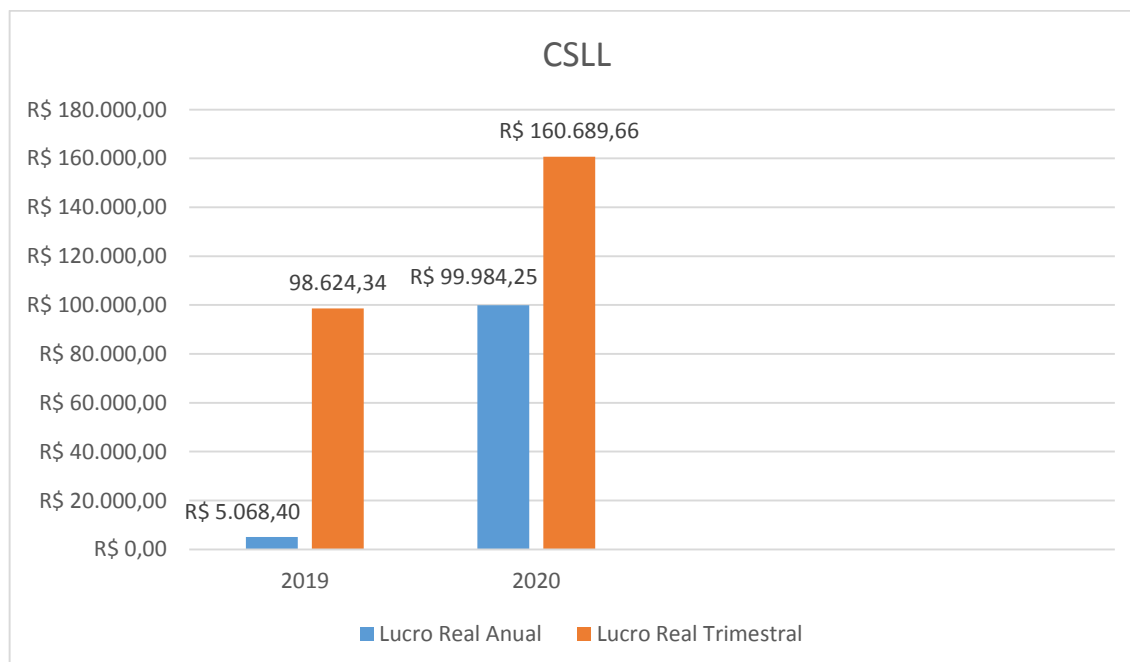
Já no ano de 2020, a empresa recolheu na modalidade anual R\$296.041,58, sendo R\$160.543,70 por estimativa e R\$135.497,88 no fechamento anual contra R\$290.410,30 que seriam recolhidos na modalidade trimestral, um valor a maior de R\$5.631,28 representado um percentual de 1,9390772%.

B) CSLL

Contribuição social sobre o lucro líquido é um tributo de competência federal pago por pessoas jurídicas e empresas individuais domiciliadas no Brasil, cujo objetivo é apoiar financeiramente a seguridade social, tais como investimentos públicos em aposentadoria, seguro desemprego e direitos a saúde (CAMARGO, 2017).

Na empresa onde foi realizado o estudo, foram calculados os valores de IRPJ a recolher nas duas modalidades do Lucro Real, Lucro Real Anual e Lucro Real Trimestral, os quais apresentaram os seguintes resultados:

Gráfico 2: Resultado de CSLL Anual e Trimestral



Fonte: Autores (2021)

Como a empresa encontra-se na modalidade Anual do Lucro Real, no ano de 2019 recolheu por estimativa R\$29.846,88 de CSLL, compensando os R\$5.068,40 apurados no período e restando ainda R\$24.778,48, tal quantia que poderá ser compensada ou restituída no futuro. Ainda no ano de 2019, na modalidade trimestral, a empresa teria de desembolsar R\$98.624,34 de CSLL, R\$93.555,94 a mais do que na modalidade anual, um aumento

percentual de 1.845,867335% em relação a modalidade anual, novamente inviável, como no caso do IRPJ.

No ano de 2020, a empresa recolheu R\$99.984,25 de CSLL na modalidade anual, R\$60.705,41 a menos que na modalidade trimestral que chegou a R\$160.689,66, um percentual de 60,714972% a mais que a modalidade anual.

Analisando esses dados, percebe-se que a empresa estudada esteve o tempo todo no regime tributário mais vantajoso para ela, pois deixou de recolher um valor de R\$242.584,44 de IRPJ e um valor de R\$154.261,35 dentre os anos de 2019 e 2020, isso representou uma economia total de R\$396.845,79 somando os dois tributos.

3 CONCLUSÃO

O estudo realizado teve por objetivo analisar e demonstrar qual a melhor modalidade dentro do Lucro Real para a empresa Cerealista LTDA, observando em qual das duas modalidades a organização iria ter mais vantagens na apuração e recolhimento do IRPJ e da CSLL. Portanto, consegue se afirmar que os objetivos foram concluídos, sendo possível mensurar os valores a serem recolhidos nestes tributos e por fim, estabelecer qual das duas modalidades seria de fato a mais vantajosa para a empresa em questão.

Levando em conta estes fatores, pode se afirmar que a modalidade que mais ofereceu vantagens a empresa estudada foi a opção pelo Lucro Real Anual, a qual já está enquadrada, pois nele ela conseguiu uma economia significativa, como observado no gráfico nº 2, onde mostra uma economia de R\$248.215,72 no ano de 2019, é certo que se observar o mesmo gráfico no ano de 2020 nota se que a empresa recolheu R\$5.631,28 a mais do que na modalidade trimestral, porém, neste caso deve se levar em conta também a CSLL, representada no gráfico nº 3, onde foi possível perceber a economia de R\$60.705,41 no ano de 2020.

Após todas as informações elencadas acima, conclui-se que o estudo realizado obteve êxito total, pois todos os objetivos foram cumpridos gerando dados concretos os quais serão repassados a organização para que os gestores tenham conhecimento do atual momento da empresa em relação ao seu regime tributário, facilitando assim as tomadas de decisões na organização. É importante salientar, que com as atualizações constantes na legislação tributária brasileira, um planejamento tributário deve ser feito em um período de no máximo dois anos, para que a empresa sempre recolha seus tributos de maneira correta

e no menor valor possível, gerando assim economia financeira e por óbvio aumentando sua competitividade no mercado em que atua.

Por fim, os autores deste trabalho recomendam aos que desejarem dar sequência neste estudo a tratarem especificamente das questões tributárias dos regimes, abordado suas particularidades, vantagens e desvantagens.

REFERÊNCIAS

ALVES, Aline. **Teoria da Contabilidade**. Porto Alegre: Sagah Educação, 2017, p. 7-65.

BRASIL. **Lei orçamentária nº 317**, de 21 de outubro de 1843. Art. 23, disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lim/lim317.htm - Acesso em 14/09/2021>. Acesso em 11 de setembro de 2021

_____. **Código Tributário Nacional, lei nº 5.712**, de 25 de outubro de 1966. Art. 3º, disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15172compilado.htm>. Acessado em 11 de setembro de 2021

_____. **Lei nº 9.430**, de 27 de dezembro de 1996. Art. 1º, disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9430.htm>. Acessado em 11 de setembro de 2021.

_____. **Lei Complementar Nº 123**, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.comprasnet.gov.br/legislacao/leis/lei123_2006.htm>. Acessado em 12 de setembro de 2021.

_____. **Lei nº 9.718**, de 27 de novembro de 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9718compilada.htm>. Acessado em 12 de setembro de 2021

_____. **Lei nº 12.973**, de 13 de maio de 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12973.htm>. Acessado em 11 de setembro de 2021.

_____. **Lei nº 12.973**, de 13 de maio de 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12973.htm>. Acessado em 12 de setembro de 2021.

_____. **Lei nº 12.249**, de 11 de junho de 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12973.htm>. Acessado em 20 de setembro de 2021

_____. **Lei nº 317**, de 21 de outubro de 1843. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12973.htm>. Acessado em 25 de agosto de 2021.

CAMARGO, Renata Freitas. **Imposto de renda pessoa jurídica: o que é e como calcular o IRPJ?**. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/imposto-de-renda-pessoa-juridica-irpj/>>. Acesso em 29 de agosto de 2021.

COELHO, Claudio Ulysses Ferreira; TAVEIRA, Gilda Aché; BOTINI, Joana. **Introdução a Contabilidade**. 2 ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1999, p. 9-10.

CREPALDI, S. A. **Planejamento Tributário: Teoria e Prática**, 4 ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

_____. **Planejamento Tributário: Teoria e Prática**, 3 ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

_____. **Contabilidade Gerencial: Teoria e Prática**, 8 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

_____. **Contabilidade Rural: Uma Abordagem Decisória**, 7 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOMIDES, Paula. **Portal Contábeis: O Regime de Tributação Pelo Lucro Real e o Planejamento Tributário nas Empresas brasileiras**, publicado em 06/04/2017. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/artigos/3851/o-regime-de-tributacao-pelo-lucro-real-e-o-planejamento-tributario-nas-empresas-brasileiras/>. Acessado em: 20 de junho de 2021

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, Jose Carlos. **Introdução a Teoria da Contabilidade**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008, p. 32-277.

MELO, José Eduardo Soares de. **Curso de Direito Tributário**. 6. ed. São Paulo. Dialética, 2005.

OLIVEIRA, Luís Martins de; NAGATSUKA, Divane A. S. **Introdução à Contabilidade**. São Paulo: Futura, 2000, p.19-20.

SÁ, A. Lopes de. **Palestra – Ética e Responsabilidade Profissional**. YouTube, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HT4tyFLWxKI>

SILVA, J. Miguel; RODRIGUES, Agostinho Inácio. **LALUR – Guia Prático de Escrituração do Livro de Apuração do Lucro Real**. 4 ed. São Paulo, Cenofisco, 2006.

CUSTOS E MÉTODOS PRODUTIVOS: Um estudo de caso em uma empresa têxtil no Sudoeste do Paraná

Ana Paula Ozelame Pereira ¹

Evandro Dos Santos ²

Andre Paulo Steinhorst ³

RESUMO

O processo de globalização sofre constantes mudanças evolutivas nos dias de hoje gerando um maior fator competitivo entre as empresas e seus mais variados segmentos. Diante disso surge-se a necessidade de adaptação, seja pela criação de ideias inovadoras que reduzem os custos para manter a clientela, ou pela necessidade de ter a mão de obra mais barata estando ligado diretamente com o custo/ benefício da fabricação. Nesse contexto, o objetivo geral desse artigo é levantar dados com estudo de caso, analisar e comparar qual a forma mais viável produzir o Produto atual ou atualizada com tempos menores por eliminar operações desnecessárias. O estudo de caso foi realizado em uma empresa do ramo têxtil situada na cidade de Ampére, sudoeste do Paraná. Utilizou-se principalmente o método quantitativo, com ferramentas de análise horizontal e vertical que busca na linguagem matemática a mensuração e explicação para determinados fenômenos. Ao final do estudo, conclui-se que o processo readequado desse produto é mais vantajoso, partindo do princípio econômico do período do qual se levantou tais dados. Sendo que readequação podem ser usadas juntamente com outros setores com o mesmo intuito de redução do custo de mão de obra.

Palavras chave: Custo da Mão de Obra. Método Produtivo. Análise de custo.

1 INTRODUÇÃO

A origem da contabilidade não é tão antiga como a civilização, mas ela veio com o tempo e a necessidade dos registros contábeis. À medida que o homem começava a possuir maior quantidade de valores, preocupava saber quanto poderiam

¹ Acadêmica Bacharelada do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021, e-mail: ozelameanapaula@hotmail.com

² Acadêmico Bacharelado do Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Ampére – Famper, 2021, e-mail: evandro12santos2017@gmail.com

³ Bacharel em ciência contábeis e Administração, Professor da faculdade de Ampére Famper, 2021, e-mail: andre paulo@ampernet.com.br

render e qual a forma mais simples de aumentar as suas posses, mas as informações não eram fácil memorização quando já em maior volume, assim necessitando de um registro contábil para armazenar as informações que mentalmente era impossível. Pois nessa necessidade surgiram os guarda livros, que guardava os registros contábeis, conhecidos nos dias atuais contadores. Os primeiros registros era em papiros ou conhecido hoje como papel, assim foi sendo aperfeiçoando com o passar do anos até os dias atuais.

O custo é um departamento primordial para a formação de preço do produto e o preço que o mercado realmente deseja pagar. É de suma importância que se tenha um bom desenvolvimento e uma análise de cada item incorrido no produto e quais as formas de custeio vantajoso para a empresa, pois o preço alocado deverá suprir todas as necessidades da empresa e gerar uma parcela de lucro a integralizar.

Basil (2008) a indústria têxtil é muito ampla e possui várias etapas correlacionadas assim destacadas: Fiação – os fios destinados a etapa de tecelagem, Tecelagem - fabricação do tipo do tecido, Acabamento – as propriedades do tecido, composição e durabilidade do tecido e por fim Confecção – englobam nessa ação os moldes encaixes, corte e costura. Para fomentar a economia têxtil indústrias do ramo, vem aderindo a formas de custo-benefício, um exemplo muito prático é as operações de importação do produto acabado, diminuindo assim seus gastos com mão de obra, sanções trabalhistas e despesas relacionadas a fabricação do produto.

Assim Chhaochhria e Graves (2013) abordam o planejamento de produção aplicando simulação para determinada políticas otimizadas de estoques que visa atender cenários de demanda incertas, assegurando alto nível de serviço alinhado a minimização de custos operacionais. O estudo caso será realizado em uma indústria têxtil situada em Ampére no Sudoeste do Paraná, com o objetivo de comparar custos de mão de obra após eliminar operações que não agregam valor.

Para a elaboração do presente artigo utilizou-se diversas referências bibliográficas tais como: livros, revistas, sites dentre outros, com a definição de taxas e impostos incidentes do processo de importação e fabricação nacional, além de dedicado maior tempo para a elaboração de um estudo de caso, a fim de adentrar na rotina produtiva da organização concedente, vivenciando dia a dia tais processos mencionados, para assim obter dados reais.

O objetivo principal do artigo é analisar e comparar o custo benefício de situações em que os métodos produtivos serão aprimorados e qual vantagens ganharíamos após verificar seu tempo de custo também verificar se possíveis gargalos no sistema produtivo, podem estar causando problemas nos produtos finais e aumentando o custo da peça? Através das diretrizes estabelecidas nos objetivos específicos: que a partir da coleta dos dados, foram elaborado planilhas com as demonstrações dos custos e despesa do produto em cada processo acima mencionado, analisando a viabilidade do produto em ambos os processos, levando em consideração também as bases teóricas sobre a Contabilidade de Custos.

O estudo se justifica pelo fato de que diante do constante crescimento do mercado brasileiro, é difícil imaginar como seria sem os processos acompanhados e analisados para fazer do melhor método, já que todos os países veem nesse processo a necessidade de obter recursos necessários para seu parque fabril, seja pela decorrência de menor valor ou qualquer outra fator de custo/ benefício.

O trabalho é composto por partes distintas, iniciando pela introdução, referencial teórico, levantamento de dados e pesquisas elaboradas no setor produtivo. Posteriormente, efetuação de tempo de custo produtivo e o valor do custo direto do produto, com isso a análise horizontal e vertical para melhor visualização e comparação da diferença de como estava e como ficou.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1 Importância da Contabilidade

Segundo Marques (2013) a contabilidade é tão antiga, quanto a história da civilização, está ligada as primeiras necessidades sociais de proteção a posse, especificamente aos fatos ocorridos com objeto material, o qual o homem sempre detém para alcançar seus fins.

Para Ludicibus (2010, p.49) “o ato contábil está associado intimamente com o surgimento do capitalismo, como forma quantitativa de mensurar investimentos alocados a uma pratica comercial ou industrial.”

Já para Martini:

Contabilidade é uma ciência social que tem por finalidade registrar, controlar e interpretar os eventos que alteram o PATRIMÔNIO de uma ENTIDADE,

com o objetivo de FORNECER INFORMAÇÕES aos seus USUÁRIOS. (MARTINI. Luigi, 2013, p. 04).

A contabilidade para Walter (1987), independente da atividade econômica com fins lucrativos ou não, assume importância extrema no contexto administração do patrimônio. As práticas contábeis, compreendidas com os princípios, convenções, normas e procedimentos, são de suma importância para o registro e análise da avaliação do patrimônio e suas mutações durante o período.

Segundo tal raciocínio, Barros (2013, p.84), complementa:

Contabilidade é a ciência social que visa ao registro e ao controle dos atos fatos econômicos, financeiros e administrativos das entidades. Trata-se de um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização.

Conforme Sant'Anna (2012, p.87): "A Contabilidade é a ciência que, através de seus princípios e conceitos, registra as transações financeiras de forma que permite o controle efetivo do patrimônio de uma entidade".

É o que corrobora Franco (1997, p.52):

A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial.

Fundamentando a ciência contábil, Nunes (2006) observa: O surgimento da contabilidade pode ser explicado pela necessidade de suprir as limitações da memória humana mediante um processo de classificação e registro que lhe permitisse recordar facilmente as variações sucessivas de determinadas grandezas, para que em qualquer momento pudesse saber a sua dimensão. Progressivamente a contabilidade transforma-se numa fonte de informações na medida em que pode facultar a qualquer momento o conhecimento da situação da empresa e o andamento dos seus negócios.

Segundo Marques (2014, p.36):

Para os administradores, o interesse nos dados contábeis atinge um grau de profundidade e análise, bem como de frequência, muito maior do que para os demais usuários. De fato, são eles os agentes responsáveis pelas tomadas de decisões dentro de cada organização a que pertencem. Note-se que as informações fornecidas pela contabilidade não se limitam, como julgam muitos, ao Balanço Patrimonial e à Demonstração de Resultados. Além desses demonstrativos básicos e finais de um período contábil, a contabilidade fornece aos administradores um fluxo contínuo de informações sobre os mais variados aspectos da gestão financeira e econômica das empresas. O gestor que sabe usar a informação contábil, e que conhece suas limitações, dispõe de um poderoso instrumental de trabalho que lhe permite

tomar decisões visando o futuro com maior segurança, bem como conhecendo a situação atual e o grau de acerto e impropriedade de suas decisões anteriores.

2.1.2 Contabilidade de Custo

De acordo com Santos (2011) o custo ganha importância desde o início do capitalismo. Pois através da contabilidade de custos o comerciante percebe a obtenção de lucro ou não. A contabilidade de custos era muito utilizada como ferramenta segura de controle de variações, custos, venda, crescimento ou retrocesso.

Para Graye Johnston (1977), o principal propósito de uma empresa é aumentar suas possibilidades de obtenção de lucros, para isso o resultado avaliado é com base na qualidade do plano escolhido e na qualidade da execução do plano. Por tanto para que o plano resulte em lucro é preciso que se tenha uma execução adequada.

Para Resnik (1990, p.116) “uma empresa que não entende seus custos, impulsionara sua mercadoria ou serviços a apostar em projetos que não sejam lucrativos”.

Segundo Martins (2003) é necessário conhecer o custo do produto, mas essa informação por mais que seja importante, por si só não é suficiente. É preciso conhecer os produtos do concorrente, a demanda do seu produto no mercado, ter conhecimento dos preços dos produtos substitutos, tudo isso vai depender do tipo de mercado que a empresa atua.

Vieira complementa que:

Contabilidade de custos coleta, classifica e registra os dados operacionais das diversas atividades da entidade, denominados de dados internos, bem como, algumas vezes, coleta e organiza dados externos. Os dados coletados podem ser tanto monetários como físicos. (VIEIRA, 2009, p. 11).

O custo para Bomfim e Passarelli (2008, p. 85) “é um conjunto de técnicas e procedimentos que visam demonstrar os gastos da empresa, seu objetivo específica é gerenciar melhor esses gastos a fim de minimiza-los.”

Kroetz ressalta que a contabilidade de custos tem como característica ser de caráter interno. Mas destaca que:

A Contabilidade de Custos não se aplica somente às indústrias, sendo que é possível calcular custos comerciais, de serviços, agrícolas etc., porém ênfase maior é dada à atividade industrial, uma vez que é neste segmento seu maior campo de atuação (motivo esse que leva muitos denominarem

erroneamente, a contabilidade de custos como sinônimo de contabilidade industrial). (KROETZ, 2001, p.8-9).

Leone (2010), o objetivo da estratégia de custos é descobrir erros, avalia-os economicamente, propondo medidas corretivas, além do objetivo de fornecer informações, não recorrentes para atender as diversas funções gerenciais no planejamento e tomada de decisões.

Lunelli (2018) ressalta que a aquisição de bens de consumo, o qual não exceda 5% do custo total do produto no período da apuração anterior, poderá ser registrada diretamente como custo, conforme RIR/1999, art. 290, parágrafo único.

Existem três origens de mudança: estrutural-institucional, Tecnológica e sócio comportamental. Os autores consideram que estas mudanças geram impacto sobre o indivíduo, as organizações e a geopolítica. As mudanças Tecnológicas, estruturais/institucionais e sócio comportamentais interagem: estas três principais fontes de mudança se nutrem e reagem, mutuamente, de uma maneira aditiva ou multiplicativa, de modo a formar uma mudança ainda maior, com um efeito cada vez mais difuso sobre o homem, sua vida, suas organizações e suas Instituições. (Basil e Cook, 2008).

Wood Jr., Curado e Campos (1995, p.190) adotam a seguinte definição para Mudança Organizacional: "...é qualquer transformação de natureza estrutural, estratégica, cultural, tecnológica, humana ou de qualquer outro componente, capaz de gerar impacto em partes ou no conjunto da organização."

A compreensão da estrutura de custos de uma empresa pode avançar na busca de vantagens competitivas. Meglioni (2007) explicita que a rápida evolução tecnológica que vem ocorrendo desde o final do século XX, em resposta a um ambiente competitivo mais intenso, tem obrigado as empresas a reformular continuamente suas estratégias e a se preocupar cada vez mais com a gestão de custos.

Souza complementam:

Muitas vezes, pode ser útil ao gestor focar seus custos sob diferentes categorias. Isso ajuda na compreensão de seu comportamento, apoiando a tomada de decisão. Assim, diversas categorias têm sido criadas nos últimos anos (...). (SOUZA, 2009, p.13-14).

Blocher, Chen, Cokins e Lin (2007) afirmam que, seja qual for o setor da empresa, esta deve saber qual o custo de novos produtos, o custo de fazer melhorias nos produtos existentes, e o custo de encontrar uma nova forma de produção. A

informação da gestão de custos é usada para estabelecer preços, modificar a oferta do produto, a fim de aumentar a rentabilidade, modernizar empresas no momento adequado, e determinar novos métodos de vendas e de canais de distribuição.

De acordo com Santos (1987), para que a administração alcance a maximização dos resultados, utilizando-se da análise de custos como instrumento de avaliação de desempenho e de tomada de decisão, os seguintes objetivos básicos deverão ser levados em consideração: custo por produto, resultado de vendas por produto, custo fixo da infraestrutura instalada, nível mínimo de vendas desejado, formação do preço de venda, planejamento e controle das operações. Este conjunto de elementos da análise de custos é fundamental à gestão dos custos.

Segundo Ostrenga (1993), o negócio de uma empresa consiste em converter insumos em produtos e resultados. Dentro da organização, os processos são inter-relacionados e eles são constituídos por atividades. Sendo assim, dentro desta abordagem, o custo é causado e suas causas podem ser gerenciadas. Relacionar os custos às suas causas é o grande desafio e quanto mais precisa for esta relação, melhor será o gerenciamento das decisões da empresa.

2.1.3 Contabilidade Gerencial

Padoveze (2012, p.45), diz que "a contabilidade gerencial congrega todos os demais instrumentos de contabilidade que complementam a contabilidade financeira para tornar efetiva a informação contábil dentro das empresas em todos os processos de gestão".

Segundo Ludicibus (2005, p.67):

(...) a contabilidade gerencial pode ser caracterizada superficialmente, como um enfoque especial conferido a várias técnicas e procedimentos contábeis já conhecidos e tratados na contabilidade financeira, na contabilidade de custos, na análise financeira e de balanços etc., colocados numa perspectiva diferente, num grau de detalhe mais analítico ou numa forma de apresentação e classificação diferenciada, de maneira a auxiliar os gerentes das unidades em seu processo decisório.

Para Crepaldi (2006, p.91):

(...) contabilidade gerencial é o ramo da contabilidade que tem por objetivo fornecer instrumentos aos administradores de empresas que os auxiliem em suas funções gerenciais. É voltada para a melhor utilização dos recursos econômicos da empresa, através de um adequado controle dos insumos efetuado por um sistema de informação gerencial.

Conforme Eldenburg e Wolcott (2007, p.66), a contabilidade gerencial "é o processo de coletar, resumir e fornecer as informações financeiras e não financeiras que serão utilizadas internamente pelos gerentes nas tomadas de decisões".

Segundo Padoveze (2012, p.38), dessas definições pode-se reforçar os seguintes aspectos principais:

◇ a contabilidade gerencial tem como foco o processo de tomada de decisão dos usuários internos, ou seja, deve atender todas as pessoas dentro da empresa, em qualquer nível hierárquico, que necessitam da informação contábil para tomar decisões em suas respectivas áreas;

◇ a contabilidade gerencial é mais analítica, mais detalhada que a contabilidade financeira. A contabilidade financeira apresenta seus relatórios para os usuários externos em formatos sintéticos, em grandes números, como, por exemplo, o balanço patrimonial;

◇ a contabilidade gerencial parte das informações existentes na contabilidade financeira e faz os complementos necessários para o uso dos gestores. Não tem modelos específicos de relatórios. As informações contábeis gerenciais devem ser apresentadas em relatórios desenvolvidos para cada tomada de decisão e adaptados para o perfil do usuário do relatório.

2.1.4 ANÁLISE HORIZONTAL E VERTICAL

De acordo com Assaf Neto (2012, p. 105)

"As duas principais características de análise de uma empresa são a comparação dos valores obtidos em determinado período com aqueles levantados em períodos anteriores e o relacionamento desses valores com outros afins. Dessa maneira, pode-se afirmar que o critério básico que norteia a análise de balanços é a comparação."

Marion (2012) exemplifica que quando fazemos a divisão de uma grandeza por outra, nossos olhos leem no sentido vertical, daí chamamos de análise vertical, considerando dados de um mesmo. Já quando comparamos os indicadores de vários períodos, analisamos a tendência dos índices, nesse caso nossos olhos leem em sentido horizontal, por isso chamamos de análise horizontal.

Conforme Matarazzo (2010, p.170) "por intermédio desse tipo de análise podem-se conhecer pormenores das demonstrações financeiras que escapam a análise genérica através de índices".

Segundo Assaf Neto (2012, p.105) "o montante de uma conta ou de um grupo patrimonial quando tratado isoladamente não retrata adequadamente a importância do valor apresentado e muito menos seu comportamento ao longo do tempo".

2.1.4.1 Análise Horizontal (AH)

A análise horizontal procura demonstrar a evolução das contas patrimoniais e dos resultados da empresa em um determinado período. Conforme Ludícibus (2010, p. 83) a análise horizontal tem como principal finalidade “apontar o crescimento de itens dos Balanços e das Demonstrações de Resultados (bem como de outros demonstrativos) através dos períodos, a fim de caracterizar tendências”.

“A análise horizontal é a comparação que se faz entre os valores de uma mesma conta ou grupo de contas, em diferentes exercícios sociais” (Assaf Neto, 2012, p. 105).

Para Reis (2009, p.212) “é uma técnica de análise que parte da comparação do valor de cada item do demonstrativo, em cada ano, com valor correspondente em determinado ano anterior (considerado como base).

2.1.4.2 Análise Vertical (AV)

A análise vertical possibilita identificar qual o percentual que um item do patrimônio ou do resultado representa dentro de um determinado grupo. Segundo Reis (2009, p. 210) “A análise vertical – um dos principais instrumentos de análise de estrutura patrimonial – consiste na determinação dos percentuais de cada conta ou grupo de contas do Balanço Patrimonial em relação ao valor total do Ativo ou do Passivo.”

Conforme Ludícibus (2010, p. 86) a análise vertical tem como papel “avaliar a estrutura de composição de itens e sua evolução no tempo”. Para Assaf Neto (2012, p. 113) é uma forma de apurar facilmente “a participação relativa de cada item contábil no ativo, no passivo ou na demonstração de resultados, e sua evolução no tempo”.

Segundo Schmidt (2006, p.108)

“a análise vertical das demonstrações contábeis evidencia a participação em termos percentuais de cada rubrica de determinada demonstração em relação a um totalizador [...] permitindo o analista verificar os itens mais significativos na composição de cada demonstração contábil.”

“A análise vertical facilita a avaliação da estrutura do Ativo e do Passivo bem como a participação de cada item da Demonstração de Resultado na formação do lucro ou prejuízo”. (HOJI, Masakazu, 2001, p. 273)

2.2 METODOLOGIA

O estudo de caso foi realizado em uma empresa têxtil da cidade de Ampére-Pr. Especializada na confecção da moda masculina em geral.

Na realização da pesquisa sobre o processo de análise de custo de mão de obra, foi utilizado as fermentas de análise vertical e horizontal. Segundo Gil (2008), esse método busca partir de princípios verdadeiros e indiscutíveis, que possibilita chegar a conclusões formais, pois se baseia praticamente na pura lógica, apontando a razão como principal agente desse método.

Quanto aos procedimentos utilizados para a elaboração da pesquisa foi de natureza bibliográfica e estudo de caso com as fermentas de análise vertical e horizontal.

A abordagem do problema de pesquisa foi realizada a partir de pesquisa quantitativa e qualitativa. Michel (2005), diz que pesquisa quantitativa é aquela na qual utiliza-se a quantificação na coleta de informações, mediante técnicas estatísticas, como percentuais, desvio- padrão, entre outros. O mesmo autor também afirma que a pesquisa qualitativa contribuirá para a compreensão do fenômeno em questão a partir da análise detalhada e argumentação das ideias.

Para responder aos objetivos foram utilizadas as pesquisas descritivas e exploratórias. Para Gil (1999), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo a descrição das características de determinado fenômeno. Quanto aos procedimentos técnicos, o estudo foi baseado em pesquisa bibliográfica e estudo de caso. De acordo com a pesquisa do trabalho, já foi sendo feito as adequações para aplicação do presente estudo.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Quando se fala em produção, automaticamente leva-se a pensar no sistema produtivo da empresa, pois, para que se possa entender sobre o produto, a melhor forma e conhecer como ele é fabricado e qual o sistema utilizado pela empresa. Muitas vezes deparam-se com alguns sistema inovadores e outras com sistema arcaico, porém, não pode-se ter um pré-conceito sobre o sistema antes de conhecê-lo e analisa-lo, haja visto que, empresas com sistema inovadores, pode ter menos resultados que empresa com aquele velho e conhecido sistema, que julga-se ser arcaico, é claro que, irá depender de vários fatores existente no processo.

Com esse sistema produtivo, surgem várias questões a serem discutidas e analisadas, por isso, houve a curiosidade de trabalhar com o tema Processo Produtivo, principalmente quando surge um questionamento norteador que há dúvida se existem gargalos no processo que venham influenciar nos resultados finais do produto acabado.

2.3.1 – TEMPO DE PEÇA

Através de uma análise feita pela cronoanálise fundamentada em estudos é chegada em um tempo padrão. O tempo padrão é usado para executar suas metas e seguir como tempo correto a ser usado no momento. Esse tempo também tem um processo para chegar ao custo direto exato.

O estudo de tempos padrão definido como o processo de determinação do tempo necessário para a execução, em condições padronizadas dos trabalhos produtivos, necessita sempre de especificações prévias do método empregado para essa execução, o qual deve ter sido submetido a um estudo de métodos.

Furlani (2011) diz que os princípios e técnicas do estudo de métodos são universais, valendo para qualquer atividade que envolva o trabalho humano. Porém, o conceito de "melhor método" depende de cada trabalho em cada situação particular. Não significa obrigatoriamente "o mais econômico", podendo fatores não econômicos intervir consideravelmente na decisão sobre qual é a melhor entre diversas alternativas de execução de um trabalho.

Tabela 1 –Tabela de Operações

PERÍODO	ANTES	DEPOIS	DIFERENÇA
OPERAÇÃO 1	2,05	1,5	27%
OPERAÇÃO 2	3,72	2,8	25%
OPERAÇÃO 3	0,55	0,22	60%
TEMPO FINAL	6,32	4,52	28%
DIFERENÇA	1,8		
MELHORIA	3%		

Foram analisadas inúmeras funções para melhoria de processo e custo interno do setor específico, junto com eles, foi ajustado algumas das funções, pois tinha movimentos e orações que deveriam ser descartados ou até mesmo ajustado para melhor desempenho da funções. Com isso, foi aperfeiçoado 3 funções, sendo que com elas pode-se fazer as mesmas operações, mas com maior facilidade, e com um tempo menor que é o objetivo de diminuir os custo. Assim foi reduzido em 1.80 minutos, por peça, considerando uma análise horizontal, teve uma diferença de 3%.

Dentre os objetivos específicos da abordagem encontra-se a cronoanálise que será utilizada como ferramenta que, além de definir o tempo padrão, auxiliará na organização dos processos, sendo um documento que acompanhará a evolução contínua das melhorias. Outra aplicação utilizada para a cronoanálise será de utilizar o tempo padrão como um dos parâmetros para a constituição do custo industrial através da relação tempo padrão x custo-minuto do setor produtivo.

Vale então, ressaltar as palavras de Senai (2011, p.163) que cita que:

o desenvolvimento de uma cronometragem tecnicamente correta irá permitir ao empresário definir sua real capacidade instalada e, assim, executar o planejamento adequado à produção, direcionando corretamente o seu recurso humano e sua disponibilidade de equipamentos e máquinas, a fim de atender a demanda comercial existente no mercado.

Segundo Furlani (2011) o estudo de tempos e métodos pode ser definido como um estudo de sistema que possui pontos identificáveis de entrada – transformação – saída, estabelecendo padrões que facilitam as tomadas de decisões. Assim, pode-se favorecer o incremento da produtividade e prover-se de informações de tempos com o objetivo de analisar e decidir sobre qual o melhor método a ser utilizado nos trabalhos de produção.

2.3.2 Custo minuto da mão de Obra

Tabela 2 – Valor Custo Minuto

CUSTO MÊS	R\$ 37.389,00
MINUTOS MÊS	220
VALOR DIARIO	R\$ 169,95
MINUTOS DIA	515

CUSTO
MINUTO | R\$ 0,33

Fonte- Autores (2021)

O custo de mão obra é fundamental para qualquer empresa que tenha seu ramo que já está estabilizada ou até mesmo as que estejam em processo de evolução industrial, que queiram saber qual o real custo de produção da sua empresa.

Com isso entra vários fatores relevantes a serem estudados e analisados em todo o processo de apuração. Dentre eles um dos mais importantes é o tempo que vai levar para fazer cada peça, assim tendo um tempo exato, com esse fator é relevante no momento de fazer o cálculo de custo de produção.

O domínio sobre controles, análises, custos, preços de venda entre outros fatores gerenciais tornaram-se cruciais para que as tomadas de decisões sejam mais precisas. Há a necessidade de se buscar alternativas para sustentar a continuidade dos negócios, levando-se em conta que a velocidade da globalização está cada vez maior e a concorrência cada vez mais acirrada (GUIMARÃES FILHO; GUIMARÃES, 2012).

Seguindo as ferramentas necessárias para analisar, primeiramente necessita de um profissional de análise industrial (cronoanalista) para saber qual o método eficaz para realizar essa função ou/as funções de um setor em geral. Após constatar essa análise haverá um tempo a ser seguindo para cada função, com isso chegando em um tempo total do setor, aí ira conseguir fazer o custo de produção.

“A classificação mais antiga e mais utilizada é definir os custos como diretos e indiretos em relação ao produto ou serviço que está sendo produzido e fornecido pela empresa” (PADOVEZE, 2006, p.159).

Para Sartori (2004), quando um gasto se aplica diretamente a um produto, esse gasto passa a ser conhecido como custo direto. Custos diretos são aqueles que realmente foram consumidos para a execução do produto ou serviço e, que podem ser identificados e relacionados aos itens produzidos e aos serviços prestados.

3.2.3 Custo de cada Período

O estudo foi realizado em uma indústria que está inserida no segmento de confecções do vestuário da moda masculina localizada em Ampére-PR, a qual foi constituída em 1978. Oferece ao mercado toda a sua linha de produtos, calça, camisa, bermudas, ternos, blazer, jaquetas, camisetas, polos. Conta também com uma

estrutura especializada para completar o mix de produtos, como gravatas, moletons, tricots, bonés, meias, cuecas e cintos.

Por ser uma empresa de grande porte é tributada pelo lucro real, a qual realiza as suas contabilizações internamente, analisado seus custos unitários, tanto dos produtos adquiridos no exterior, quanto a produção própria. Todas as informações utilizadas como base para o estudo de caso referente ao produto X, foram coletadas dentro da organização. Para calcular o custo de um setor X da empresa será feito um comparativo de antes de depois e qual foi seu resultado se período.

Tabela 3- custo de mão de obra

PERIODO X		PERIODO Y	DIFERENÇA	%
PEÇAS DIARIAS	900			
PEÇAS MENSAL	18.000,00			
TEMPO DA PEÇA	25	24,2		
VALOR MINUTO	R\$ 0,33			
CUSTO DE MÃO DE OBRA P/ PEÇA	R\$ 8,25	R\$ 7,99	R\$ 0,26	
CUSTO DE MÃO DE OBRA P/ DIA	R\$ 7.425,00	R\$ 7.187,40	R\$ 237,60	3,57%
CUSTO DE MÃO DE OBRA P/ MÊS	R\$ 148.500,00	R\$ 143.748,00	R\$ 4.752,00	5%
CUSTO DE MÃO DE OBRA SEMESTRAL	R\$ 891.000,00	R\$ 862.488,00	R\$ 28.512,00	6,20%
CUSTO DE MÃO DE OBRA ANUAL	R\$ 1.782.000,00	R\$ 1.724.976,00	R\$ 57.024,00	8,33%

Fonte- Autores (2021)

Um estudo foi realizado em uma empresa no sudoeste do Paraná com intuito de averiguar a melhor forma de realizar algumas funções específicas de um setor,

com intuito de diminuir o tempo produtivo de uma peça, e com isso diminuir o custo melhorando a margem de lucro da empresa. Foram constatadas irregularidades com operações desnecessárias realizadas no processo, e em situações relevantes movimentos que não agregavam valor na peça. Com isso foi ajustado o tempo com uma melhora significativa no tempo final da peça com um tempo total de 25 minutos por peça foi reduzido para 24,20, tendo um melhor resultado no setor produtivo pois foram eliminadas certas operações desnecessárias e também ajustada para melhor produtividade.

Com o tempo reduzido 1,80 minutos por peça, teve um custo benefício de 3% de um período para outro. E alavancando 8,3% na sua margem de lucro anual, com isso a empresa deve ganhar mais de R\$ 57 mil reais.

A contabilidade de custos surgiu com a revolução industrial, com objetivo calcular os custos dos produtos fabricados, uma vez que, antes desse período, a produção era artesanal. Neste período não existiam indústrias, o que fazia com que a economia girasse em torno do comércio. O crescimento das indústrias, em geral, faz com que cresça também a complexidade do sistema produtivo e do cálculo dos custos. Assim, a contabilidade de custos tornou-se essencial para o desempenho de informações gerenciais obtendo, desta forma, lugar de destaque nas empresas (BORNIA, 2002).

3.2.4 Análise SWOT

Com intuito de concluir esse diagnóstico do resultado de pesquisa, na sequência é apresentada a Análise SWOT da empresa.

Pontos Fortes	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Competitividade; • Expansão do negócio; • Aumento da renda. • Forma de apuração mais justa dos impostos. • Tomada de decisão. 	<p data-bbox="836 1541 1182 1574">Abertura de empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permitir o melhor atendimento do cliente. • Aproximar se do cliente, e ver suas reais necessidades

<p style="text-align: center;">Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> • O momento de instabilidade de mercado. • Rotatividade de funcionários • Análise nas operações • Pouca fiscalização; • Divergência nas informações. 	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Com a expansão do negócio, pode ocorrer um aumento de passivo trabalhista. • Mão de Obra desqualificada • Remuneração adequada

Através da análise realizada certifica-se que a empresa possui pontos a serem melhorados, mas acima de tudo é uma empresa que busca a conformidade entre as leis e se adequa a todas as normas, verifica mensalmente suas ações estratégicas com intuito de melhoras nos índices de investimentos.

Demonstra legitimidade nas informações prestadas, busca inovar formas para absorver informações relevantes para a empresa.

Suas formas de gerenciamento seguem os critérios das palestras apresentadas durante a matéria de estágio, comprovando assim a capacitação adequada de cada funcionário dentro da instituição.

4 CONCLUSÃO

O presente estudo buscou identificar dentro do processo de industrial todos os custos alocados, enfatizando os conceitos relacionados a pesquisa com o intuito de auxiliar na tomada de decisão através da análise vertical e horizontal utilizando meios de custo-benefício para a empresa, visando eficiência e lucratividade. Através do estudo foi possível identificar em quais operações o custo é mais vantajoso, evidenciando a viabilidade de redução do mesmo na fabricação do produto, por se tratar de um processo complexo os dados foram estruturados em quadros para possibilitar a análise dos custos.

O fator decisivo para a viabilidade ou não do processo de fabril, dentre tantas a análise primeiramente de um profissional de cronoanálise para levantamentos de dados, verificando onde estão os possíveis gargalos no setor produtivo que possibilitam a redução do tempo de custo.

Por tanto pelo fato de que houve situações em que foram ajustado tempos pormovimentos e operação desnecessárias que não agregam valor na peça. Foi possível ajustar alguns tempos no processo, trazendo assim um maior custo benefício para a instituição, evitando pagar mais pelo mesmo produto com a mesma qualidade final. Desse modo a empresa possui uma maior margem de lucro fazendo esse produto com a sugestão recomendada.

Uma recomendação seria rever os tempos de custos de todos os setores produtivos na instituição, para verificar se estão atualizados ou podem ser aperfeiçoados no processo, dessa maneira poderia ganhar, não em um apenas na empresa com um todo.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico financeiro**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BARROS, Mauricio. **Contabilidade Geral**. [Apostila digital]. Fundação SérgioContente. IDEPAC, 2013.

BASIL, Douglas Constantine & COOK, Curtis W. **The management of change**. Maidenhead, McGraw-Hill, 1974. 46p.

BLOCHER, Edward J.; CHEN, Kung H.; COKINS, Gary; LIN, Thomas W. **Gestãoestratégica de custos**. São Paulo: McGraw-Hill, 2007

BOMFIM, Amorim. PASSARELLI, João. **Custos e Formação de Preços**. 4.ed.São Paulo:IOB Thomson, 2008.

BORNIA, A. C. **Análise Gerencial de Custos: aplicação em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: Teoria e Prática**. 3ª edição.São Paulo: Atlas, 2006.

CHHAOCHHRIA, P .; GRAVES, S. C. **Um modelo de planejamento tático baseadoem previsões para uma série sistema de manufatura**. International Journal of Production Research, v. 51, n. 23–24, p. 6860–6879, 2013. <http://dx.doi.org/10.1080/00207543.2013.852266>

ELDENBURG, Leslie G.; WOLCOTT, Susan K. **Gestão de custos: como medir, monitorar e motivar o desempenho**. Tradução: Luís Antônio Fajardo Pontes. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

FRANCO, Hilário. Contabilidade geral. 23ª edição. São Paulo: Atlas, 1997.

FURLANI, Kleber. **Estudos de Tempos e Métodos**. Disponível em:http://www.kleberfurlani.com/2011/01/estudo-de-tempos-e-metodos_5257.htmlFURLANI, Acesso em: 26 ago.2021.

GRAYE, Jack, JOHNSTON, Kenneth S. **Contabilidade e Administração**. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: McGrw-Hill do Brasil, 1977.

GUIMARÃES FILHO, Leopoldo Pedro; GUIMARÃES, Milla Lúcia Ferreira. **Formação do preço de venda em uma confecção de moda íntima**. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, v. 4, n. 7, p. 81-99, 2012.

HOJI, Masakazu. Administração Financeira: **Uma Abordagem Prática**. 3. ed São Paulo: Atlas, 2001.

IUDÍCÍBUS, Sergio de et al. **Manual de contabilidade societária**: aplicada a todas as sociedades – De acordo com as normas internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas,2010.

IUDICÍBUS, Sérgio de. **Análise de Balanços**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. IUDICÍBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2005.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. Balanço Social – Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000. Balanço Social: **uma proposta de normatização**. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília-DF. Nº 129, maio/junho 2001, pp. 53-63.

LEONE, G. S. G.; LEONE, R. J. G. **Curso de contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas S.A., 2010. 480 p

LUNELLI, Ronaldo Luiz. Análise das Demonstrações Financeiras. Curitiba: Caderno de Negócios, 2018.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis**. São Paulo: Atlas, 2012.

MARQUES, Wagner Luiz. **Contabilidade geral I – Segundo a lei 11638/2007 das sociedades anônimas – Passo a passo da contabilidade**. Cianorte-PR: Gráfica Vera Cruz, 2013.

MARQUES, Wagner Luiz. **Contabilidade Gerencial à necessidade das Empresas**.2ª edição. Paraná: Cidade, 2014.

MARTINI, Luigi. **Contabilidade Geral**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2013.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços** – Abordagem Gerencial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MEGLIORINI, E. Custos: **análise e gestão**. 2ª ed. – São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

NUNES, Paulo. **Conceito de contabilidade**. Disponível em: . Acesso em: 07 SET. 2021.

OSTRENGA, Michael. Guia da Ernst & Young **para Gestão Total dos Custos**. Tradução de Nivaldo Montingelli Jr. 1 ed., Rio de Janeiro, Editora Record, 1993, 349 p

PADOVEZE, Clovis Luis. Contabilidade Gerencial. Curitiba: IESDE, 2012. PADOVEZE, Clóvis Luiz. **CURSO BÁSICO GERENCIAL DE CUSTOS**. 2. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

REIS, Arnaldo Carlos de Rezende. **Demonstrações Contábeis: estrutura e análise**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

RESNIK, Paul. A bíblia da pequena empresa: **como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser muito bem sucedido**. São Paulo: Makron Books, 1990.

SANT'ANNA, Roberto de O. **Contabilidade Gerencial**.(2012) [Apostila digital]. Disponível em: . Acesso em: 07 SET. 2021.

SANTOS, Edson de Oliveira. **Administração financeira de pequenas e médias empresas**. São Paulo: Atlas, 2011.

SANTOS, Joel José dos. **Análise de custos: um enfoque gerencial**. São Paulo: Atlas, 1987.

SARTORI, E. **Gestão de preços**. São Paulo: Atlas, 2004.

SCHMIDT, Paulo; MARTINS, Marco Antônio. **Fundamentos de análise das demonstrações contábeis**. São Paulo: Atlas, 2006. 196p.

SENAI.

<https://www.sp.senai.br/portal/vestuario/conteudo/cronometragem.pdf>. Acesso em: 25 ago.2021.

SOUZA, Marcos Antonio de; DIEHL, Carlos Alberto. **Gestão de custos: uma abordagem integrada entre contabilidade, engenharia e administração**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA, Euselia Pavaglio. **Métodos de custeio- Análise Custo, Volume e Lucro.**

Apostila Contabilidade Custos II, Unijui, Ijuí, 2009.

WALTER, Milton Augusto. **Introdução a Contabilidade: uma metodologia moderna para ensino da contabilidade.** São Paulo: Saraiva, 1987.

WOOD JR., T.; CURADO, I. B.; CAMPOS H. M. **Vencendo a crise: mudança organizacional na Rhodia Farma.**— RAE. São Paulo, v. 34, n. 5, p. 62-79, set./out. 1994.

**ANÁLISE DE SATISFAÇÃO:
ESTUDO DE CASO NA EMPRESA RELOJOARIA E ÓTICA LAIZER**

Alana Paula Tonello ¹

Luana Verdi Facina ²

Keitilanger Grisa Hahn ³

RESUMO

O presente artigo tem como principal estudo, uma pesquisa sobre a satisfação dos clientes da empresa Relojoaria E Ótica Laizer, situada na cidade de Santo Antônio Do Sudoeste / PR, abrangendo o objetivo de mensurar o grau que a empresa atende as expectativas de seus consumidores, juntamente compreender, qual a visão dos clientes sobre a empresa, antes, durante e após a compra. Pretende-se englobar qual a satisfação referente a determinados pontos, como, a qualidade dos produtos, um parecer sobre os atendimentos, e uma avaliação em relação a entrega e o pós venda. O estudo intenciona conduzir maneiras e ideias para a obtenção de um alto grau de satisfação do cliente, uma busca por diferencial. Refere-se a um trabalho descritivos, seguindo de análises qualitativas, tomando sua metodologia através de um questionário enviado aos clientes, usufruindo de suas respostas para a elaboração do artigo, também utilizando de pesquisas bibliográficas para compor o trabalho.

Palavras chave: Diferencial; fidelização; satisfação

1 INTRODUÇÃO

A concorrência nos dias atuais entre as empresas, está cada vez mais elevada, o processo de oferta e demanda foi se superiorizando, a abertura de novos mercados, juntamente com a globalização, foi fazendo com que o mercado se tornasse cada vez mais competitivo.

Nunca foi tão importante para as empresas e comércios o atendimento ao público como nos dias atuais, os consumidores vem com a gana de receber o melhor suporte possível, desejando criar um laço com a marca, ou empresa. O atendimento ao público se tornou o maior diferencial.

Em decorrência desses fatores, a busca por produtos e serviços de qualidade

¹ Bacharelado do Curso de Administração, Faculdade de Ampére – Famper, 2021) alanatonello2016@hotmail.com

² Bacharelado do Curso de Administração, Faculdade de Ampére – Famper, 2021) luanaverdifacina@gmail.com

³ Mestre em Desenvolvimento Rural Sustentável (UNIOESTE), Especialista em Finanças Empresariais e Docência no Ensino Superior (FAMPER), Graduação em Administração (Faculdade de Ampére) e Ciências Contábeis (Centro Universitário Católico do Sudoeste do Paraná). , Coordenadora/Professora dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade de Ampére – FAMPER – keitigh@hotmail.com

tornou-se prevalência para os consumidores. Nos últimos tempos, ter informações sobre a satisfação dos clientes tornou-se de maior relevância para as empresas, sendo ela, qual for o ramo. Em virtude desta concorrência, as empresas têm por finalidade, satisfazer as expectativas e necessidades de seus clientes, em todos os sentidos, sendo por produtos ou mesmo por serviços, fazendo com que o cliente indique sua empresa, assim ela consiga alcançar um nicho maior de mercado.

Portando como problema, compreender como está o grau de satisfação dos clientes da Relojoaria E Ótica Laizer, com relação aos fatores que os abrangem na hora de realizar as vendas?

Este artigo vem com objetivo de averiguar como encontra-se o grau de satisfação dos clientes, contribuir como um instrumento de análise, para verificar quais os métodos utilizados pela empresa, para obtenção da satisfação total. Concebendo ideias e ações, para otimização e identificação de inovações para o fortalecimento da relação entre empresa e cliente.

Apresentando assim os seguintes objetivos específicos, sendo eles, identificar qual a opinião dos clientes em relação a prestação de serviços da empresa, retratar os principais autores sobre o assunto apresentado e por fim, dispor de ideias para melhorias.

Maximiano (2000) diz que em primeiro lugar a administração” [...] é uma ação que compreende quatro princípios: planejamento, organização, execução e controle. (p.26)”. O administrador é aquela pessoa que está lá na empresa para desempenhar as funções estratégicas, seja qual for o porte da empresa, como também em vários setores da economia, até mesmo prestando serviços de forma autônoma, abrindo seu próprio negócio, dando consultorias.

Em seguida, será apresentado o desenvolvimento do estudo em seu referencial teórico, logo após os resultados da pesquisa com gráficos informativos para visualização dos dados, juntamente com a conclusão.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 ADMINISTRAÇÃO

A administração é uma área que requer certas habilidades, o administrador aparece em vários departamentos de uma empresa, então ele necessita obter certos talentos, segundo Maximiano (2000, p.25) a administração é uma arte, no sentido de profissão ou área de ação humana, ainda argumenta que “[...] as habilidades, assim como

as demais competências, podem ser adquiridas ou aprimoradas por meio de experiências e estudos”.

De acordo com Bateman e Snell (1998), a gestão de uma empresa é um processo que busca concretizar objetivos organizacionais, por meio do trabalho com pessoas e recursos. Dentre as suas principais funções a desempenhar estão o planejamento, implementação e controle das atividades. Como cita Barreto (2017) “administração é um campo do conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas que possibilita entender, interpretar, avaliar e julgar o funcionamento das organizações sociais de produção”. (p.20).

De modo geral o papel de um administrador dentro de uma empresa não é apenas gerenciar uma área específica ou setor e sim de modo geral, acompanhando a parte de produção, Recursos Humanos, Marketing, financeiro, sendo assim é o administrador que decide o que fazer e quando fazer melhorias na empresa.

Chiavenato (1999, p.5), aborda sobre a administração dizendo:

Administração é o processo de tomar decisões sobre o objetivo e utilização de recursos. Da mesma forma entende-se que todo processo administrativo abrange cinco funções, onde pode se considerar sua importância em qualquer escala de utilização de recursos para a realização de seus objetivos, podendo ser individuais, familiares, grupais, organizacionais e sociais.

Nas palavras de Maximiano (2000) ele contribuiu utilizando o método criado por Fayol. “Entender a administração como processo que se compõe de outros processos e funções é a essência do chamado enfoque emocional, ou abordagem funcional da administração, criado por Henri Fayol, no início do século XX[...]”. (p.27).

Como cita Maximiano (2000, p. 29) durante a vida é preciso tomar muitas decisões de grande peso e, grande parte delas envolvem práticas administrativas, que precisam ser analisadas e em alguns casos formular estratégias para soluções. “[...] seu dia-a-dia é cheio de decisões que tem conteúdo administrativo. Definir e procurar realizar objetivos pessoais, como elaborar planos de carreira, ou elaborar e acompanhar orçamentos domésticos.”

Segundo Chiavenato (2009) a estratégia traz muitos benefícios a uma organização, desenvolvendo bons resultados. Continua afirmando sobre a estratégia, dizendo que está.

[...] é uma escolha que envolve toda a organização e consiste em selecionar, dentre de várias hipóteses existentes qual deve ser escolhida a respeito dos

aspectos internos e externos da organização e tomar as decisões com base nessa opção. (CHIAVENATO,2009, p.4).

Chiavenato (2009, p. 4) fala característica de um estrategista que ligado com uma boa administração são a chave para o bom desempenho. “[...] O estrategista atua sempre com a convicção de que raciocina e decide em um quadro de racionalidade de alguma maneira passível de previsão probabilística a partir da teoria de jogos”.

Segundo Maximiano (2000, p. 26) administração consiste no ato de tomada de decisões e realização de “[...] ações que compreende quatro processos principais interligados: planejamento, organização, direção e controle”.

O planejamento é de suma importância no ato de administrar, nas palavras de Barreto (2017, p.10) ele explica o planejamento como “[...] a ferramenta para administrar as relações com o futuro. As decisões, que procuram, de alguma forma, influenciar o futuro ou que serão colocadas em prática no futuro, são decisões de planejamento”.

Nos últimos anos, perceberam a necessidade de fazer melhorias na formação de gerentes, para assim melhorar o processo administrativo. Segundo Maximiano (2000, p.28) pensando nisso eles inovaram com:

[...] livros, escolas, pesquisadores e consultores de administração. O processo de administrar organizações transformou-se em disciplina. A administração é objeto de estudo sistemático, que produz um corpo de conhecimentos organizados, chamados teorias.

De acordo com Barreto (2017, p.14)

Um administrador eficiente é aquele que consegue maior produtividade ou desempenho em relação à quantidade de insumos (mão de obra, material, dinheiro, máquinas e tempo) utilizados para a sua consecução.

O planejamento é de suma importância no ato de administrar, nas palavras de Barreto (2017, p.10) ele explica o planejamento como “[...] a ferramenta para administrar as relações com o futuro. As decisões, que procuram, de alguma forma, influenciar o futuro ou que serão colocadas em prática no futuro, são decisões de planejamento”.

2.1.2 Satisfação dos clientes

A satisfação é uma ótima estratégia utilizada pelas empresas, para facilitar o alcance de suas metas, onde segundo Vavra (1993) .Observa-se uma boa satisfação quando se é ofertados produtos e serviços que atendam a demanda de necessidade dos clientes, acarretando em vários fatores positivos para a empresa, fazendo com que os clientes se sintam parte da empresa como um todo, resultando assim em clientes potenciais fidelizados.

A satisfação consiste na sensação, de prazer ou desapontamento, comparada ao desempenho percebido de um produto em relação as expectativas daquele que compra”. As empresas podem conquistar clientes tendo um trabalho focado em satisfazer suas necessidades e superar suas expectativas. (KOTLER.2000 P.142)

Para Cobra (1997, p. 16) “manter os clientes satisfeitos não basta, ou seja, não se mantêm clientes apenas satisfeitos. É preciso encantá-los, ou melhor, é preciso surpreendê-los”. As empresas precisam estar em constante evolução, para assim se manterem em um bom lugar de destaque no nicho de mercado que estão inseridas.

Um cliente pode ter vários níveis de satisfação. Se o desempenho ficar abaixo dessa expectativa, o cliente ficará insatisfeito. Se o produto preencher as expectativas, ele ficará satisfeito. Se o produto exceder essas expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado (KOTLER, 2000p.142).

Como cita Las Casas (2001, p.153)

[...] em relação a grande concorrência no mercado a vários fatores que devem ser analisados com atenção, iniciando desde o entender o que o cliente está buscando em seu produto, após isso posso ser posto em avaliação vários fatores, como por exemplo; atendimento, imagem, competência, produtos, fazendo com que facilite no final o objetivo de satisfação total.

Segundo Kotler e Keller (2006, p.142), “a satisfação do comprador após a realização da compra, depende do desempenho da oferta em relação as suas expectativas”.

2.1.3 Fidelização e qualidade

Segundo Kotler e Keller (2012, p.134), As avaliações dos clientes sobre o desempenho de um produto dependem de muitos fatores, sobretudo do tipo de relação de fidelidade que eles mantêm com a marca. “[...] É comum que os consumidores formem percepções favoráveis sobre um produto de uma marca a qual eles associam com sentimentos positivos”.

Os mesmos autores relatam que, os consumidores possuem diferentes níveis de fidelidade a marcas, lojas e empresas específicas. (p.133)

Segundo Kotler (2005, p.48), as empresas devem trabalhar para fidelizar os clientes que já possui realizando pré-vendas ou seja, antes do cliente adquirir o produto. Assim, ele percebera que a empresa teve o cuidado de selecioná-lo desde o início, não somente porque comprou o produto, mas, porque quer que ele retorne, possibilitando fortalecer o relacionamento do cliente para com a empresa.

Kotler e Keller relatam que (2012, p.134) de modo geral, a satisfação é o sentimento de prazer ou decepção que resulta da comparação entre o desempenho (ou resultado) percebido de um produto e as expectativas do comprador. “[...] Se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito. Se alcançá-las, ele ficará satisfeito”.

Na visão de Chiavenato (2000, p. 209):

No negócio, o atendimento ao cliente é um dos aspectos mais importantes, sendo que o cliente é o principal objetivo do negócio, [...] que todo negócio deve ser voltado ao cliente, sendo que só permanecerá se o cliente estiver disposto a continuar comprando o produto/serviço.

Como existem variados tipos de clientes com características totalmente diversas, é preciso que a empresa faça uma análise de perfil para assim especializar seus colaboradores. Por isso que em uma boa gestão devem ser analisados diversos fatores que influenciem direta ou indiretamente, como cita Chiavenato:

Treinamento é o processo educacional de curto prazo aplicada de maneira sistêmica e organizada, através do qual as pessoas aprendem conhecimentos, atitudes e habilidades em função de objetos definidos. Treinamento envolve a transmissão de conhecimentos específicos relativos ao trabalho, atitudes frente a aspectos da organização, da tarefa e do ambiente, e desenvolvimento de habilidades. Qualquer tarefa seja complexa ou simples, envolve necessariamente estes três aspectos. CHIAVENATO (2000, p. 497).

Segundo Kotler e Keller (2006, p.18), “as empresas vencedoras serão as que conseguirem atender as necessidades dos clientes de maneira econômica, e conveniente, com comunicação efetiva”.

2.2 METODOLOGIA

Para realização deste trabalho, utilizou-se de recursos disponíveis legais para poder atingir os objetivos, utilizando –se de pesquisas bibliográficas, contando com apoio

de livros e sites. A pesquisa foi realizada de forma exploratória e explicativa. Primeiramente foi realizado uma exploração para obtenção de conhecimento sobre o assunto, para assim conseguir gerar os indicadores de satisfação, em seguida foi empregado a explicativa, para compreender as causas e efeitos, onde tenta explicar o que está acontecendo, sendo assim, avaliará o grau de satisfação dos clientes para alcançar o objetivo da pesquisa. Foi usufruído de um recurso de questionário online, onde foi enviado para 25 clientes da empresa.

O trabalho existente, trata-se de um estudo de caso. Para compor o artigo, foi utilizado do método amostra pesquisada, sendo ela, uma parcela dos clientes que tornaram possível fazer uma pesquisa de opinião, esse recurso é muito utilizado quando necessário fazer uma pesquisa do gênero opinião pessoal.

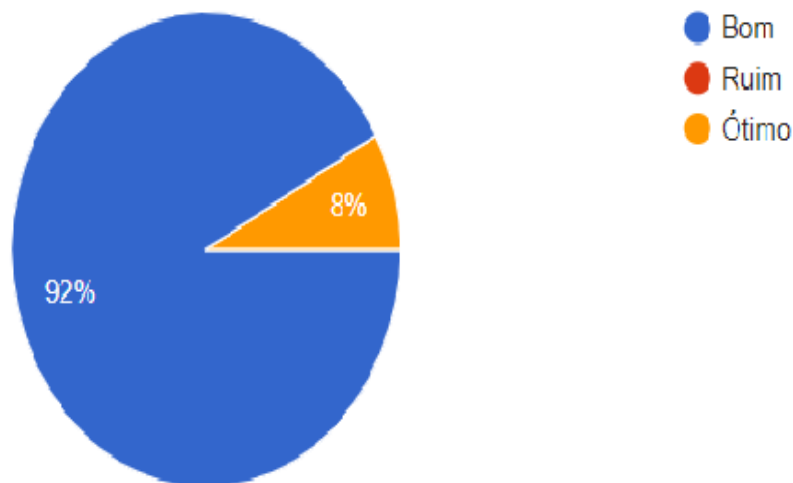
Dispondo da ajuda do gerente e funcionários, foi construído uma lista, com nome e telefone dos clientes que mais efetuaram compras ao longo deste ano, conseqüentemente, foi enviado por Whatsapp, um formulário, contendo perguntas com referências a opinião de cada cliente sobre sua experiência de compra com a loja.

Para a realização da pesquisa foi necessário passar por várias etapas, envolvendo um método para assim chegar ao resultado do problema que havia sido proposto inicialmente. Na pesquisa em questão optamos por utilizar a análise de pesquisa qualitativa, onde a mesma se encaixava melhor em nosso estudo. Dessa forma, método é o “[...] conjunto de etapas, ordenadamente dispostas, a serem vencidas na investigação da verdade, no estudo de uma ciência ou para alcançar determinado fim.” (GALLIANO, 1986, p.6).

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Acompanhar os índices de satisfação dos clientes é primordial, podendo contribuir com que a empresa obtenha um direcionamento para suas ações e estratégias, para manter o cliente fidelizado, também, fazer pesquisas digitais, ir atrás para ver se o cliente ficou satisfeito com o atendimento, com o produto que lhe foi oferecido, ouvir o que ele tem a dizer é uma maneira de mostrar que a organização tem preocupações e interesses de saber a opinião e as necessidades de seu público.

Gráfico 1: Grau de satisfação da primeira compra



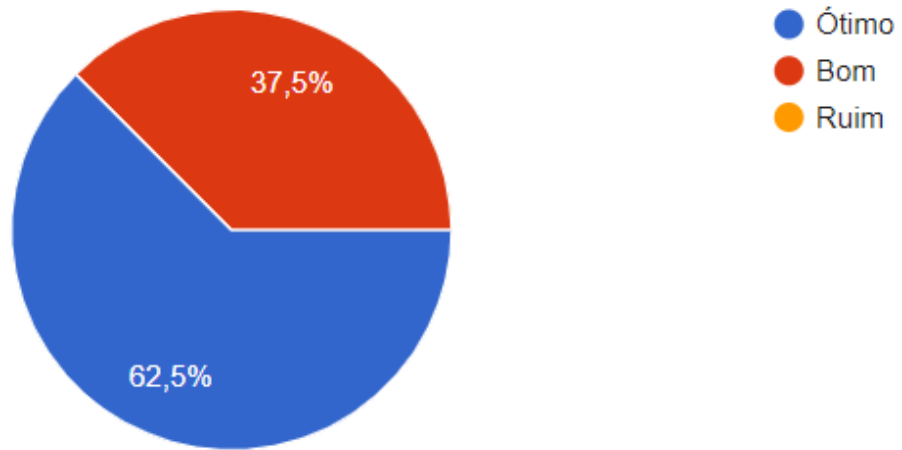
Fonte: autoras 2021

O gráfico apresentado anteriormente, está relacionado ao grau de satisfação dos clientes em sua primeira compra na empresa, onde podemos perceber que 92% dos entrevistados avaliaram a sua primeira compra na empresa no nível bom e, 8% avaliaram como ótimo.

A primeira impressão é construída sobre a imagem da empresa, nessa etapa os profissionais da empresa precisam fazer com que o cliente se impressione com o que vê, e sinta vontade de retornar, então tudo é levado em consideração, atendimento, produto, forma de pagamento, pós venda, todos os clientes são importantes, mas quando ele está iniciando seu contato com a empresa é fundamental lhe causar uma boa impressão, para assim desenvolver mais um cliente fiel, e trazer novos consumidores em potencial.

Conforme Leovelock e Wright (2006), a confiabilidade tem se destacado como fator mais importante na avaliação de qualidade do serviço pelo cliente. A confiabilidade está no coração da qualidade do serviço, um serviço não confiável é um serviço deficiente, a despeito de seus outros atributos. Se o primeiro serviço não é executado de maneira confiável, os clientes podem entender que a empresa seja incompetente e passar a procurar outro fornecedor.

Gráfico 2: Expectativa sobre o atendimento



Fonte: autoras 2021

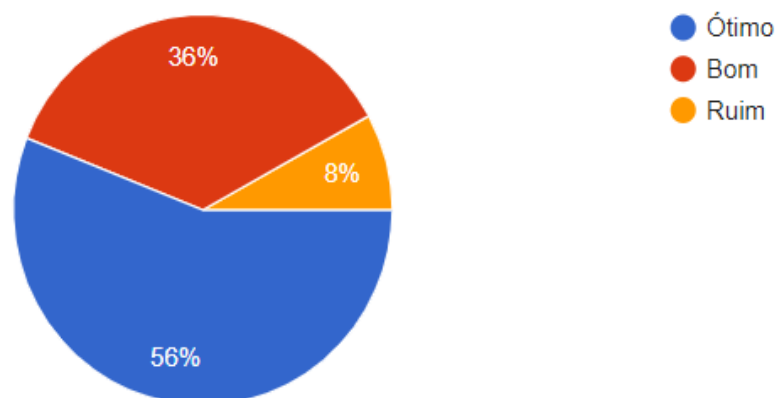
No gráfico sobre se o atendimento ofertado alcançou as expectativas, a porcentagem foi a de 62,5 % que alcançou as expectativas dos clientes estando no ótimo e, 37,5 % optaram pelo bom.

Como cita Furlong (1993, p.63):

“Os clientes desenvolvem expectativas sobre o que sua organização pode fazer por eles e comparam tais expectativas como que você na verdade lhes fornece. Uma diferença muito grande entre a expectativa e a realidade os levará a procurar satisfação em outro lugar”.

No gráfico a seguir, foi ressaltado, qual a opinião do cliente com relação, se os vendedores da empresa estão qualificados a exercer o atendimento no seguimento de vendas:

Gráfico 3: Qualificação dos vendedores



Fonte: autoras 2021

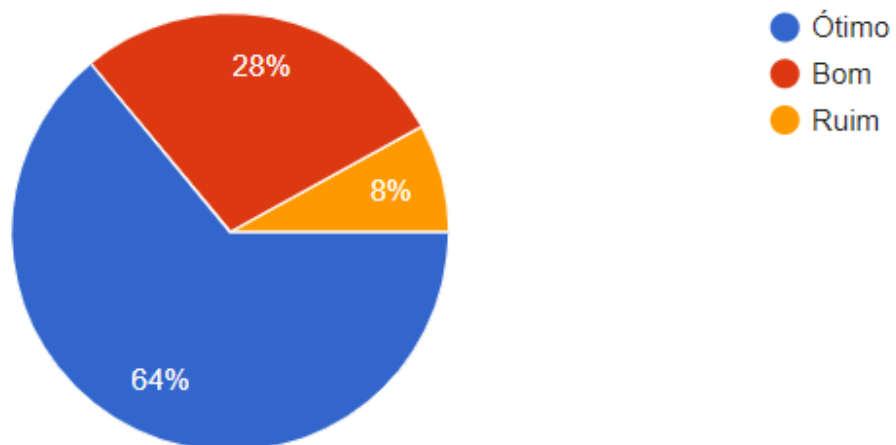
O gráfico anterior nos mostra os dados a seguir, onde 56% avaliou como ótimo, 36% como bom e os outros 8% restantes no ruim.

A qualidade está diretamente ligada aos clientes, e é de acordo com sua demanda que a empresa deve manter o foco buscando novos conhecimentos e qualificando seus funcionários para que entendam sobre seus produtos ou serviços, identificando as diversas possibilidades de melhor atendimento do cliente, ofertando cursos de qualidade para especialização em atendimento é um ponto positivo a ser revisto.

Segundo Kotler (1998, p. 53),” satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante na comparação do desempenho esperado pelo produto ou serviço em relação as expectativas das pessoas”.

Percebe-se que um bom atendimento é influenciado pela forma que o colaborador exerce sua função na prestação de serviço. A qualificação do colaborador é um item importante e influencia muito na forma de abordagem que terá com o cliente, resultando assim na satisfação ou insatisfação do mesmo:

Gráfico 4: Dúvidas sobre produtos



Fonte: Autoras 2021

O gráfico precedente, constata que 64% dos clientes consideram que as dúvidas são respondidas com facilidades, 28% responderam que em sua opinião está bom, porém 8% julgam estar ruim, que suas dúvidas não estão sendo respondidas com facilidades.

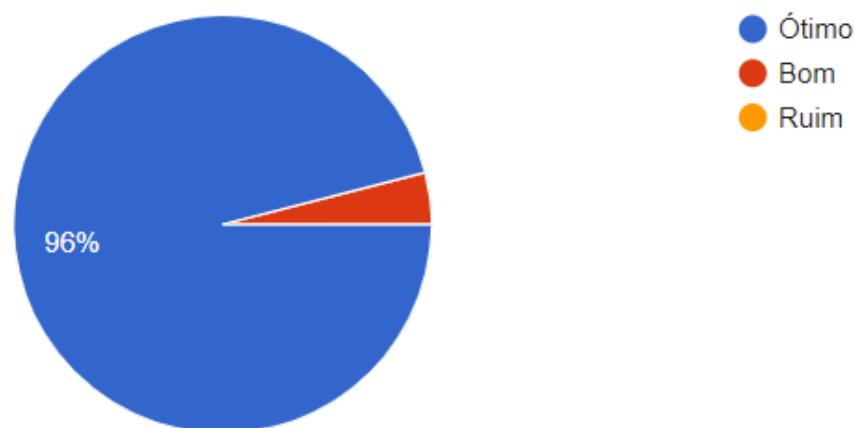
Prestar ajuda ao cliente, conseguir responder as suas dúvidas, é algo primordial na hora de se realizar uma venda, responder com facilidade as perguntas, é algo que o

vendedor vai se aperfeiçoando na prática, porém, é importante que o vendedor conheça sobre o produto, e passe as informações corretas, por este motivo, o mais apropriado que a empresa deve fazer, é disponibilizar cursos e treinamentos aos seus funcionários, para eles estarem aptos a atenderem seus clientes, e obterem mais chances de fechar a venda.

Churchil e Peter (2000) percebem que a novidade e a complexidade de um produto e a qualidade percebida são alguns aspectos da estratégia de produtos, que podem influenciar a decisão de compra do consumidor.

Em seguida o quarto gráfico exibe, o ponto de vista dos clientes sobre os produtos que a empresa disponibiliza, se eles os chamam a atenção:

Gráfico 5: Produtos



Fonte: Autoras 2021

Demonstrando assim que grande maioria, ou seja 96% como ótimo, que sim os produtos da empresa chamam sua atenção, e apenas 4% respondeu como bom.

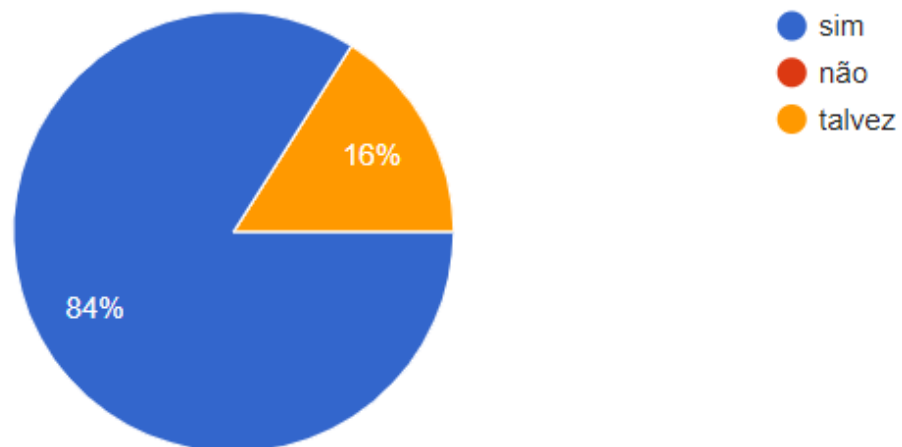
O gráfico acima demonstra a resposta em relação se os produtos da empresa chamam a atenção, onde 96% responderam como ótimo e apenas 4% como bom.

Segundo Cobra (1992), para satisfazer às necessidades dos consumidores, é preciso que os produtos ofertados por uma empresa apresentem boa qualidade, características que atendam os gostos dos compradores, variedade de modelos, estilos e tamanhos, embalagens sedutoras, e serviços e quantias que gerem retornos financeiros para a organização.

Um dos principais diferenciais de uma empresa, é seus produtos, hoje em dia com o mercado está cada vez maior, com uma diversificação total, as empresas devem estar aptas com produtos que os chamem atenção, por este motivo as empresas devem ir em busca de seu público alvo, procurar inovações, trabalharem com o marketing, fazer com que os clientes se atraiam por seus produtos.

A seguir pode-se observar o gráfico sobre o posicionamento se os clientes indicariam a empresa a outras pessoas.

Gráfico 6: Indicação



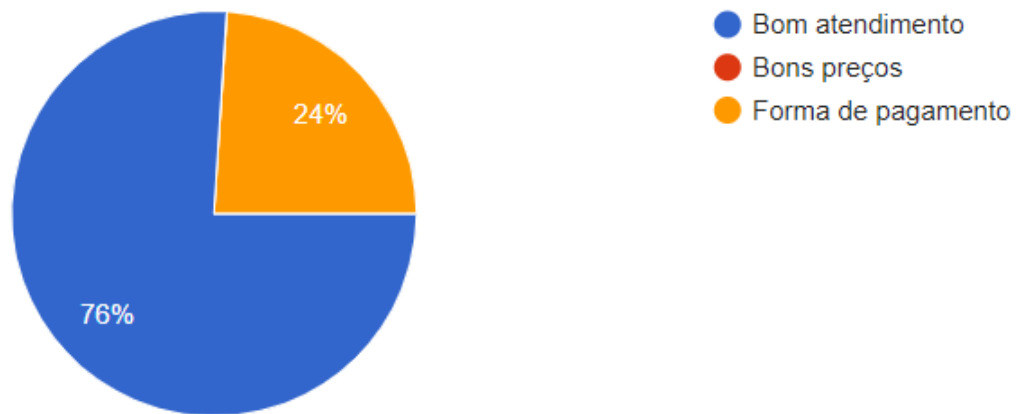
Fonte: autoras 2021

Pelo gráfico pode-se perceber que 84% dos entrevistados indicariam sim a empresa para outras pessoas, já 16% informaram que talvez indicariam.

A partir do momento que a empresa é indicada por outra pessoa, ela passa a ganhar maior credibilidade, outras pessoas que ainda não tem conhecimento a respeito da empresa, passam a ter um sentimento maior de confiança, e passam a ter o desejo de ir conhecer sobre os produtos que são ofertados.

Furlong (1993, p.4) ressalta que. “Clientes que se mantiveram fiéis durante vários anos estão mais propensos a recomendar seu estabelecimento à família e aos amigos”.

Gráfico 7: Retornar a empresa



Fonte: Autoras 2021

No gráfico o que o faz retornar na empresa 76% responderam ser o bom atendimento e 24% informaram ser a forma de pagamento.

Samara e Morsch (2005) entendem que para o sucesso de uma organização, é de suma importância, conhecer as pessoas, suas necessidades, seus desejos e seus hábitos de compra.

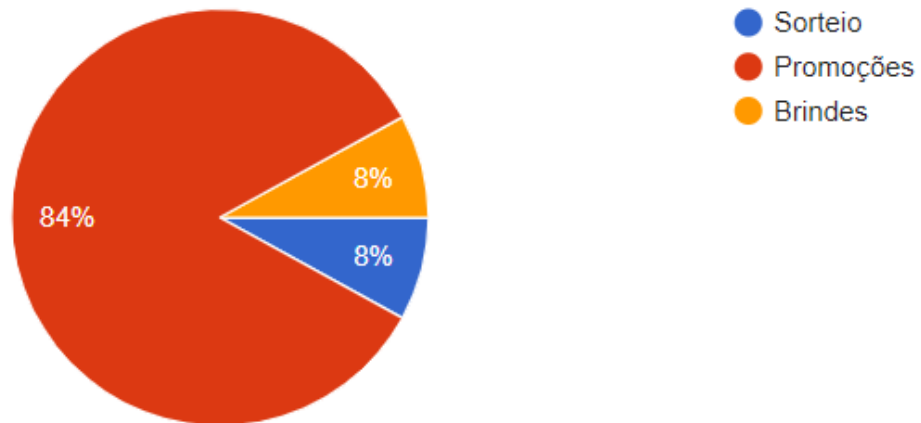
Além de um bom produto/ serviço, o cliente deseja ser bem atendido durante o processo de compra. O pós-venda é indispensável quando falamos em satisfação e fidelização, o cliente gosta de ser lembrado depois da compra também, faz com que se sintam importantes, talvez resultando futuramente em um cliente fidelizado da empresa.

A fidelização dos clientes é um fator de extrema relevância, o cliente quando está insatisfeito presumivelmente não voltará ao estabelecimento, manter o cliente satisfeito, precisa-se ser o objetivo de qualquer empresa que almeja ter seu devido destaque no mercado.

Uma etapa muito importante quando se realiza uma venda, é a forma de pagamento, onde é crucial saber se as formas de pagamento oferecidas, está adequada para seus clientes.

A seguir o ultimo gráfico apresentado no artigo, salienta sobre a concepção dos clientes em relação nas opções que a empresa deveria investir, para aperfeiçoar em seu negócio.

Gráfico 8: Investimentos/ ou inovações?



Fonte: Autoras 2021

Em relação no que a loja poderia investir em realizar tendo as três opções: sorteio, promoções e brindes, 84% optaram por acontecer mais promoções, 8% por sorteio e 8% por brindes.

Para Cravens e Piercy (2007, 339), “a estratégia de promoção consiste em planejar, implementar e controlar as comunicações de uma organização com seus clientes e outros públicos visados”.

As empresas também precisam ser mais flexíveis em vários aspectos e, estarem dispostas e aptas por inovação, para assim conseguir sanar as necessidades que seus clientes buscavam em seus produtos. Tornando assim a satisfação dos clientes peça chave para o sucesso da empresa.

De acordo com Las Casas (2004), as empresas devem se preocupar em identificar as várias formas eficientes que existem para informar aos seus clientes sobre seus produtos ou serviços da empresa. O administrador de marketing pode trabalhar sobre várias possibilidades como propaganda, promoções de vendas, venda pessoal; merchandising e relações públicas para poder estabelecer um relacionamento com seus clientes. Quando o comunicador emitir uma mensagem por um meio, ele deverá fazê-la de maneira que seu receptor realmente entenda o que ele quer informar.

3 CONCLUSÃO

Este trabalho teve a finalidade de constatar o grau de satisfação da empresa Relojoaria E ótica Laizer, pode-se retirar conclusões, que poderão servir de apoio para a empresa.

Por todos os aspectos mencionados no artigo, fica cada vez mais claro o quão importante é a opinião do cliente para o sucesso da sua empresa. Deixando evidente a empresa aspectos bons e outros que precisam ser avaliados, estudados e melhorados por ela, resultando em boas experiências e clientes futuramente fidelizados.

No geral os gráficos apresentados no estudo, mostram resultados satisfatórios, os dados apurados relatam que os clientes possuem uma credibilidade com a empresa, os produtos ofertados são de qualidade, a forma de pagamento agrada todos os clientes, pois é diversificada, o atendimento de forma geral está bom, porém se dedicar em melhorias nunca é demais, pois é importante saber que o cliente que é atendido não é somente mais um cliente. Ele deve ser visto como aquela pessoa responsável pela conquista de novos clientes.

No entanto alguns aspectos precisam ser melhorados, se baseando pela respostas dos clientes, como por exemplo em algumas fases do atendimento, a empresa erra por não fazer um bom treinamento com seus funcionários, acarretando talvez em perda de clientes. Outro fator importante a ressaltar, os clientes sentiram a escassez da empresa, em trabalhar com promoções, pois é uma ferramenta muito eficiente para um período de tempo estipulado que oferece ao cliente algo de valor que ele precisa no momento, a empresa deve pensa em investir cada vez mais em inovar, pois cliente satisfeito, é cliente fidelizado, consequentemente acarretando benéficos para a empresa.

Concluimos assim o presente artigo, sugerindo que novas pesquisas sobre o tema tratado sejam realizadas, contribuindo ainda mais com o desenvolver do crescimento sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

BARRETO, João M. **Introdução a administração**. UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis, Superintendência de Educação a Distância. Salvador, 2017

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 5° ed. Rio de Janeiro, 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento Estratégico**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009

FAMPER. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. Ampère: FAMPER, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4ª edição, São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: 2006

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de marketing**. 14ª ed. São Paulo. Pearson, 2012.

SEVERINO, Antônio J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ª ed. rev. e atual. 3ª reimp. São Paulo: Cortez, 2007.

SANTOS.M., APARECIDA TORRES. K., ALMEIDA E SILVA.L.H., LOUREIRO BORBA. E. Satisfação de clientes: análise do atendimento prestado pelas empresas no comércio de São João Del Rei- MG. **Eadb.br**. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos17/542539.pdf>. Acesso em 20/07/2021

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru, **Introdução a administração**: 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2000.

FURLONG, Carla. **Marketing para reter clientes**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 1994

ANDRADE. S., STEFANO S., ZAMPIER. M., **Metodologia de pesquisa**. Disponível em <http://www2.unicentro.br/Imgga/files/2017/03/ANDRADE2c-STEFANO-ZAMPIER-Metodologia-de-Pesquisa-1-1.pdf>. Acesso em 09/08/2021

CALSING. Evandro José. **Estudo sobre satisfação dos clientes da empresa Móveis Klein LTDA**. Lajeado, 2008, Univates. Disponível em :

<https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/538/1/2008EvandroJoseCalsing.pdf> Acesso em 29/09/2021.

SILVA. I., SANTOS. A., **SATISFAÇÃO DO CLIENTE: estudo de caso em uma loja do setor de vestuário, em Formiga – MG.** Disponível em : <https://www.formiga.ifmg.edu.br/documents/2017/PublicacoesTCCsBiblioteca/Gestao/Tcc-pronto.pdf> Acesso em 30/09/2021.

ANÁLISE FINANCEIRA:

ESTUDO DE CASO DO RAMO METALÚRGICO EM TEMPOS DE PANDEMIA NA CIDADE DE CAPANEMA-PR

Monaliza Hoger ¹

Thalia De Almeida ²

Keitilanger Grisa Hahn ³

RESUMO

Este presente artigo demonstra a importância da contabilidade para as empresas, assim evidenciando que a mesma contribui com informações corretas e precisas para a tomada de decisões. O objetivo desse estudo é mostrar como os índices financeiros são importantes para monitorar os dados e saber qual a real situação do negócio em tempos de pandemia global, pois através das análises financeiras pode-se identificar e avaliar o patrimônio da empresa e sua capacidade de gerar lucros, sendo assim, observando se os indicadores têm relevância ou não dentro de uma empresa, sabe-se também que com as análises pode ser tomado as decisões necessárias e conseqüentemente verificar as condições financeiras e econômicas da empresa, já que se trata da chave do sucesso para uma organização. Este trabalho utiliza modelo de avaliação de empresas, por índices do balanço e da DRE. Para isso foram selecionados alguns índices, esses realizados a partir do balanço patrimonial e da DRE de uma empresa no ramo metalúrgico, sendo a metalúrgica Real da cidade de Capanema no sudoeste do Paraná, esta pesquisa foi elaborada no período de 2019 a 2020. Os resultados obtidos ao decorrer do trabalho mostram a utilidade dos índices dentro da empresa, e que mesmo com a pandemia foram obtidos lucros, porém, toda via, o aumento da matéria prima fez com que a empresa sofresse algumas perdas. Com esse estudo a empresa obteve uma visão mais ampla sobre a sua situação financeira econômica.

Palavras chave: Indicadores econômicos financeiros, Indústria Metalúrgica, Economia em tempos de pandemia, análise econômica, Liquidez.

1 INTRODUÇÃO

Nas empresas, a contabilidade pode ser considerada um sistema de informações de grande relevância, sendo assim, é de suma importância a sua utilização.

MARION (2003, p. 01) relata:

A Contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e resumindo-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem sobremaneira para a tomada de decisões.

¹ Acadêmica de Ciências contábeis na Faculdade de Ampére – FAMPER – monalizahoger@hotmail.com

² Acadêmica de Ciências contábeis na Faculdade de Ampére – FAMPER – thaliaalmeida21@gmail.com

³ Mestre em Desenvolvimento Rural Sustentável (UNIOESTE), Especialista em Finanças Empresariais e Docência no Ensino Superior (FAMPER), Graduação em Administração (Faculdade de Ampére) e Ciências Contábeis (Centro Universitário Católico do Sudoeste do Paraná). , Coordenadora/Professora dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade de Ampére – FAMPER – keitigh@hotmail.com

Sabe-se que o mundo se encontra em uma situação delicada enfrentando ainda uma pandemia oriunda do Corona Vírus, o qual é do conhecimento comum que causou vários conflitos principalmente nos setores econômicos, fazendo com que ocorresse um retrocesso crescente de muitas empresas e infelizmente optassem, até mesmo pelo fechamento, desse modo a concorrência tem se tornado impetuosa gerando mais dificuldades de novas empresas se fixarem no mercado assim como as que já tem seu espaço de continuar.

Com a pesquisa surgiu o seguinte questionamento: Como proceder economicamente em um período de crise no mercado durante a pandemia como a qual vive-se, e estar ciente da situação econômico-financeiro da empresa proporciona uma gestão com decisões mais assertivas num momento como este?

A análise econômico-financeira proporciona aos gestores informações que revelam a atual situação da empresa, onde são apontados os pontos fortes e fracos, assim é proporcionado fundamentos essenciais para a tomada de decisão precisa na empresa.

Por esse motivo o tema em questão é uma análise financeira de balanços da empresa. Por ser uma ferramenta que possibilita a avaliação de desempenho, a mesma possibilitará saber se a empresa em si, estará obtendo lucros, assim como, traz a percepção de quais são as melhorias que precisam ser feitas para atingir maior eficiência em seus resultados. Sendo assim, é oportuno trabalhar com seus índices e indicadores.

Os administradores têm grandes necessidades de um conhecimento real das informações das empresas para a tomada de decisão para que não ocorram falhas comprometendo o futuro da organização. Ou seja, tendem a obterem informações consistentes para facilitar o processo de tomada de decisão, buscando alternativas diante dos problemas no mercado.

Neste momento de pandemia as empresas precisam tomar decisões de forma rápida, clara e precisa, pois, se algum dado é coletado e utilizado de forma errada, as empresas podem obter prejuízos.

Por isso, o objetivo do artigo é buscar o conhecimento da importância das análises econômicas e financeiras, identificando como pode-se avaliar a evolução do desempenho e o comportamento da empresa diante deste tempo de pandemia.

Para que este trabalho seja desenvolvido e atinja os seus objetivos específicos foram traçados os seguintes tópicos: analisar a composição do capital de giro; identificar

através das análises dos índices a real situação da empresa, encontrar os problemas e sugerir soluções nos setores com problemas, caso exista algum; apresentar o balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício, como principais peças contábeis na obtenção de dados.

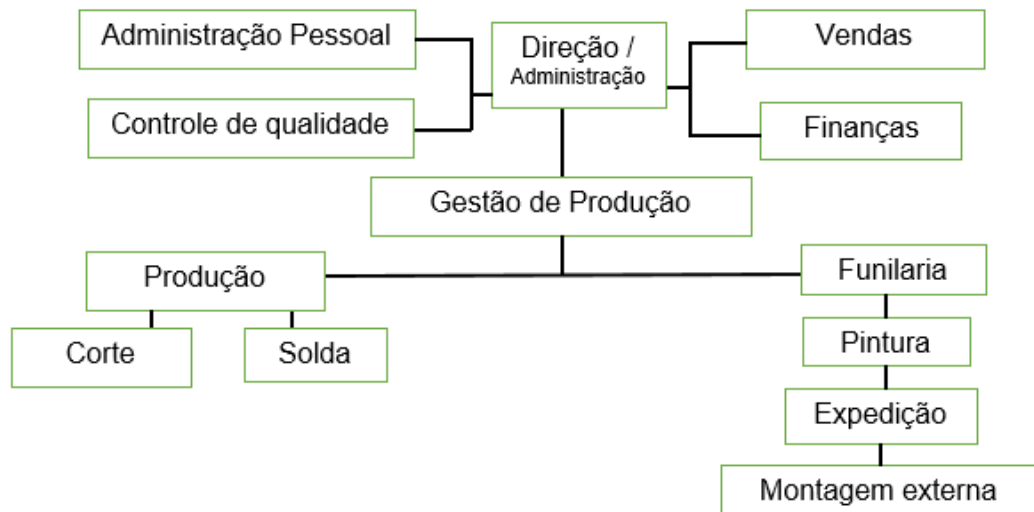
No cenário nacional, muitas organizações, sejam de grande ou pequeno porte, são familiares e por isso a gestão, geralmente passa por gerações, a tomada de decisão nem sempre obedece aos critérios técnicos de um profissional. Por esse motivo as decisões são embasadas por questões pessoais do momento, assim uma decisão pode ser inadequada prejudicando o futuro da entidade.

A originalidade do estudo está acentuada no fato de que as informações coletadas no mercado são atuais, o que gera uma análise mais precisa do ambiente e proporciona uma maior confiabilidade no resultado do estudo. A pesquisa foi realizada no período de março a dezembro de 2021.

O objeto deste caso de estudo é uma empresa na área metalúrgica, localizada na cidade de Capanema no estado do Paraná, a coleta de dados discorre desde março do ano de 2020, período que também fora analisado, tendo em vista que foi a época em que a pandemia ganhou força no Brasil.

A empresa metalúrgica Real iniciou suas atividades em 2003, no município de Capanema-PR, com apenas 1 colaborador. A metalúrgica surgiu com o intuito de atender a população em geral, onde as primeiras atividades prestadas eram serviços como portas, janelas, grades e calhas onde vinha a atender a necessidade da população.

Figura 1 – Organograma da empresa Metalúrgica Real De Capanema PR



Fonte: Monaliza e Thalia, 2020.

Com esse estudo apresentando-se quais são os pontos fortes e fracos da empresa, neste momento, e opções na tomada de decisão, e se existe viabilidade econômica em investimentos no presente momento ou em algum momento futuro.

O presente artigo foi dividido em tópicos seguindo os critérios de pesquisa, iniciando pelo desenvolvimento onde está a divisão dos referenciais teóricos o qual abrange a área estudada, seguido pela metodologia e os resultados, finalizando com a conclusão e os anexos do artigo.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1.1 CONTABILIDADE

De acordo com Silva (2012, p. 24) diz que “a contabilidade mede os resultados das empresas avalia o desempenho dos negócios, dando diretrizes para as tomadas de decisões”.

Segundo a CVM (1986), a Contabilidade é uma ciência nitidamente social quanto às suas finalidades, pois, em última análise, através de suas avaliações do progresso das entidades, propicia um melhor conhecimento das configurações de rentabilidade e financeiras, e, indiretamente, auxilia os acionistas, os tomadores de decisões, os investidores a aumentar a riqueza da entidade.

Vale ressaltar que a contabilidade, além de gerar informações, permite explicar os fenômenos patrimoniais, construir modelos de prosperidade, efetuar análises, controlar e

também serve para prever e projetar exercícios seguintes, entre tantas outras funções (OLIVEIRA, MÜLLER e NAKAMURA, 2000).

A contabilidade é indispensável à gestão das empresas, os relatórios e análises contábeis fornecem uma visão ampla e segura do patrimônio, tornando-se uma importante ferramenta para o processo de tomada de decisão (FRANCO, 1989; ROGERS et. al.)

Muitos fatos estão registrados desde o início da humanidade contatos através de séculos de história da humanidade. A história da civilização é a maior testemunha da vivência concreta da ciência da contabilidade no início da civilização antiga onde o homem já demonstrava o controle contábil através do controle alimentar ou através de desenhos encontrados em cavernas para algo que a civilização da época queria registrar como forma de controle do seu dia a dia (MARQUES, 2010, pág. 40).

Segundo Sá (1996, pag. 26),

Aproximadamente 3.550 a.C., os egípcios já possuíam escrita hieroglífica, uma escrita através de sinais para eles sagrados onde somente sacerdotes, membros da alta realiza, altos cargos tinham o privilégio de conhecer tal arte e o aperfeiçoamento da escrita de modo a simplificá-lo proporcionaram um meio eficaz para a racionalidade da escrita contábil.

Para Silva (2001, p. 27) “a contabilidade está muito relacionada com a análise financeira. As demonstrações financeiras fornecidas pela contabilidade constituem importante grupo de informações que serão examinadas no processo de análise financeira.”

“Com o surgimento da moeda e das medidas de valor, o sistema de contas ficou completo, sendo possível determinar as contas contábeis representantes do patrimônio e seus respectivos valores” (SCHMIDT, 2000, p. 22).

“Apurações de custos, revisões de contas, controles gerenciais de produtividade, orçamentos, tudo isso já era praticado em registros feitos em pranchas de argila, nas civilizações da Suméria e da Babilônia (Mesopotâmia)” (SÁ, 1997, p. 25).

Pode-se dizer que a contabilidade é uma ciência que está envolvida com o processo de registrar os atos e fatos contábeis, onde após o processamento destas informações, alimenta-se as demonstrações financeiras, geradas pelo departamento contábil, das quais serão apresentadas aos órgãos administrativos e financeiros, a fim de auxiliar estes departamentos na tomada de decisão, SILVA (2012).

2.1.2 ANÁLISE FINANCEIRA

Conforme Nogueira (2013, p.1) “Demonstrações Financeiras são uma apresentação normalizada da situação financeira de uma organização ou indivíduo”.

Contribuindo Silva (2001, p. 21) “[...] a análise financeira de uma empresa consiste num exame minucioso dos dados financeiros disponíveis sobre a empresa, bem como das condições endógenas e exógenas, que afetam financeiramente a empresa [...]”.

Matarazzo (2010) em sua obra apresenta como demonstrações financeiras o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício, a Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados e a Demonstração do Fluxo de Caixa.

A análise financeira de uma empresa envolve basicamente as seguintes atividades: coletar, conferir, preparar, processar, analisar e concluir no ponto de vista de Silva (2001).

Expõe Assaf Neto (2006)

“ A análise das demonstrações financeiras visa fundamentalmente ao estudo do desempenho econômico-financeiro de uma empresa em determinado período, para diagnosticar, sua posição atual e produzir resultados que sirvam de base para a previsão de tendências futuras. ” (p. 103-104).

2.1.3 ANÁLISE DE BALANÇO

Segundo Ludicibus (1998, p. 98), “A finalidade da análise econômico-financeira é mais do que retratar o que aconteceu no passado, fornece algumas bases para inferir o que poderá acontecer no futuro”.

Para Giridhari (2011) “a análise de balanço é um instrumento que auxilia o gestor no processo decisório, uma vez que aponta possíveis oscilações dentro da organização, em outras palavras, mostra os pontos altos e baixos da empresa”.

Para Matarazzo (1998, p. 38-39) “a Análise de balanço proporciona bons resultados na previsão de insolvência, podendo servir de guia para os dirigentes”.

Silva (2012, p. 24) diz que “a contabilidade mede os resultados das empresas avalia o desempenho dos negócios, dando diretrizes para as tomadas de decisões”

Segundo Assaf Neto (2010, p.35), a análise de balanços visa:

Relatar, com base nas informações contábeis fornecidas pelas empresas, a posição econômico-financeira atual, as causas que determinaram a evolução apresentada e as tendências futuras. Em outras palavras, pela análise de

balanços extraem-se informações sobre a posição passada, presente e futura (projetada) de uma empresa.

2.1.4 DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

“A Demonstração do Resultado do Exercício fornece de forma organizada todas as receitas, custos e despesas assim determinando lucro ou prejuízo, esse resultado é transferido para o patrimônio líquido no exercício social que foi apurado.” (BRAGA, 1989; ASSAF NETO, 2002; CREPALDI, 2002).

De acordo com Brigman e House (1999) a coleta e registro de dados, assim como a elaboração das demonstrações financeiras é atribuição da contabilidade. Não é objetivo deste trabalho discutir como são obtidas as demonstrações financeiras, mas sim analisar dados apresentados para se concluir se a empresa é bem ou mal administrada.

Para Braga (2009) as demonstrações contábeis devem ser preparadas e apresentadas para usuários externos de uma maneira geral visando suas finalidades distintas e necessidades diversas. Se o foco for elaborar demonstrações que forneçam informações úteis na tomada de decisões e avaliações para usuários em geral sem atender a finalidades e necessidades específicas, uma vez que a maioria as utiliza para tomada de decisões econômicas, as demonstrações devem ser elaboradas segundo a Estrutura Conceitual.

Sá (1981, p.11) diz: “Analisar um balanço e as demonstrações contábeis é estudar cada parte de tais sistemas, decompondo, estabelecendo relações, para que se possam formar juízos parciais e globais sobre patrimônio e resultados. ”

Para Iudícibus (2010, p.5), a Análise de Balanço é definida como:

[...] a arte de saber extrair relações úteis, para o objetivo econômico que tivermos em mente, dos relatórios contábeis tradicionais e de suas extensões e detalhamentos, se for o caso”. Consideramos que a análise de balanços é uma arte, pois embora existam alguns cálculos razoavelmente formalizados, não existe forma científica ou metodologicamente comprovada de relacionar os índices de maneira a obter um diagnóstico preciso.

2.1.5 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Este tipo de índice serve para avaliar a capacidade de a empresa conseguir saldar suas obrigações em curto e longo prazo e de forma imediata. Sendo estritamente financeiro, ajuda na forma de avaliação da capacidade de pagamento que a empresa tem, quanto maior do que um, melhor será este índice (HOJI, 2010).

Segundo GITMAN (2001), visam medir a capacidade de solvência da empresa, ou seja, sua capacidade financeira de cumprir com seus compromissos sendo as informações retiradas do balanço patrimonial da entidade.

Para Matarazzo (2003, p. 163 - 164) “este índice não pode ser confundido com índice de capacidade de pagamento, pois os índices de liquidez não são extraídos do fluxo de caixa que comparam as entradas com as saídas de dinheiro”.

Silva e Camelo et al.(2007, p. 179):

Os índices de liquidez visam fornecer um indicador da capacidade da empresa de pagar suas dívidas, a partir da comparação entre os direitos realizáveis e as exigibilidades. No geral, a liquidez decorre da capacidade de a empresa ser lucrativa, da administração de seu ciclo financeiro e das suas decisões estratégicas de investimento e financiamento.

Segundo Gitman (1997, p.109), “Liquidez é a capacidade de uma empresa satisfazer suas obrigações na data do vencimento, referindo-se à facilidade com que a empresa pode pagar suas contas, ou seja, à solvência da situação financeira da empresa, de forma global”. São representados por quatro indicadores:

- Liquidez Imediata: Evidencia a possibilidade de pagamento das dívidas de curto prazo em um período imediato, sua fórmula é representada pelo cálculo das disponibilidades no ativo dividido com o passivo circulante;

- Liquidez Seca: Demonstram a possibilidade de saldar as dívidas a curto prazo, evidenciando se a empresa depende das vendas para a liquidação das dívidas, sua fórmula é representada pelo cálculo do ativo circulante menos estoque divididos pelo passivo circulante;

- Liquidez Corrente: Demonstra a possibilidade de o ativo circulante ser utilizado para o pagamento das obrigações presentes no passivo circulante. Significa que se a empresa estiver abaixo do parâmetro de R\$ 1,00, não tem saldo suficiente para arcar com a dívida naquele momento. Porém depende da política de pagamento de cada empresa, por exemplo, se a forma de pagamento for à vista é possível que o índice abaixo do 14 padrão seja aceitável. Sua fórmula é representada pelo cálculo do ativo circulante menos os divididos com o passivo circulante.

- Liquidez Geral: Esse indicador evidencia a capacidade de as empresas saldar o total de suas dívidas.

Conforme Padoveze (2004, p 137), “Esse indicador trabalha com todos os ativos realizáveis e todos os passivos exigíveis, aglutinando os classificados de curto prazo com os de longo prazo”. Sua fórmula é representada pelo cálculo do ativo circulante mais realizável em longo prazo divididos pelo passivo circulante mais exigível a longo prazo.

2.1.6 AS PRINCIPAIS TÉCNICAS DE ANÁLISE.

Neves e Viceconti (2003) explicam que as análises por coeficiente (vertical e horizontal) refere-se a coeficientes patrimoniais e que as análises por quociente se referem à análise financeira, conforme veremos a seguir.

Conforme Perondi (2007, p. 35) “há várias técnicas utilizadas para realizar a análise das Demonstrações Contábeis, cada usuário, poderá ter interesse por diferentes aspectos da análise”

Sabe-se que o coeficiente patrimonial é classificado com horizontal e vertical, e assim estes têm a finalidade de dar diretrizes sobre a empresa e auxiliar a análise presente as variações econômicas e patrimoniais.

2.1.6.1 Análise Horizontal

Conforme Silva (2001, p. 208) “o propósito da análise horizontal (AH) é permitir o exame da evolução histórica de cada uma das contas que compõem as demonstrações financeiras”.

A análise horizontal, também chamada de ANALISE DE TENDÊNCIA, é a observação de uma sequência de um mesmo índice ou de uma sequência de valores de uma mesma conta, durante vários anos ou períodos. Possibilita o acompanhamento do desempenho de cada uma das contas que compõem a demonstração em questão, ressaltando as tendências Evidenciadas em cada uma delas, sejam evoluções positivas ou negativas, Com dados extraídos do Balanço Patrimonial e da Demonstração de Resultado do exercício (PERONDI, 2007, p.35-36)

Ferrari (2009, p. 38) distingue a análise horizontal de evolução nominal da análise horizontal de evolução real:

A diferença entre ambas reside no fato de que na análise de evolução nominal não são considerados os efeitos da variação do poder aquisitivo da moeda (inflação ou deflação), ao passo que na análise de evolução real, são considerados tais efeitos.

2.2.6.2. Análise Vertical

No que se refere à análise vertical da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), Ferrari (2009, p. 37) menciona o seguinte: “A análise vertical da DRE, na maioria

dos casos, tem seu ponto de partida na fixação da Receita Líquida 50 em 100% (alguns analistas fixam a Receita Bruta em 100%). A partir daí, são determinados os demais coeficientes. ”

2.2 METODOLOGIA

Esta pesquisa trata-se como exploratória, descritiva e bibliográfica, sendo um estudo de caso da análise financeira, onde o meio de investigação foi documental, pois visa realizar um estudo com base nos dados contábeis e financeiros de uma organização os quais estão nos anexos do artigo, diagnosticando a sua situação econômico-financeira nos últimos anos e sua propensão futura, analisando os anos de 2019 e 2020.

Lakatos e Marconi (2008, p. 71) trata à pesquisa exploratória como “investigações de pesquisa empírica cujo o objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, esclarecer fatos ou fenômenos”.

Assim, essa pesquisa propôs a investigação documental com contato direto dos pesquisadores com as demonstrações da empresa escolhida.

Com relação à pesquisa documental Lakatos e Marconi (2008, p. 48) ressaltam que o que caracteriza esse tipo de pesquisa é “a fonte de coleta de dados que se encontra restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias”. Os autores salientam que “esta pesquisa pode ser recolhida no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois”.

Atualmente a empresa a qual o artigo está baseado conta com 12 colaboradores, além do proprietário, a atividade econômica principal é fabricação de estruturas metálicas, e as secundárias são produção de artefatos estampados de metal, fabricação de artigos de serralheria, exceto esquadrias, calhas, e serviços de solda. Prestando serviços em toda a região sudoeste do estado. Este estudo explana as demonstrações contábeis, financeiras e econômicas da empresa em questão no período de 2019 a 2020, durante a pandemia, com o objetivo de apurar os índices contábeis.

Após obter os dados e apuração dos resultados, foram tabulados os números e em seguida os dados foram organizados e calculados, para finalizar a contabilização.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Para que seja apresentado os resultados da pesquisa, faz-se necessário resgatar os elementos apresentados no início do presente trabalho, como os objetivos estabelecidos e analisar com os resultados obtidos, ressaltando os procedimentos utilizados e sugestões para trabalhos futuros.

2.3.1 ANÁLISE DOS ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Para iniciar a pesquisa, foi aplicado os índices da análise financeira de Liquidez, identificando assim sua situação durante o período da pandemia. São eles:

Tabela 1: Índices de Liquidez.

Grupo	Denominação	Formula	2019	2020
Análise financeira	Liquidez imediata	$\frac{\text{Disponível}}{\text{Passivo circulante}}$	0,68%	2,73%
	Liquidez seca	$\frac{\text{Ativo circulante estoque}}{\text{passivo circulante}}$	0,69%	2,79%
	Liquidez corrente	$\frac{\text{Ativo circulante}}{\text{passivo circulante}}$	1,44%	9,64%
	Capital de giro	Ativo C. – Passivo C.	62.762,26	481.860,17

Fonte: Monaliza e Thalia (2021)

Percebe-se que os Índices de Liquidez da empresa estão positivos, pois de acordo com Matarazzo (2010), quando esses índices forem maior que 1,00 significa que são bons para empresa.

Porém, nota-se que em 2019, a liquidez imediata e a seca estavam gradativamente baixas, mesmo que não estivessem negativas. E em 2020 durante a pandemia esses índices aumentaram o que mostra que a empresa pode se manter durante esse período mesmo que nesse ramo o valor da matéria prima tenha aumentado drasticamente.

De acordo com Martins, Miranda e Diniz (2013), os índices de liquidez mostram a situação financeira de uma entidade perante aos compromissos financeiros contraídos, em outras palavras, indicam a capacidade de honrar as dívidas assumidas, indicando de maneira genérica a condição de sua própria continuidade.

É importante ressaltar a consideração que Matarazzo (2003) depreende desse índice, ao considerar a ideia equivocada que iguala liquidez com capacidade de pagamento. Para o autor, os índices de liquidez não advêm do fluxo de caixa, o qual compara entradas com saídas de dinheiro.

2.3.2 ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL NO BALANÇO PATRIMONIAL

Em busca de melhores resultados foi realizado também as análises verticais e horizontais.

Tabela 2: Análise vertical e horizontal do Balanço Patrimonial.

	2019	AH	AV	2020	AH	AV
ATIVO	286.588,47	100%	100%	617.644,90	115,52%	100%
Ativo circulante	206.588,47	100%	72,08%	537.644,90	160,24%	87,05%
Disponibilidade	98.292,57	100%	34,30%	152.252,25	54,90%	24,65%
Direito Realizável a curto prazo	108.295,90	100%	37,78%	385.392,65	255,87%	62,39%
Estoque	108.145,90	100%	37,73%	382.172,12	253,39%	61,87%
Adiantamento	108.145,90	100%	37,73%	3.220,53	-97,02%	0,52%
Ativo não circulante	80.000,00	100%	27,91%	80.000,00	0,00	12,95%
Imobilizado	80.000,00	100%	27,91%	80.000,00	0,00	12,95%
Total ativo	286.588,47	100%	100%	617.644,90	115,52%	100%
PASSIVO	286.588,47	100%	100%	617.644,90	115,52%	100%
Passivo circulante	143.826,64	100%	50,18%	55.784,73	-61,21	9,4%
Fornecedores	136.606,64	100%	47,66%	0,00	-100%	0,00%
Obrigação trabalhista	3.516,99	100%	1,22%	52.105,07	1381,52%	8,44%
Folha pagamento	0,00	100%	0,00%	44.862,59	-----	7,26%
Encargo social	3.516,99	100%	1,22%	7.242,48	105,92%	1,17%
Obrigação tributaria	3.677,99	100%	1,28%	3.679,66	0,05%	0,59%
PATRIMONIO LIQUIDO	142.762,26	100%	49,82%	561.860,17	293,57%	90,96%
Capital	50.000,00	100%	17,45%	50.000,00	0,00	8,09%
Reservas	92.762,26	100%	32,67%	511.860,17	451,80%	82,87%
Total do passivo	286.588,47	100%	100%	617.644,90	115,52%	100%

Fonte: Monaliza e Thalia (2021)

Percebe-se que o disponível (caixa, Banco) estão crescendo gradativamente e este fato leva ao acréscimo nas liquidez, o patrimônio líquido é crescente e isso é positivo

para a empresa, percebe-se também, com a análise, que o ativo circulante teve aumentos e o passivo diminuiu, o que é um ótimo resultado, pois, quando esse índice tem diminuição significa que a mesma está em boas condições financeiras, mesmo que na análise horizontal o seu resultado tenha sido negativo.

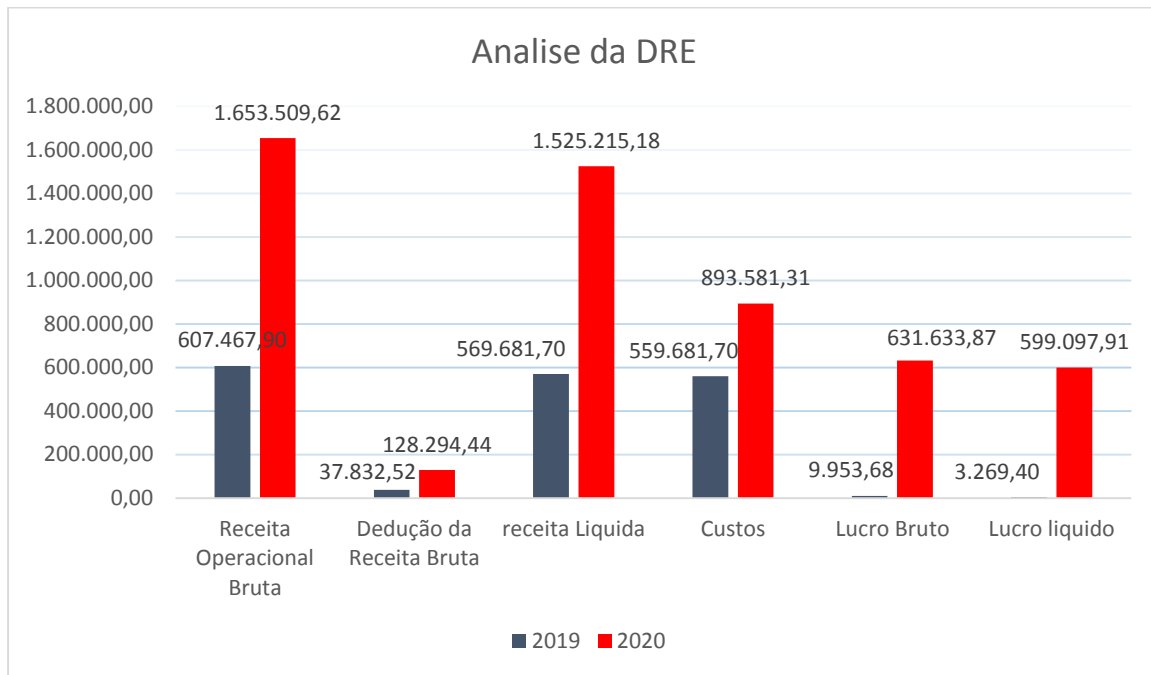
Matarazzo (1997, p.249) conceitua as análises horizontal e vertical como métodos que apontam qual o principal credor e como se alterou a participação de cada credor nos últimos dois exercícios. Concordando, Ribeiro (2001, p. 117), reforça que a Análise Vertical consiste na determinação de cada conta ou grupo de contas em relação ao seu conjunto, enquanto que a Análise Horizontal é a comparação dos componentes do conjunto em vários exercícios, por meio de números-índices, objetivando a avaliação ou o desempenho de cada conta ou grupo de contas ao longo dos períodos analisados.

Conforme Ludícibus (2008) nos dias de hoje pode-se utilizar a análise de balanços para definir estratégias da empresa, pois esta demonstração além de informar o posicionamento relativo e a evolução de vários grupos contábeis, também pode ser utilizada como um “painel geral de controle da administração”, servindo como base para tomada de decisões e análises de possíveis pontos críticos existentes.

2.3.3 ANÁLISE DA DRE

Foi optado por realizar uma análise com base nos dados da DRE, por ser uma ferramenta que auxilia o administrador com eficiência. Segundo Ferrari (2005, p. 550): “A DRE é a demonstração contábil que tem por objetivo evidenciar a situação econômica da entidade, isto é, apuração do lucro ou prejuízo. ”

Tabela 3: Análise da demonstração de resultado.



Fonte: Monaliza e Thalia (2021)

Em termos de vendas, primeiramente percebe-se que no ano de 2019 a empresa fechou com uma receita líquida de R\$ 569.635,38, e conseqüentemente com um custo de R\$ 559.681,70, ou seja, a empresa fechou com R\$ 9.953,68 o seu lucro bruto no ano de 2019. No ano de 2020 a empresa teve uma receita líquida com vendas no valor de R\$ 1.525.215,18, e assim conseqüentemente um custo de R\$ 893.581,31 o lucro bruto ficou em R\$ 631.633,87.

A variação da receita bruta teve um percentual de 172,20%. E conseqüentemente o seu lucro líquido teve uma variação elevada. O que pode ser percebido com isso é que a empresa teve melhorias gritantes na sua performance, e isso foi de extrema importância para a empresa.

2.3.4 ANÁLISE FOFA

Para Thompson (2000 apud JUNQUEIRA 2006 p. 33), a análise SWOT é uma ferramenta útil para se obter uma visão geral da situação de uma empresa e enfatiza o princípio básico de que a estratégia deve produzir um bom ajuste entre a capacidade interna da empresa (seus pontos fortes e fracos) e as circunstâncias externas (refletidas em parte por suas oportunidades e ameaças).

A análise de oportunidades e ameaças, juntamente com os pontos fortes e fracos integram os resultados da análise da empresa perante o mercado, permitindo a busca de oportunidades e a tomada de decisões estratégicas. Serve para analisar o cenário ou ambiente, desde a criação de uma pequena empresa, até a gestão de uma multinacional

A Analise FOFA, também conhecida como matriz SWOT, é muito utilizada por ser simples onde uma empresa pode entender o ambiente em que está inserida e assim criar uma base de informações necessárias para planejar o seu futuro.

Com intuito de concluir esse diagnóstico, na sequência é apresentada a análise FOFA da empresa em estudo.

Tabela 4: Analise SWOT (FOFA)

Ambiente interno	Ambiente externo
<p>Pontos Fortes Adapto a mudanças; Foco na atividade principal; Linha de produtos com qualidade; Empresa com experiência e tempo de mercado;</p>	<p>Oportunidades Aumento de produtividade; Redução de custos; Diferencial estratégico; Fidelização de clientes; Adotar tecnologias avançadas;</p>
<p>Pontos Fracos Controle de estoque;</p>	<p>Ameaças Riscos operacionais; Preços de matérias primas.</p>

Fonte: Monaliza e Thalia (2021)

Ao analisar o ambiente interno, que são as forças e fraquezas, a empresa pode trabalhar para manter a sua força mais forte a cada dia e conhecendo as suas fraquezas pode tomar decisões para corrigi-las ou evita-las.

Já ao analisar o ambiente externo, oportunidades e ameaças a organização não consegue manipular diretamente, mas não é por este motivo que se deve deixar de monitorar esse ambiente. A empresa pode pró-ativamente aproveitar as oportunidades do ambiente externo, e conhecendo as ameaças que o ambiente externo apresenta é possível atuar para minimizar esses riscos e impedir que afetem nos resultados.

2.3.5 DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

De acordo Santi Filho (2002) “Fluxo de Caixa é a previsão de entradas e saídas de recursos monetários, por um determinado período”. Assim o fluxo de caixa deve ser realizado com base nos dados atuais da empresa.

De acordo com Almeida (2000), fluxo de caixa operacional são as entradas e saídas de dinheiro relacionadas à produção e a venda dos produtos e serviços da empresa. Com base nisso, apresenta-se aqui a DFC do ano de 2019 e respectivamente do ano de 2020.

Percebe-se que a variação final do fluxo de caixa do ano de 2019 fechou com redução, e no ano de 2020 teve variação de aumento. A DFC é uma ferramenta com muita importância pois através da mesma, a empresa tem um controle sobre as entradas e saídas de dinheiro, possibilitando assim, tomar as decisões de forma correta no momento que se faz necessário.

Tabela 05: Demonstração de Fluxos de Caixa

Consolidação: Empresa Método: Indireto Período: 01/2020 a 12/2020

Conta	Descrição	Valor
1	OPERACIONAIS	233.959,68
1.001	Lucro/Prejuízo líquido do exercício	599.097,91
1.005	Depreciação	0,00
1.010	Clientes	0,00
1.011	Adiantamentos	-3.070,53
1.012	Tributos a recuperar	0,00
1.015	Estoques	-274.026,22
1.016	Despesas de exercício seguinte	0,00
1.017	Outros ativos	0,00
1.020	Fornecedores	-136.606,64
1.021	Obrigações tributárias	-22,92
1.025	Outros passivos	48.588,08
2	INVESTIMENTO	0,00
2.001	Ativo imobilizado	0,00
2.005	Investimentos	0,00
2.006	Intangível	0,00
3	FINANCIAMENTO	-180.000,00
3.001	Empréstimos	0,00
3.005	Integralizações de capital	-180.000,00
	Aumento/Redução de Caixa e Equivalentes de Caixa	53.959,68
	Caixa e Equivalentes de Caixa	
	No início do Período	98.292,57
	No final do Período	152.252,25
	Varição	53.959,68

Consolidação: Empresa Método: Indireto Período: 01/2019 a 12/2019

Conta	Descrição	Valor
1	OPERACIONAIS	70.944,55
1.001	Lucro/Prejuízo líquido do exercício	3.269,40
1.005	Depreciação	0,00
1.010	Clientes	0,00
1.011	Adiantamentos	11.107,16
1.012	Tributos a recuperar	31,71
1.015	Estoques	54.499,70
1.016	Despesas de exercício seguinte	0,00
1.017	Outros ativos	0,00
1.020	Fornecedores	11.414,04
1.021	Obrigações tributárias	132,33
1.025	Outros passivos	-9.509,79
2	INVESTIMENTO	0,00
2.001	Ativo imobilizado	0,00
2.005	Investimentos	0,00
2.006	Intangível	0,00
3	FINANCIAMENTO	-115.000,00
3.001	Empréstimos	0,00
3.005	Integralizações de capital	-115.000,00
	Aumento/Redução de Caixa e Equivalentes de Caixa	-44.055,45
	Caixa e Equivalentes de Caixa	
	No início do Período	142.348,02
	No final do Período	98.292,57
	Varição	-44.055,45

3 CONCLUSÃO

Inicialmente, pelos índices, percebe-se que no ano de 2019 os valores fecharam baixos, já em 2020 houve grande aumento, na avaliação horizontal e vertical percebe-se que comparando o ano de 2019 com o de 2020, ocorreram aumentos gradativos na empresa.

Ao final, pode-se verificar que o objetivo proposto neste trabalho de conclusão de curso foi alcançado, pois foi possível verificar os índices e suas variações no período analisado da empresa Metalúrgica Real, diagnosticando possíveis causas que contribuíram para que houvesse melhora ou piora no desempenho.

Conclui-se assim, que após o estudo a empresa apresenta pontos positivos e negativos como elevado valores de matérias primas para o administrador nesta fase de adaptação ao novo mercado.

Lembrando sempre que o objetivo de qualquer empresa é buscar a lucratividade, sendo assim, novamente percebe-se que um contador e um administrador que tem visões do futuro, desempenham um ótimo serviço. Assim vê-se que as análises, juntamente com uma administração e contabilidade eficientes há maior viabilidade e maior controle de desempenho da empresa e muitas possibilidades dando segurança aos gestores durante tomada de decisões para contribuir no desempenho da empresa e no seu crescimento.

Desse modo, cumpre-se o propósito deste presente trabalho o qual era identificar a analisar os índices financeiros durante a pandemia, o referido trabalho também nos mostra os conceitos da contabilidade, comparando aplicações dentro da empresa.

A relevância social da pesquisa se dá pela profissionalização da gestão da empresa, para assim melhorar o processo de tomada de decisão. A empresa poderá permanecer por muito mais tempo atuando no mercado, expandir seus negócios de um modo o qual irá oportunizar o desenvolvimento econômico da região onde está inserida.

Sob esta perspectiva, este artigo irá proporcionar uma ampla visão para realizar a análise de fatos financeiros que ocorrem em empresas para a tomada de decisões, e desse modo também capacitá-los para realizar uma melhor aplicação de recurso onde vem a favorecer o sucesso das empresas.

Essa pesquisa não se encerra aqui, fica em aberto a possibilidade de projetos futuros utilizando-se deste para aplicação em outras empresas afim de auxiliar e corroborar a mesma visando o melhor desempenho no mercado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. Princípios Fundamentais de Contabilidade e Normas Brasileiras de Contabilidade. São Paulo: Atlas, 2000.

ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e Valor. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006

BRAGA, Hugo Rocha. Demonstrações Contábeis: Estrutura, Análise e Interpretação. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRIGMAN, Eugene F.; HOUSTON, Joel F. Fundamentos da moderna administração financeira. 1. Ed. Rio De Janeiro: Campus, 1999.

CAMELO. M Sousa de patrícia Erika, et al., Análise das demonstrações contábeis em empresas da área comercial de embalagens.

CONTABILIDADE, Conselho Regional de. Contabilidade para pequenas e médias empresas: NBC T 19.41, aprovada pela resolução CFC nº 1.255-09. 2. ed. Porto Alegre: CRCRS, 2011.

CREPALDI, Silvio Aparecido. Curso Básico de Contabilidade: resumo da teoria, atendendo às novas demandas da gestão empresarial, exercícios e questões com respostas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CVM, Comissão de Valores Mobiliários. Deliberação CVM nº 29/86. Brasília, 1986.

ESPÍNDOLA, Fábio. Estrutura e Análise Financeiro-Econômica das Demonstrações Contábeis. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/estrutura-analise-financieiroeconomica-das-demonstracoes-.htm>

FERRARI, Ed Luiz. Análise de Balanços. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FILHO, Armando de Santi. Análise do Demonstrativo do Fluxo de Caixa. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

FRANCO, Hilário. **Estrutura, Análise e Interpretação de Balanços**. 15ª ed. São Paulo. Atlas, 1992.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
GIRIDHARI, Nicholas. Análise de balanço Por que utilizar esta ferramenta?

GITMAN, Lawrence Jeffrey. Princípios de Administração Financeira. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000

HOJI, Masakazu. Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Análise de balanços. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia do trabalho científico. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Introdução à Ciência da Contabilidade. 3ª. Edição- São Paulo : Atlas, 2002.

MARION, José Carlos. Análise das Demonstrações Contábeis: contabilidade empresarial. Atlas, 6ª. Ed., 2010.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 10 ed. – São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUES, Wagner Luiz. Contabilidade Geral I – Passo a Passo (Contabilidade Comercial) – Gráfica Vera Cruz. Cianorte – Paraná 2010.

MATARAZZO, Dante Carmine. Análise Financeira de Balanços. 7ª. Ed. São Paulo: Atlas. 2010.

MATARAZZO, Dante Carmine. Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial. 4ª edição, São Paulo: Atlas, 1997.

NETO, Alexandre Assaf. Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro. 9 ed. São Paulo, Atlas, 2010.

NEVES, Silvério das. VICECONTI, Paulo Eduardo V. Contabilidade Avançada: e análise das demonstrações financeiras. 12. ed. São Paulo: Frase, 2003.

NOGUEIRA, Nuno. **O que são demonstrações financeiras**

OLIVEIRA, A. G.; MÜLLER, A. N.; NAKAMURA, W.T. A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas. **Revista FAE**, Curitiba, v.3, n.3, p.1-12, set./dez. 2000. Disponível em: <http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v3_n3/a_utilizacao_das_informacoes.pdf>.

PADOVEZE, Clóvis Luís; BENEDICTO, Gideon Carvalho. Análise das demonstrações financeiras. 2ª. Ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

PERONDI, Marioni. O uso das Demonstrações Contábeis na Análise de Crédito de Pessoas Jurídicas. 2007. 81 f.

SÁ, Antônio Lopes de. Teoria da contabilidade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002. _____. História geral e das doutrinas da contabilidade. São Paulo: Atlas, 1997

SÁ, A. M. Lopes de. Análise de balanços e demonstrações contábeis. 1.ed. São Paulo: Atlas, 1981.

SCHMIDT, P.; MACHADO, N. P. (2005) – Fundamentos da Teoria da Contabilidade. Editora Atlas. São Paulo.

SILVA, Alexandre Alcantara da. Estrutura, Análise e Interpretação das Demonstrações **Contábeis**. São Paulo: Atlas. 2007.

ESTUDO DE ALTERNATIVAS PARA MITIGAÇÃO DA INADIMPLÊNCIA DE EMPRESA DE MANUTENÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO MEIO AUTOMOTIVO DO SUDOESTE DO PARANÁ.

Simone Aparecida Bueno¹

Vanessa Gularte Lubian²

Sandro Filgueiras³

RESUMO

A inadimplência é atualmente um dos principais obstáculos das empresas que optam pelas vendas a prazo ou parceladas. Cada vez mais clientes tornam-se inadimplentes, ou pelo fato de se endividarem e não conseguirem cumprir com os prazos de pagamentos, ou por problemas financeiros inesperados relacionados a doenças, acidentes, mortes. E esse fator acaba prejudicando a saúde financeira de qualquer empresa independente do segmento. O presente artigo relata um estudo de caso de origem qualitativa de uma empresa do meio automotivo sobre a inadimplência por meios de pagamento utilizados em 2021. O estudo contempla a coleta e tratamento de dados através da observação e análise de planilhas para obtenção de cada percentual de inadimplência nas modalidades de recebimento como nota, cartão, cheque, pix e boleto bancário, no período de janeiro a julho de 2021. Na sequência, foi obtida simulação no caso de uma política de recebimentos que direcionasse o pagamento pelo meio nota, de maior inadimplência percebida, para outros meios mais formalizados como cartão e boleto bancário e o custo envolvido nesta possibilidade. Os resultados obtidos nesta pesquisa foram satisfatórios, pois o acompanhamento nesse período resultou em uma nova posição da empresa em relação as suas formas de recebimento.

Palavras chave: Custos; Inadimplência; Meios de Pagamento; Pagamento

1 INTRODUÇÃO

As finanças de uma organização desempenham um papel preponderante para o alcance de seus objetivos planejados. Baseada no conhecimento existente na busca por alternativas financeiras racionais para atender a necessidade contínua de rendimento e retornos positivos.

1 Bacharelado do Curso de Administração, Faculdade de Ampère – FAMPER, 2021.

Syh.moneh26@hotmail.com

2 Bacharelado do Curso de Administração, Faculdade de Ampère – FAMPER, 2021.

vanessaglubian@outlook.com

Mestre em Administração pela Faculdade Unioeste – Campus Cascavel. sfilgueiras2707@gmail.com

Para Oliveira (*apud* Gitman, 2010), praticamente todos os indivíduos e organizações estão envolvidos com atividades financeiras pois, constantemente, recebem, captam, gastam e investem valores. Este, ainda, divide finanças em duas grandes áreas: a de serviços financeiros e a de administração financeira.

Descreve Castro Neto e Sergio (2009, p.177), “Para se ter um bom acompanhamento dos créditos de uma organização é necessário a implantação de indicadores que venham a subsidiar o processo de tomada de decisão”.

O problema da pesquisa busca responder, frente aos dados coletados, qual o melhor meio de pagamento para a empresa estudada, de maneira a minimizar os índices de inadimplência. Para as indústrias em geral, é de suma importância estudar o custo benefício dos meios de pagamento e a inadimplência de cada um, pois, conforme o nível de inadimplência é necessário ver a possibilidade de priorizar outros meios em que haja melhor custo benefício.

O presente estudo procura esclarecer a importância dos meios de pagamentos, seus custos, reflexos financeiros e possibilidade de maior adimplência. Para tanto, o estudo se aplicou em uma empresa do ramo automotivo, mas poderá ser replicada em qualquer instituição ao utilizarem os meios de pagamento (PIX, nota, boleto, cartão e cheque).

O estudo de caso iniciou com a captação de todos os dados de relatórios de atividade desta empresa, referentes ao período de janeiro a julho de 2021, prevendo vendas feitas, recebimentos e inadimplência em cada meio de pagamento. Tais dados foram tratados de maneira a produzir informações capazes de atender ao objetivo da pesquisa.

O objetivo geral da pesquisa é diminuir a inadimplência pelos meios de pagamento; os secundários contemplam o levantamento da inadimplência por meio de pagamento e simulação de utilização de meios mais eficientes neste quesito. Neste sentido, o método utilizado foi um levantamento de dados durante o período de janeiro a julho do ano de 2021, desenvolvido com base nos dados fornecidos pela empresa, com relatórios obtidos no sistema constando as vendas efetivadas, pagas ou inadimplentes.

Na sequência, o artigo contempla o desenvolvimento com a abordagem da teoria a cerca deste tema, apresentação de planilhas com informações financeiras da empresa, metodologia e os resultados e discussões.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1.1 Conceito, história, evolução e papel do Administrador.

A história da Administração remonta os tempos primitivos, pois, naquela época, já se usavam técnicas para conseguir alcançar seus objetivos dentro de seus grupos. Existem relatos que os primeiros a usarem o método foram os habitantes da Suméria, basicamente 5.000 A.C; após, os relatos voltam-se ao Egito e, em seguida, na China 500 A.C. (PERIARD, 2011)

Durante toda a trajetória da humanidade a Administração esteve presente com um papel fundamental na organização de todas as atividades; existem ainda outras áreas que apoiaram e ajudaram a desenvolver a administração, uma delas é a Filosofia. Platão, filósofo (429 a.C. – 347 a.C.), fala na obra “A República” sobre quanto a área da Administração é fascinante. Também Aristóteles, filósofo grego, estudou sobre os três tipos de Administração pública. Outro filósofo importante que auxiliou no desenvolver da área foi Karl Marx (PERIARD, 2011).

No desenrolar das visões da Administração até os dias atuais podemos falar sobre duas organizações que também fizeram parte da história: a Igreja Católica Romana e as organizações limitares. A igreja desde sua formação vem por meios de técnicas influenciando seus seguidores e, com os métodos contábeis e administrativos, administrada como uma instituição pública. Já os militares demonstram na história como administrar uma empresa privada com regras a serem seguidas e, assim, surgiu a organização linear. (PAULA, 2019)

2.1.2 Finanças

O setor financeiro é parte primordial em uma empresa, pois controla todos os recursos, as entradas e saídas, investimentos e os riscos e, é através deste, que uma organização consegue identificar suas receitas, seus lucros e se manter competitiva no mercado. O objetivo é ter lucros a curto e longo prazo. O gestor da empresa precisa estar ciente das metas da organização e saber tomar decisões acerca de investimentos e lucros (PAULA, 2019).

Nas palavras de Gitman (2010, p.4), “administração financeira se preocupa com as atividades financeiras da empresa”. Os administradores financeiros devem assumir todos

os tipos de empresa, sendo elas financeiras ou não financeiras, públicas ou privadas, grandes ou pequenas e, até mesmo, as sem fins lucrativos.

Para Gitman (2010), além do envolvimento nas atividades de análise e de planejamento, o administrador financeiro deve se preocupar com as decisões de investimentos e de financiamentos. “As decisões de um investimento determinam os ativos de empresa e as de financiamento determinam quais os tipos de recursos financeiros são usados pela empresa” (p.11).

“Como a arte e a ciência da gestão do dinheiro [...] todos os indivíduos e organizações recebem ou levantam, gastam ou investem dinheiro. A área de finanças preocupa-se com os processos, as instituições, os mercados e os instrumentos associados à transferência de dinheiro entre indivíduos e empresas e órgãos governamentais” (GITMAN, 2010, p.4).

O setor financeiro está ligado ao coração da empresa, tudo depende dele, desde efetuar uma compra até ao controle de suas dívidas, pois é necessário uma excelente análise de crédito para ser aprovado o que produzir, além disso, é neste setor que se movimenta todas as contas, tanto a pagar como a receber. Também é responsável por efetuar o pagamento de títulos: executar corretamente o fluxo de caixa: fazer a movimentação das contas bancárias e a conferência mensal das mesmas (LAGO, 2007).

Conforme Machado (2004), a finalidade dos serviços do administrador financeiro “é a maximização da riqueza da empresa e dos proprietários, os administradores no papel de agentes dos proprietários, devem, através da delegação de poderes, agir em nome destes visando atingir os objetivos propostos”. (p.6).

“A administração financeira é a mais ampla das três áreas e a que tem o maior número de oportunidades de emprego. A administração financeira é importante em todos os tipos de negócios, incluindo bancos e outras instituições financeiras, bem como empresas industriais e comerciais. A administração financeira também é importante nas organizações governamentais, de escolas a hospitais e departamentos de estradas de rodagem. As tarefas encontradas nessa área abrangem desde decisões sobre expansões da fábrica até a escolha dos tipos de títulos a serem emitidos para financiar essa expansão.” (Brigham e Houston, 1999, p. 4).

2.1.3 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa é uma das mais importantes ferramentas da gestão financeira, conforme afirma Zdanowcz (1998, p.19): “O fluxo de caixa é o instrumento que permite ao administrador financeiro planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros de sua empresa para um determinado período.”

Segundo Zdanowicz (1992, p.33) “é fundamental que o administrador financeiro saiba gerir corretamente os recursos alocados na massa patrimonial ativa da empresa [...] e independente do porte: micro, pequena, média ou grande empresa”. Assim, a administração financeira ganha importância no sentido de auxiliar os administradores a tomarem decisões, tanto no que se refere aos financiamentos (qualquer busca de recursos), quanto a investimentos (aplicação destes recursos).

As atividades de investimento também pertencem ao fluxo de caixa, podendo ser imobilizados ou temporários e dividem-se em entrada e saída de recursos. Silva afirma que “(...) o fluxo de caixa é um instrumento que relaciona os ingressos e saídas (desembolsos) de recursos monetários no âmbito de uma empresa em determinado intervalo de tempo”. (2017, p.35)

O principal objetivo do fluxo de caixa é dar uma visão das atividades desenvolvidas bem como operações financeiras que são realizadas, no grupo do ativo circulante, dentro das disponibilidades, e que representam o grau de liquidez da empresa. (ZDANOWICZ, 1992, p. 38)

2.1.4 Inadimplência

Segundo Santos (2006), é considerada uma pessoa inadimplente aquela que não possui condições suficientes para pagar as suas dívidas até a data do vencimento. Após a concessão do empréstimo, espera-se que os tomadores mantenham-se leais (pontuais na amortização do empréstimo), sempre que o valor de seus recursos financeiros seja superior ao valor das prestações do empréstimo. Contrariamente, atribui-se uma maior probabilidade de inadimplência quando o valor da renda for insuficiente para amortizar as prestações do empréstimo.

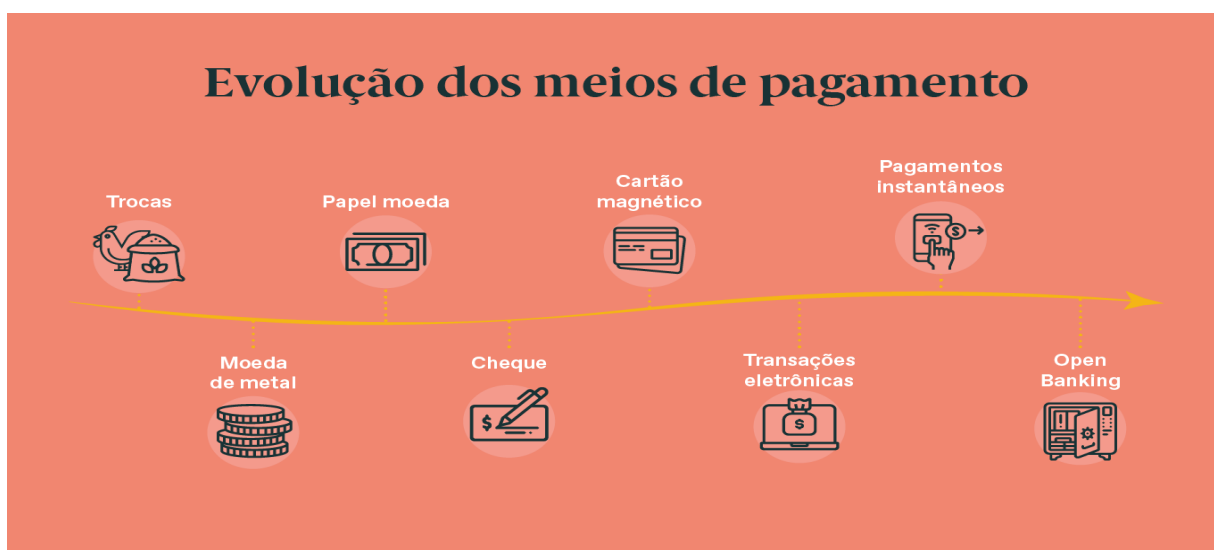
Para Farias (2006), existem dois tipos de endividamento: o endividamento passivo e o endividamento ativo. O endividamento passivo acontece quando há um aumento de dívidas por consequência de alguma situação inesperada, ou seja, uma circunstância imprevista, podendo ser doença, morte, acidente, desemprego ou separação. Já o endividamento ativo se caracteriza por montantes de dívidas, sendo a maioria equivocada, de uma má gestão financeira.

Por essa questão é que Trento (2009, p. 59) afirma que inadimplência “decorre da concessão de crédito à pessoa insolvente e que já está sem disponibilidade financeira para fazer frente das suas dívidas vencidas, vincendas e futuras.” Para o autor a análise de crédito é de extrema necessidade para que esses índices diminuam ou tornem-se nulos.

2.1.5 Evolução dos meios de pagamento

A necessidade de movimentação de pagamentos e recebimentos já é antiga. Desde muito cedo a humanidade troca bens, como, por exemplo, trocavam entre si alimentos, ainda quando não existisse a moeda, o comércio já existia e, desde então, vem evoluindo. Os nossos ancestrais utilizavam o gado e outros animais como moeda de troca de bens e serviços (ABDALLA, 2017).

A Figura 1 mostra a evolução dos meios de pagamento.



Fonte: Conductor, 2020.

Nesta imagem, podemos ver a evolução dos meios de pagamento no decorrer do tempo. Em torno de 7 mil A.C, as atividades comerciais eram por meio de trocas, os indivíduos trocavam um com o outro o que precisavam. Após esse período, surgiu as moedas de metais, onde os pagamentos já eram legais e padronizados. No século 17, surge o papel moeda, onde o banco da Suécia emitiu as primeiras cédulas de dinheiro. O Cheque também surgiu no século 17, e por muitos anos se tornou uma forma importante de meio de pagamento, foi citado na constituição em 1893 como uma forma de transação financeira. Hoje, o cheque deu lugar ao cartão de crédito e débito. Os cartões chegaram no Brasil em 1956, mas somente em 1971 ele se tornou um pagamento do meio eletrônico. E os cartões foram se atualizando no passar dos anos. As transações eletrônicas, o internet banking foi desenvolvido em 1980 e avança cada vez mais, principalmente pelas questões de segurança.

2.2 METODOLOGIA

Goode e Hatt (1979) definem o estudo de caso como um método de olhar para a realidade social. Não é uma técnica específica, é um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado.

Bruney, Herman e Schoutheete (2006) definem estudo de caso como análise intensiva, empreendida numa única ou em algumas organizações reais. Para eles, o estudo de caso reúne, tanto quanto possível, informações numerosas e detalhadas para apreender a totalidade de uma situação.

O estudo de caso realizado gira em torno da pesquisa qualitativa e de observação, compreendendo o período de 1 de janeiro a 1 de julho de 2021, em que analisou-se o fluxo de caixa da empresa estudada, com olhos voltados aos meios de pagamentos, todas as formas de recebimento da empresa. Conforme dados, que serão apresentados no desenvolver do estudo, foram gerados relatórios de gastos que todos os cinco meios de pagamento tem, quanto custa para ter cada um deles, qual o nível de inadimplência que cada um apresenta e, frente a isso, criou-se uma planilha para medir seu custo benefício.

Para tanto, foram levantados os dados monetários de recebimentos à vista e a prazo e inadimplência em cada uma das modalidades. Em seguida, efetuou-se o tratamento de dados em planilha eletrônica para obter seus percentuais em relação ao total.

Em seguida, foram calculadas as simulações de migração completa das notinhas para outros meios de pagamento prevendo o custo da utilização do cartão de crédito e da cobrança com boleto bancário como alternativa.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

A empresa estudada trabalha há mais de 30 anos na área automotiva, e o método de recebimento de notinhas é aplicado na empresa desde seu surgimento. De início, era a única forma de recebimento dos clientes, a maioria se fidelizou e a empresa manteve essa opção de pagamento que se tornou a cultura da empresa.

Acrescentando também que não consta na organização um método eficaz de cobrança de clientes, não há um compromisso do cliente com o pagamento na data combinada e nem um sistema de cobrança ou aviso de vencimento. Contudo, com o passar do tempo e a chegada de novos clientes, percebe-se que essa forma de recebimento não é mais viável, ademais, existem hoje no mercado formas mais seguras de recebimento que contribuem para um fluxo de caixa mais satisfatório.

O quadro a seguir, apresenta todas as formas de pagamento que a empresa utiliza, o total no período à vista e a prazo e também o percentual de cada meio de pagamento.

Quadro 1: Formas de pagamento

FORMA DE RECEBIMENTO	TOTAL	A VISTA	A PRAZO	% Á PRAZO/ TOTAL Á PZ
Cartão de crédito	R\$ 121.607,42		R\$ 121.607,42	20,75%
Cartão de débito	R\$ 91.230,75	R\$ 91.230,75		
Cheque	R\$ 65.121,53	R\$ 65.121,53		
Cheque pré-datado	R\$ 78.570,00		R\$ 78.570,00	13,40%
Crédito loja	R\$ 5.125,03	R\$ 5.125,03		
Dinheiro	R\$ 399.406,14	R\$ 399.406,14		
Boleto a prazo	R\$ 26.329,00		R\$ 26.329,00	4,49%
Moeda estrangeira	R\$ 34.809,00	R\$ 34.809,00		
Pix	R\$ 14.349,05	R\$ 14.349,05		
Consumo próprio	R\$ 10.308,40	R\$ 10.308,40		
Notinhas	R\$ 359.665,00		R\$ 359.665,00	61,36%
TOTAL FATURADO	R\$ 1.206.521,32	R\$ 620.349,90	R\$ 586.171,42	100,00%
%	100,00%	51,42%	48,58%	

Fonte: autoras (2021)

No quadro 1, estão demonstradas todas as formas utilizadas de pagamentos a prazo pela empresa e suas porcentagens em relação ao faturamento total. Pode-se perceber que a forma mais expressiva de recebimentos a prazo são as notinhas, atingindo um percentual de 61,36% em relação ao total.

Analisando este quadro, percebe-se que a forma de pagamento em cartão é uma opção livre de inadimplência, assim, encontra-se nas vendas desta forma de pagamento um percentual de 20,75 % do total.

O cartão de débito, dinheiro, moeda estrangeira e Pix são formas de pagamento efetuadas no ato da compra, por isso não entram na soma, somente são demonstrativos para comparação.

O cheque, por sua vez, é recebido na empresa, tanto a vista como pré-datado. Os cheques pré-datados somam 13,40 % do total dos recebimentos.

Os boletos correspondem a um menor volume monetário envolvido das formas de pagamentos escolhida pelos clientes, com somente 4,49%.

A forma de pagamento mais usada pela empresa são as notas promissórias, totalizando 61,36% dos recebimentos a prazo. Ao analisar este quadro, verificamos que o percentual de venda a prazo é próximo de 50 % do total faturado no período o que faz do índice de inadimplência um fator muito importante pois impacta sobre praticamente metade do faturamento da empresa.

No estudo "O Brasileiro e sua relação com o dinheiro", publicada pelo Banco Central em 2018, a principal forma que os brasileiros utilizavam para realizar seus pagamentos era o dinheiro, preferido por 96% da população. Em segundo lugar estava o cartão de débito, em terceiro o cartão de crédito e, em quarto lugar no pódio, o débito automático.

Quadro 2: Formas de pagamento a prazo e percentuais de inadimplência

FORMA DE RECEBIMENTO	INADIMPLÊNCIA	% INADIMPLÊNCIA	NÚMERO DE INAD.	CUSTO MÉDIO /CLIENT INAD
Cartão de crédito	R\$ -	0,00%	-	-
Cheque pré-datado	R\$ 200,00	0,03%	1	R\$ 200,00
Boleto a prazo	R\$ 1.869,00	0,32%	2	R\$ 934,50
Notinhas	R\$ 28.610,25	4,88%	39	R\$ 733,60
Duplicatas	R\$ 5.824,00	0,99%	6	R\$ 970,67
TOTAL INADIMLENTE	R\$ 36.503,25	6,23%	48	R\$ 760,48
TOTAL FATURADO	R\$ 1.206.521,32	3,03%		

Fonte: autoras (2021)

A quadro 2 expressa as formas de pagamento a prazo e os percentuais de inadimplências presentes em cada uma. O total de inadimplência é de R\$ 36.503,25 no total e, desse valor, R\$ 28.610,25 refere-se as notinhas, o equivalente a 4,88 % de um total de 6,23% de inadimplência.

Pode-se verificar que a modalidade de cartão de crédito não produz inadimplência por suas características conhecidas. O cheque pré-datado produziu R\$ 200,00 de inadimplência e, neste caso, com uma representatividade de apenas 0,03 %.

Na sequência tem a modalidade de boleto em um total inadimplente de R\$ 1.869,00, que correspondem a apenas 2 clientes pendentes, o que representa 0,32% do total.

O principal meio de pagamento inadimplido é o de notinhas que equivalem a R\$ 28.610,25 no período, ou 4,88% do total. Trata-se aqui de 39 clientes com pendências financeiras e que, neste meio de pagamento, colocam em risco a saúde financeira da empresa, assim como, a maior necessidade de capital de giro.

Os quadros a seguir demonstram uma simulação com cartão de crédito e, em seguida, em boleto bancário como alternativas possíveis ante a utilização das notinhas que, conforme demonstrado acima, produzem o maior percentual de inadimplência e perdas. Nessa simulação já estão descontados os custos que teriam a mais em cada hipótese. Para Chiavenato (2006) o risco de uma conta tornar-se incobrável aumenta quando os padrões de crédito são afrouxados e tende a diminuir quando os padrões se tornam mais seletivos ou restritivos.

Quadro 3: Simulação no cartão de crédito

FORMA DE RECEBIMENTO	TOTAL	A VISTA	A PRAZO	% Á PRAZO/ TOTAL Á PZ
Cartão de crédito	R\$ 481.272,42		R\$ 481.272,42	82,10%
Cartão de débito	R\$ 91.230,75	R\$ 91.230,75		
Cheque	R\$ 65.121,53	R\$ 65.121,53		
Cheque pré-datado	R\$ 78.570,00		R\$ 78.570,00	13,40%
Crédito loja	R\$ 5.125,03	R\$ 5.125,03		
Dinheiro	R\$ 399.406,14	R\$ 399.406,14		
Boleto a prazo	R\$ 26.329,00		R\$ 26.329,00	4,49%
Moeda estrangeira	R\$ 34.809,00	R\$ 34.809,00		
Pix	R\$ 14.349,05	R\$ 14.349,05		
Consumo próprio	R\$ 10.308,40	R\$ 10.308,40		
Notinhas	R\$ -		R\$ -	0,00%
TOTAL FATURADO	R\$ 1.206.521,32	R\$ 620.349,90	R\$ 586.171,42	100,00%
%	100,00%	51,42%	48,58%	

Fonte: autoras (2021)

No quadro 3, foi efetuada uma simulação, onde todas as vendas nas notinhas foram simuladas como se fossem no cartão, no caso, 82,10% ficariam como vendas no cartão de crédito, se eliminassem as notinhas.

O custo desta estratégia seria referente a taxa cobrada pela administradora do cartão da instituição financeira que é de 3,40%. Neste sentido, haveria um desconto de R\$16.363,26 do valor total recebido. Hoje, o custo das vendas no cartão são de R\$ 4.548,12.

Com as notinhas a empresa tem uma inadimplência de 28.610,25 acrescentando o custo de 11.815,4 do desconto no cartão de crédito, a empresa ainda estaria em vantagem com 16.795,11, conforme visto na quadro 4.

A crescente disponibilidade e aceitabilidade do crédito nas economias mundiais tem estimulado o desenvolvimento econômico e facilitado o cotidiano dos indivíduos (SILVA, 2011).

Quadro 4: Ganho monetário com a modalidade cartão de crédito

INADIMPLÊNCIA COM NOTINHAS	CUSTO ACRESCIDO	GANHO MONETÁRIO
R\$ 28.610,25	R\$ 11.815,14	R\$ 16.795,11

Fonte: autoras (2021)

A quadro a seguir exemplifica a simulação com a modalidade boleto.

Quadro 5: Simulação com boleto

FORMA DE RECEBIMENTO	TOTAL	A VISTA	A PRAZO	% Á PRAZO/ TOTAL Á PZ
Crédito loja	R\$ 5.125,03	R\$ 5.125,03		
Dinheiro	R\$ 399.406,14	R\$ 399.406,14		
Boleto a prazo	R\$ 385.994,00		R\$ 385.994,00	100,00%
Moeda estrangeira	R\$ 34.809,00	R\$ 34.809,00		
Pix	R\$ 14.349,05	R\$ 14.349,05		
Consumo próprio	R\$ 10.308,40	R\$ 10.308,40		
Notinhas	R\$ -		R\$ -	0,00%
TOTAL FATURADO	R\$ 849.991,62	R\$ 463.997,62	R\$ 385.994,00	100,00%

Fonte: autoras (2021)

O boleto é uma forma de pagamento popular e democrática, pois basta ter convênio com um banco, emitir um boleto com código de barras e o cliente pode pagá-lo onde preferir.

Nessa simulação todas as vendas a prazo foram calculadas como se fossem no boleto. O boleto corre o risco de inadimplência, porém, menor em relação às notinhas. A inadimplência atual dos boletos está em 0,32%.

Levando em consideração a média de boleto atual que é 360,67, se fossem feitos 385.0000,00 em boletos, em média 1.070 boletos seriam gerados com um valor de custo de 7,50 por emissão, teria um custo final com boletos de 8.025,00.

Conforme Silva (1993, p. 12) “atualmente, grande parte das transações em organizações varejistas e atacadistas é feita através do código de barras, permitindo o registro rápido e preciso de movimentos de venda e a gestão dos estoques, garantindo a melhor produtividade e qualidade”.

Quadro 6: Ganho monetário da modalidade boleto

INADIMPLÊNCIA COM NOTINHAS	CUSTO ACRESCIDO	GANHO MONETÁRIO
R\$ 28.610,25	R\$ 8.025,00	R\$ 20.585,25

Fonte: autoras

3 CONCLUSÃO

A inadimplência é um fator preponderante na saúde financeira de qualquer negócio de maneira a impactar diretamente na necessidade de fluxo de caixa, muitas vezes

sacrificando taxas de aplicações próprias ou com custo bancário em empréstimos e financiamentos com este fim.

Neste sentido, se verificou que praticamente metade de todo faturamento do período estudado teve como política de recebimentos a opção a prazo. Também que o meio de pagamento notas promissórias é o principal meio escolhido talvez pela comodidade de não haver uma data de vencimento específico.

Além disso, verifica-se no caso estudado, que a opção de cartão de crédito que é totalmente livre de inadimplência, por mais que gere um custo envolvido retido pela administradora do cartão (banco) ainda assim produziria um valor relevantemente positivo a favor da empresa, diminuindo a inadimplência. O mesmo acontece no caso da simulação de migração para a opção de cobrança bancária (boleto) onde o ganho poderia ser ainda maior, ainda que a inadimplência não fosse totalmente garantida, mas que forneceria uma data de vencimento e um compromisso bancária a ser honrado, protestado e cobrado. Também é possível adotar ações preventivas que permitam o envio de avisos de vencimento para cada cliente, reforçando assim, a data de pagamento ou mesmo a ausência de quitação.

Através do trabalho conclui-se que a melhor forma de pagamento na empresa pesquisada, mas que também pode ser aplicada a qualquer negócio, é o boleto, pois tem um custo menor se comparado ao cartão e as chances de inadimplência são muito pequenas se comparada as notinhas. A empresa, se aplicasse tal forma, teria um ganho monetário de 20.585,25.

Considerando a pesquisa, a elaboração do referencial teórico e o levantamento das informações dentro da empresa, este relatório foi muito proveitoso tanto para o acadêmico quanto para a empresa no sentido de melhor conhecer a importância de recebimento de suas vendas a prazo afim de reduzir a inadimplência. As sugestões efetuadas para o empresário foi a de migrar o máximo possível dos clientes que optam pelo pagamento em nota promissória para outras formas, principalmente boleto ou cartão de crédito.

Se optar pelo boleto, pode-se manter o cliente informado sobre a sua situação de forma progressiva e assertiva, ao mesmo tempo, confortável, **fortalecendo** a sua relação com ele e evitando possíveis inadimplentes.

Para futuros estudos sugerimos efetuar esta pesquisa em um estudo quantitativo que contemple um maior número de empresas.

REFERÊNCIAS

BARRETO, João Marcelo. **Introdução à Administração**. Salvador: UFBA, 2017.

BRIGHAM, Eugene F. Fundamentos da moderna administração financeira. Eugene F. Brigham, Joel F. Hounston; tradução de ilimitada costa e silva. Rio de Janeiro: Campus, 1999

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. Tradução Allan Vidigal Hastings; revisão técnica Jean Jacques Salim. 12º, ed. São Paulo: Pearson Pertice Hall, 2010.

MACHADO, José Roberto. **Administração de Finanças Empresariais**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MAXIMILIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução a administração**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

PERIARD, Gustavo - **História e evolução da Administração**. 2011. Disponível em: [História e evolução da Administração - Sobre Administração \(sobreadministracao.com\)](http://sobreadministracao.com)

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros**- D.C. Luzzatto Editores, 1986.

ZDANIWICZ, José Eduardo – **Fluxo de Caixa: Uma decisão de planejamento e controle Financeiro**. – 10ª Ed. – Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2004

ABDALLA, R. A evolução dos meios de pagamento, da pré-história à Internet das Coisas. Ecommerce Brasil, 2017. Disponível em:

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/evolucao-dos-meios-de-pagamentoda-pre-historia-internet->

[dascoisas/#:~:text=Compartilhe%3A,trocas%20de%20bens%20e%20servi%C3%A7os.](https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/evolucao-dos-meios-de-pagamentoda-pre-historia-internet-dascoisas/#:~:text=Compartilhe%3A,trocas%20de%20bens%20e%20servi%C3%A7os.)

>. Acesso em: 22 ago. 2020.

<https://blog.contaazul.com/formas-de-pagamento> >. Acesso em: 25 novembro. 2021.