

A CONTRIBUIÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL EM COMÉRCIO DO SEGMENTO DE PNEUS¹

Caciano Mateus Ferrari²
Darci Mateus Toledo³
Viviane Rieder Pigosso⁴
Leossania Manfroi⁵
Silviane Lawall Soares⁶

RESUMO

O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da contabilidade na gestão de empresas comerciais do segmento de pneus. Para atender o objetivo proposto à classificação metodológica utilizada foi o método científico indutivo, o nível de pesquisa foi à exploratória, o delineamento foi um estudo de caso, o instrumento de coleta de dados foi à entrevista e a observação. A população foi composta por empresas comerciais do segmento de pneus e a amostra foi representada pela empresa objeto deste estudo. A técnica de análise e interpretação dos dados foi à qualitativa. Os resultados evidenciam que a contabilidade é essencial independente do porte da empresa, principalmente para seu crescimento constante.

Palavras-chave: Gestão. Contabilidade. Comércio. Pneus.

1 INTRODUÇÃO

Uma boa gestão empresarial é primordial para um negócio se mantenha competitivo no mercado. Ela é um importante instrumento para a melhoria constante de processos da empresa, para a criação de um ambiente de trabalho saudável e para a conquista de um desempenho satisfatório. Para uma empresa do ramo de comercialização de pneus, analisar o mercado de vendas é indispensável (MATARAZZO, 1998).

Todas as ações relacionadas à estratégia da empresa entram na gestão, incluindo delegação de tarefas aos funcionários, a estruturação dos processos, o plano de vendas e a satisfação do cliente, por exemplo. Com uma equipe de gestão falha que não analisa a situação

¹ Artigo apresentado para a disciplina de Práticas corporativas: Negócios corporativos do curso de Ciências Contábeis da UCEFF

² Acadêmico da disciplina de Práticas corporativas: Negócios corporativos do curso de Ciências Contábeis da UCEFF. E-mail: cacianoferrari@gmail.com

³ Acadêmico da disciplina de Práticas corporativas: Negócios corporativos do curso de Ciências Contábeis da UCEFF. E-mail: darcitolemateus22@gmail.com

⁴ Acadêmica da disciplina de Práticas corporativas: Negócios corporativos do curso de Ciências Contábeis da UCEFF. E-mail: vivi_rieder@hotmail.com

⁵ Professora da disciplina de Práticas corporativas: Negócios corporativos do curso de Ciências Contábeis da UCEFF. E-mail: leossania@uceff.edu.br

⁶ Professora do Curso de Administração da UCEFF. Email: silviane@uceff.edu.br

externa da empresa é difícil à empresa ir a diante. No ramo de comercialização de pneus, há muita variedade de valores de suas mercadorias entre as empresas, porém cada uma delas tem seu diferencial que justifica isso (MARION, 1997).

Quando a é bem definida e executada, a gestão empresarial desempenha um papel de extrema importância nas empresas, garantindo que processos sejam devidamente definidos para manter a rotina bem organizada, identificar possíveis ameaças e oportunidades, buscar diferencial de atuações mercadológicas, estabelecer metas e investimentos (RIBEIRO, 2009).

No setor de comercialização de pneus, o marketing e a administração de vendas é uma das ferramentas mercadológicas mais eficientes com que as empresas buscam no mercado de recursos para fazer frente as suas despesas e atingir seus objetivos financeiros. A importância da força de vendas se dá em qualquer organização, de qualquer segmento, seja ela de grande, médio ou pequeno porte. Os profissionais de vendas constituem a força dinâmica do mundo dos negócios atuais. A eles, podemos atribuir o sucesso de novos produtos, a manutenção dos atuais produtos e a base do surgimento de novos produtos com base em informações extraídas dos clientes, como sua suas preferências (CHIAVENATO, 2003).

Como esse segmento possui grande demanda no mercado, é essencial possuir um diferencial para atrair clientes fiéis, na empresa analisada nesse estudo, possuir a credibilidade do cliente é uma das missões da empresa, oferecer um produto de qualidade e outros serviços além da venda da mercadoria (DRUCKER, 1992).

Diante do exposto apresenta-se a questão problema do estudo: **Como a contabilidade contribui na gestão de empresas comerciais do segmento de pneus?** O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da contabilidade na gestão de empresas comerciais do segmento de pneus.

O estudo justifica-se pelo cenário econômico e competitivo no mercado de vendas no segmento de comercialização de pneus. Ter uma boa equipe contábil é expressamente importante para a empresa continuar com bons resultados diante da concorrência e se manter com bom funcionamento interno.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para atender o tema proposto, a revisão de literatura foi estruturada em 3 tópicos, o primeiro trata da gestão de empresas comerciais no segmento de pneus, o segundo trata da

contabilidade como apoio a gestão empresarial e por fim são apresentados aspectos relacionados aos controles internos e demonstrações contábeis como apoio a gestão.

2.1 A GESTÃO DE EMPRESAS COMERCIAIS NO SEGMENTO DE PNEUS

O segmento de pneus no atual cenário da economia mundial é muito importante, em todos os aspectos da economia a comercialização de pneus é fundamental, um aspecto extremamente importante é a questão dos transportes de mercadorias/produtos são feitos de forma rodoviária apesar de não ser uma forma mais rápida de condução, ela acaba sendo uma das formas mais viáveis para a transportação do produto, para o condutor do caminhão é de sua extrema importância a questão da segurança para que ele consiga transportar os produtos e mercadorias com a sua extrema segurança, apesar de não ser somente da questão de transportes de produtos e mercadorias (PRIME IMPACTO, 2018).

A comercialização do pneu no mundo atual é muito importante, não só para a questão dos transportes rodoviários, mas também nas questões dos veículos de pequeno porte onde o deslocamento de lugar para lugar é importante, a questões de empresas privadas que fazem transportes de pessoas (PRIME IMPACTO, 2018).

Apesar de ser um produto simples com pouco uso de tecnologias inclusas, o produto tem um custo de fabricação elevado. O produto pneu é importante para o desenvolvimento econômico do país, pois este produto é fundamental para a segurança no deslocamento de produtos e mercadorias em todo o país (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN. 2017).

Uma gestão eficiente é fundamental para o desenvolvimento de empreendimentos relacionados ao segmento de comércio de pneus. A administração é um conjunto de princípios, práticas e técnicas empregadas com o objetivo de conduzir a ação de um grupo de indivíduos, com a finalidade de se chegar a um mesmo resultado (TAYLOR, 1911).

São funções da administração: a) Planejar: Define os objetivos e meios para alcançá-los esses objetivos, é uma das funções mais básicas da administração; b) Organização: Instrumento de operacionalização do planejamento, que possibilita a transformação dos planos em objetivos concretos; c) Direção: Tem a intenção de ativar motivacional pessoal, comunicação, liderança e coordenação dos trabalhos; Controle: Avalia o plano que já foi executado, para que possa ser corrigido os erros de planejamento (CONTA AZUL, 2018).

A administração no cenário financeiro vem para auxiliar a maioria das empresas nas questões de evitar desperdícios de matérias primas, também à administração vem para despertar a vocação de liderança, comunicação e o mais importante ela vem para buscar o melhor desempenho da empresa, tanto como financeiro como relações pessoais entre outros (FLORES, 2019).

2.2 A CONTABILIDADE COMO APOIO A GESTÃO EMPRESARIAL

A contabilidade é uma ciência social que através da execução de serviços técnicos, ou seja, controla, organiza, estuda e avalia o patrimônio de uma entidade física ou jurídica permanentemente. Um dos objetivos da Contabilidade é gerar informações para a tomada de decisões, conhecida como Contabilidade Gerencial. Por isso, é fundamental a existência de ferramentas que possibilitem conhecer a real situação e atender a esta missão. Compete à Contabilidade registrar os atos e fatos administrativos e produzir informações que possibilitem ao administrador planejar e controlar suas ações, para traçar os objetivos da entidade (RIBEIRO, 2005).

A contabilidade é indispensável para que as empresas realizem suas atividades com órgãos governamentais, com os bancos, com fornecedores, com clientes. Além desta necessidade convencional, observa-se a expansão do mercado de ações no Brasil. E neste aspecto a contabilidade se apresenta como o grande pilar na veracidade da informação e, conseqüentemente, na credibilidade da companhia perante seus investidores. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) vem realizando pesquisas para detectar o índice de mortalidade também conhecido como fechamento das empresas no primeiro ano da sua constituição (IUDÍCIBUS, 1994).

Pode-se definir a Contabilidade como uma ciência social que estuda e pratica as funções de controle e de registro relativas aos atos e fatos da Administração e da Economia. Mais especificamente, trata-se do estudo e do controle do patrimônio das entidades. Isso é feito por meio dos registros contábeis dos fatos e das respectivas demonstrações dos resultados produzidos (BARROS, 2007).

Os objetivos ou as finalidades da Contabilidade são destacadas por diferentes estudiosos da ciência contábil, de acordo com a Resolução 774 do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) o objetivo científico da Contabilidade manifesta-se na correta apresentação do patrimônio e na compreensão e análise das causas das suas mutações (CFC, 2000).

Esta é uma visão científica, mas existe uma visão pragmática adotada por muitos estudiosos da contabilidade, em defesa de que a aplicação da contabilidade é uma entidade particularizada busca prover os usuários com informações sobre aspectos de natureza econômica, financeira e física do patrimônio da entidade e suas mutações, o que compreende registros, demonstrações, análises, diagnósticos e prognósticos, expressos sob a forma de relatos, pareceres, tabelas, planilhas e outros (CFC/774, 1994).

A função da contabilidade é registrar, classificar, demonstrar, auditar e analisar todos os fenômenos que ocorrem no patrimônio das entidades, objetivando fornecer informações, interpretações e orientação sobre a composição e as variações do patrimônio, para a tomada de decisões de seus administradores (FRANCO, 1997).

A função da contabilidade é analisar, interpretar e registrar os fenômenos que ocorrem no patrimônio das pessoas físicas e jurídicas busca demonstrar a seus usuários, através de relatórios próprios, as informações sobre o comportamento dos negócios para a tomada de decisões (FAVERO, 1997).

É definido como sendo finalidades da informação contábil: a) orientação para investidores e para o mercado de capitais; b) orientação para credores e instituições de crédito; c) orientações sociais e trabalhistas; d) análises científicas para modelos de comportamento da riqueza para ensejar decisões administrativas; e) modelos para a prosperidade; f) controles governamentais de fiscalização e auditoria fiscal; g) instrumentos de provas judiciais e perícia contábil; h) previsões de ocorrências e efeitos orçamentários; i) explicação de fatos patrimoniais e análises contábeis. Investigação sobre a regularidade da gestão; i) Dados e pesquisa social e econômica (LOPES SÁ, 1998).

2.3 CONTROLES INTERNOS E DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Os controles internos são planos organizacionais e também conjuntos coordenado de métodos e medidas pela empresa para proteger seu patrimônio, conferir exatidão e fidedignidade aos dados contábeis, promover a eficiência operacional e encorajar a obediência às diretrizes traçadas pela administração da companhia (ALBÊLO, 2007).

A importância do controle interno pode ser entendida a partir do momento em que se verifica que pode garantir à continuidade do fluxo de operações com as quais convivem as empresas, assim a contabilidade dos resultados gerados por tal fluxo assume vital importância para os empresários que se utilizam dela para a tomada e decisões (MADRIGAL, 2016).

Para resolver os problemas em modo geral de uma organização é fundamental possuir um plano de longo prazo e o envolvimento de todos os colaboradores da empresa. Os exemplos de controles internos poderão auxiliar na identificação e antecipação de alguns pontos que podem impactar na imagem e na evolução da sua empresa se não resolvidos. Esses riscos podem ser: a) Fraudes; b) Corrupções; c) Desvios e lavagem de dinheiro; d) Favorecimento em licitações; e) Impacto na cultura organizacional (MARION, 2005).

Se não forem identificados esses exemplos com antecedência, a empresa poderá sofrer impactos negativos no mercado, criando dividas enormes e podendo levar até mesmo a falência (ADMINUPLEXIS, 2019).

As demonstrações contábeis também são controles que corroboram com a gestão empresarial, porém as demonstrações contábeis além de necessárias para corroborar com a gestão das empresas, também são obrigatórias por lei. Por meio das demonstrações contábeis são evidenciadas o desempenho econômico e financeiro das empresas e, portanto tributadas pelo governo (CREPALDI, 2008).

As demonstrações contábeis exigidas por lei são: Balanço Patrimonial; Demonstração do Resultado do Exercício (DRE); Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados (DLPA); Demonstrações das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL); Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC); Demonstração do Valor Adicionado (DVA); e, Demonstração do Resultado Abrangente (DRA).

O balanço patrimonial (BP) é um relatório contábil gerado após o registro de todas as movimentações financeiras de uma empresa em determinado período. Esses registros dos fatos contábeis são aqueles que constam no livro diário da empresa. Demonstra toda a situação patrimonial (OLIVEIRA, 2017).

O balanço é constituído por dois lados: Ativo e Passivo. O lado ativo é formado por bens e direitos e as demais aplicações de recursos controlados pela entidade, capazes de gerar benefícios econômicos futuros, originados de eventos ocorridos. O passivo corresponde às origens de recursos representados pelas obrigações com terceiros, resultantes de eventos ocorridos que exigirão ativos para a sua liquidação (SÓ CONTABILIDADE, 2007).

A demonstração do resultado do exercício (DRE) é um relatório contábil elaborado juntamente com o balanço patrimonial e descreve as operações financeiras realizadas pela empresa em um determinado período, com o seu término indica o seu resultado líquido, podendo ser lucro ou prejuízo resultante de suas operações (SAGE BLOG. 2006).

É uma das obrigações mais importantes de qualquer empresa, independentemente se for de pequeno ou grande porte. Tem um papel importante na tomada de decisões por parte dos gestores das empresas e concentra em si informações de grande relevância para a realização de um bom planejamento estratégico e para os investidores e interessados na Sociedade (FERNANDES. 2015).

A demonstração de lucros ou prejuízos acumulados (DLPA) configura ações de reinvestimento do capital, ou melhor, do lucro líquido a partir da integração com o BP e a DRE, esclarecendo, por meio de relatórios e notas explicativas, a situação patrimonial e os resultados da empresa (FERNANDES. 2017).

Essa demonstração evidencia a distribuição do resultado do exercício. Enquanto na DRE o objetivo é apurar o lucro, na DLPA temos a apresentação da destinação do lucro, isto é, de que forma o lucro líquido é aplicado. É uma demonstração financeira obrigatória para empresas tributadas pelo lucro real (REIS, 2019).

A demonstração das mutações do patrimônio líquido (DMPL) é um relatório contábil que demonstra as mudanças no patrimônio líquido de uma empresa em determinado tempo ou período. A demonstração registra a movimentação dos recursos da empresa expondo de forma clara de onde eles vêm e para onde eles vão durante o exercício (FERNANDES, 2017).

A demonstração do fluxo de caixa (DFC), ou demonstração de fluxo de caixa, é o controle de entradas e saídas durante um determinado período. E conseqüentemente, o resultado dessa movimentação. Sua principal função é melhorar todo o controle do fluxo de caixa, sendo grandiosa sua importância dentro de uma empresa. Assim, ajudando na tomada de decisões relacionadas ao futuro da empresa. Sendo novos investimentos, ou até corte de gastos (EGESTOR, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da contabilidade na gestão de empresas comerciais do segmento de pneus. Para atender o objetivo proposto quanto aos procedimentos metodológicos o método científico foi o indutivo, para Marconi e Lakatos (2010) a indução simples como: Um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas.

A pesquisa busca explicar o tema em estudo, quanto aos objetivos, entendida na forma de um estudo no nível da pesquisa é descritiva. Onde seu objetivo é descrever as características de uma determinada população ou fenômeno (FIGUEIREDO et al 2014).

O nível de pesquisa foi exploratório, segundo Prodanov e Freitas (2013) pesquisa exploratória é quando a pesquisa se encontra na fase preliminar, tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, o mesmo realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre seus elementos componentes.

Para Gil (2002) o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamento considerados.

O instrumento de coleta de dados foi à entrevista e a observação, de acordo com Tjora (2006), entrevistas e observação são técnicas interativas, visto que a entrevista conduz o pesquisador para a observação, enquanto que as observações podem sugerir os aprofundamentos necessários para as entrevistas.

A população foi composta por gestores de empresas do segmento de venda de pneus e a amostra selecionada de forma intencional e por conveniência sendo representada pelos dois gestores de empresas do segmento de venda de pneus entrevistados neste estudo.

Para Vergara (1997) o universo, ou população, é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto do estudo, e a amostra, ou população amostral, é uma parte do universo escolhido selecionada a partir de um critério de representatividade.

Para Bruni (2008) a amostragem por conveniência é uma amostragem não probabilística onde todos os elementos escolhidos para integrá-la são selecionados por serem acessíveis ou fáceis de serem estudados.

A técnica de análise e interpretação dos dados foi à qualitativa, a pesquisa qualitativa pode ser definida como a que se fundamenta principalmente em análises qualitativas, caracterizando-se, em princípio, pela não utilização de instrumental estatístico na análise dos dados (VIERA; ZOUAIN, 2006; BARDIN, 2011).

4 INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da contabilidade na gestão de empresas comerciais do segmento de pneus. Para atender o objetivo proposto a análise e

interpretação dos dados foi estruturada em três tópicos. O primeiro tópico trata da caracterização das empresas observadas, o segundo tópico apresenta a análise do ambiente interno e externo e por fim são apresentadas as proposições de melhorias na gestão das empresas observadas.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS SEGMENTOS OBSERVADOS

Com relação às empresas do segmento do comércio de pneus observadas, o Quadro 1 apresenta a caracterização dos entrevistados.

Quadro 1- Caracterização dos entrevistados

Item verificado	Empresa 1	Empresa 2
Idade do entrevistado	30	32
Gênero do entrevistado	Masculino	Masculino
Formação do entrevistado	Ensino superior incompleto em administração	Ensino superior completo em administração
Função do entrevistado	Sócio administrativo	Gerente
Tempo de empresa do entrevistado	2 meses	8 anos
Tempo na função do entrevistado	2 meses	6 meses
Constituição societária da empresa	MEI	S.A.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 1 que o entrevistado 1 atua na empresa com a constituição societária micro empreendedora individual (MEI), e o entrevistado 2 atua na empresa constituída como sociedade anônima (S.A.), os dois entrevistados são do gênero masculino. O entrevistado da empresa 1 não tem como concluído sua graduação, tem 30 anos de idade, é sócio proprietário e sua empresa tem apenas 2 meses de fundação. O entrevistado da empresa 2 tem 32 anos, possui ensino superior completo em administração, trabalha na empresa a 8 anos e exerce a função de gerente à 6 meses. O Quadro 2 apresenta os produtos e serviços oferecidos pelas empresas observadas.

Quadro 2- Produtos e serviços

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Venda e conserto de pneus da linha leve, pesada e linha agrícola; troca de óleo.	Suspensão automotiva; revenda de pneus para linha pesada (caminhões e tratores); produtos de higienização para carro, troca e conserto de pneus, revisões e manutenções automotivas.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 2 que o entrevistado 1 relata como principais produtos e serviços como venda e conserto de pneus da linha leve, pesada e linha agrícola, também oferece o serviço

de troca de óleo. Já o entrevistado 2 relata como principais produtos e serviço a suspensão automotiva, sendo revenda de pneus para linha pesada (caminhões e tratores); produtos de higienização para carro, troca e conserto de pneus, revisões e manutenções automotivas.

O Quadro 3 apresenta os principais fornecedores das empresas em estudo.

Quadro 3- Fornecedores

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Wemic Pneus e Alfa Pneus	Goodyear

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 3 que o entrevistado 1 relata que seus principais fornecedores de pneus são as marcas Wemic e Alfa, já o entrevistado 2 descreve que o único fornecedor de pneus são da marca Goodyear. O Quadro 4 apresenta os principais clientes das empresas em estudo.

Quadro 4- Principais clientes

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Pessoas físicas, atacadistas, borracharias e auto centers.	Pessoas físicas, transportadoras, locadora de veículos, auto centers e mecânicas.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Destaca-se no Quadro 4, que os principais clientes do entrevistado 1 são: pessoas físicas, atacadistas, borracharias e auto centers. Já os principais clientes do entrevistado 2 seriam pessoas físicas, transportadoras, locadora de veículos, auto centers e mecânica.

O Quadro 5 apresenta se todas as compras e todas as vendas são realizadas com nota fiscal.

Quadro 5- Compras e vendas com nota fiscal

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Apenas as compras.	Compras e vendas são somente realizadas com a presença das notas fiscais.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 5 que o entrevistado 1 relata se apenas todas as compras são realizadas com nota fiscal, as vendas variam, podendo ser com nota fiscal ou sem, e o entrevistado 2 comenta que somente são efetuadas compras e vendas somente com a presença das notas fiscais, pois a empresa segue com um padrão rigoroso de controle de vendas.

O Quadro 6 apresenta quais tipos de controles internos existente na empresa.

Quadro 6- Controles internos

Entrevistado 1	Entrevistado 2
----------------	----------------

NextAdmin, contagem diária de estoque.	SAC 3.0, Sap Fácil, contagem diária e mensal de estoque, e boletim de caixa.
--	--

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 6 que o entrevistado 1 relata que os controles internos existentes na empresa são: A empresa tem um sistema o qual se chama NextAdmin e nele apresenta fluxo de caixa, entrada e saída de pneus, contas a pagar e contas a receber, também é feita a contagem diária de pneus. O entrevistado 2 destaca que os controles são: boletim de caixa contendo todas as informações obrigatórias a demonstrar como o fluxo de caixa, contas a receber e a pagar, lista de fornecedores etc., destaca-se também a contagem diária e mensal. Já o SAC 3.0 e o Sap Fácil, são controles internos de vendas (Programa que a empresa gastou mais de 20 milhões de reais). O Quadro 7 apresenta a existência ou não de sistema de gestão na empresa.

Quadro 7- Sistema de Gestão

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Anotações e NextAdmin.	Software Power BI

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 7 que o entrevistado 1 relata que existe o sistema de gestão da empresa é por meio de anotações em agendas e com o auxílio do programa NextAdmin. O entrevistado 2 falou que o único software usado na empresa, é o Power BI. Todas as informações de venda de mercadoria, movimentação de estoque e etc., vão para o Power BI para virar gráficos e relatórios, além de tudo isso o programa oferece para o gestor todos os dados como despesas, venda comercial de linha leve e pesada, gastos com fretes, comissões, convênios médicos e hospitalares, etc.

O Quadro 8 apresenta se na empresa ocorre um planejamento com base em indicadores de desempenho medidos por sistemas de informação.

Quadro 8- Planejamento com base em indicadores de desempenho

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Não, é baseado nas vendas realizadas.	Sim.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 8 que o entrevistado 1 relata que não existe um planejamento com base em indicadores de desempenho medido por sistemas de informação, o planejamento para futuros investimentos é feito por meio das vendas concretizadas e do trabalho realizado no mês anterior. O entrevistado 2 nos contou que também os indicadores de desempenho nos relata com informações mais precisas como está indo as vendas sobre os produtos, e

consequentemente os produtos mais vendidos e os que têm maior margem de lucro são os mais adquiridos, dentre os indicadores são linha pesada que relata pneus e peças que são vendidas e linha comercial que é muito detalhada, falando sobre a porcentagem de lucro de cada peça que está tendo na loja sobre o desempenho de cada vendedor.

O Quadro 9 apresenta como são tomadas as decisões relacionadas aos investimentos nas empresas em estudo.

Quadro 9- Como são tomadas as decisões relacionadas a investimentos

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Sobre vendas dos produtos mais comercializados e também em cima do trabalho do mês anterior.	A empresa usa as informações da base de dado próprios, que gera relatórios diários de venda, lucro bruto inadimplência, custo de ppm e reposição.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 9 que o entrevistado 1 relata que as decisões são tomadas a partir das vendas dos produtos mais comercializados, também, é analisado o trabalho realizado no mês anterior. O entrevistado 2 enfatizou o uso de dados próprios que geram relatórios da empresa, ou seja, esses relatórios são gerados diariamente e no final do mês forma relatórios completos onde pode se identificar as tendências de compras dos clientes, aí acontece a reunião da diretoria e comitê, onde são usados esses dados juntamente com o trabalho de inteligência de mercado e ping, para pré-definir as estratégias da empresa, e estratégia de compra até política comercial.

Depois de definido acontece à reunião dos gerentes filiais, a fim de validar as ações que retornam para a diretoria para serem compiladas e postas em prática, isso tudo vai acontecendo semanalmente durante 1 mês, ou seja, a estratégia do mês que vem já está sendo discutida. Todas as segundas têm teleconferências com gerentes regionais, e todas as sextas acontecem às reuniões do comitê com a diretoria, então tudo acontece baseado em muitos dados e muitas informações. O Quadro 10 apresenta como é feita a contabilidade nas empresas.

Quadro 10- Contabilidade na empresa

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Não tem contabilidade	Sim. Tem Contabilidade.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 10 que o entrevistado 1 relata que na sua empresa não há contabilidade pois se trata de uma empresa da constituição societária MEI. O entrevistado 2 alega que sim, a contabilidade é própria, são funcionários próprios, é interna e fica na central

em Campinas e não possui parceria com empresas terceirizadas. O Quadro 11 relata como é feita a contabilidade e quais as informações a empresa envia para contabilidade mensalmente.

Quadro 11- Informações da empresa para a contabilidade

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Não tem contabilidade	Sim

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 11 que o entrevistado 1 relata que na sua empresa não há contabilidade. O entrevistado 2 relata por experiência, em um período de 3 em 3 meses são enviados para a contabilidade da empresa um boletim de caixa nele contendo todas as informações diárias de movimentação, fluxo de caixa e etc, também é enviado notas de transferências, notas de compra, notas de despesa, entre outros. A central recebe essas informações no dia do ocorrido, mas o material físico é enviado a cada 3 meses. O Quadro 12 relata como é comunicado ao governo o faturamento da empresa, a fim de manter o CNPJ da empresa.

Quadro 12 - Comunicação de faturamento

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Por meio da declaração do MEI é informado o faturamento bruto anual.	Todas as operações de compra e venda vinculadas ao CNPJ da empresa (notas fiscais). Todas as informações relacionadas à folha de pagamento dos empregados. Essas informações são fundamentais para identificar o resultado da empresa, para ser realizada a tributação sobre o resultado.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 12 que o entrevistado 1 relata que para manter o CNPJ da empresa, o faturamento é enviado ao governo por meio da declaração do MEI sendo informado o faturamento bruto anual. O entrevistado 2 comenta e explica, todas as operações de compra e venda vinculadas ao CNPJ da empresa (notas fiscais). Todas as informações relacionadas a folha de pagamento dos empregados. Essas informações são fundamentais para identificar o resultado da empresa, para ser realizada a tributação sobre o resultado.

O Quadro 13 relata como o entrevistado percebe a contribuição das informações oriundas da contabilidade para a gestão da empresa.

Quadro 13 – Contribuição da contabilidade para investimentos

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Não tem contabilidade. A contribuição é feita pelo proprietário do negócio.	Os indicadores de desempenho norteiam a tomada de decisão.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 13 que o entrevistado 1 relata que na sua empresa não há contabilidade e consequentemente é realizado pelo proprietário. Como o entrevistado 2 relatou os indicadores são extremamente importantes para a empresa, pois lá temos um parâmetro de como está o desempenho da empresa relacionado ao setor de venda, se está tendo mais lucro ou se está tendo mais despesas.

O Quadro 14 relata quais são os tipos de controles internos que o entrevistado gostaria de implementar e que na sua percepção ajudariam a empresa.

Quadro 14- Controle interno a ser implementado.

Entrevistado 1	Entrevistado 2
Apuração do resultado mensal do negócio em forma de planilha no Excel	Sistema mais rápido para envio de informações.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se que no Quadro 14 que o entrevistado 1 relata que gostaria de fazer a apuração do resultado mensal do e em forma de planilha no Excel em sua empresa, a qual hoje em dia é feita somente no “papel e caneta”. O entrevistado 2 falou que a empresa segue um padrão muito firme na questão de controles internos, já foi implementados diversos programas, mas nenhum foi eficiente quanto o atual, o único problema é a falta de um sistema mais rápido para fechamento de caixas (envio de informações a central), isso seria a única decepção, pois os outros sistemas são extremamente rigorosos e controladores.

4.2 ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO E EXTERNO DO SEGMENTO OBSERVADO

Com base na entrevista com gestores e a observação nas empresas do segmento de comércio de pneus foi possível realizar uma análise do ambiente das empresas. O Quadro 15 apresenta a análise do ambiente da empresa 1.

Quadro 15 - Análise do ambiente da empresa 1

	Força	Fraqueza
Ambiente interno	<ul style="list-style-type: none"> ● O foco em um determinado produto; ● Alto custo benefício; ● Preço abaixo da concorrência; ● Vendas presenciais e online; ● Presença em todas as redes sociais; ● Entrega à domicílio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Localização; ● A variedade de medidas acaba prejudicando o estoque; ● Potencial de compra baixo.
Ambiente externo	Oportunidade <ul style="list-style-type: none"> ● Alto investimento publicitário; ● O baixo poder aquisitivo da população, impulsionando na venda; ● Criação de um site de vendas; ● Fidelização de clientes potenciais; ● Contrato com transportadora particular. 	Ameaça <ul style="list-style-type: none"> ● Crise econômica; ● Variação do dólar; ● Pandemias (COVID-19); ● Concorrências com empresas do mesmo ramo.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 15 a análise do ambiente da empresa, tanto interno quanto externo. A empresa tem um foco em um determinado produto, o qual se trata do pneu da linha remold, pneu ecológico. O ótimo preço em relação a um pneu novo lhe dá um ótimo custo benefício, colaborando com a grande comercialização do pneu.

As vendas são feitas tanto em sua loja física, onde o consumidor ganha a montagem e o balanceamento, tanto por redes sociais, onde clientes recebem seus pneus desejados em suas residências ou em seus comércios.

Como a localização da empresa se trata de um local com baixo fluxo de pessoas, sendo assim, as vendas da empresa se tratam em uma maior quantidade de forma online, e geralmente tendo muitos gastos para a realização das entregas dos pneus. O problema seria resolvido se a empresa se instalasse em um local de maior fluxo.

Por conta da grande quantidade de medidas de pneus, tendo em média de três medidas do aro 13 até o 17 e mais toda a linha agrícola, algumas medidas faltam, muitas vezes perdendo a venda dos produtos. Também, como a empresa não tem um grande potencial de compra, a compra em pouca quantidade de pneus, não abate muito o valor na hora da aquisição.

O Quadro 16 apresenta a análise do ambiente da empresa 2.

Quadro 16 - Análise do ambiente da empresa 2

	Força	Fraqueza
Ambiente interno	<ul style="list-style-type: none"> ● Marca e patente reconhecida no mercado; ● Fornecedor que disponibiliza produtos de muita qualidade e que tem um grande reconhecimento no mercado; ● Mão de obra muito qualificada; ● Sistema rigoroso de controle; ● Qualidade no atendimento; ● Entrega em curto prazo; ● Localização; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Preços não compatíveis com o do mercado; ● Pequeno porte de funcionários; ● Pouca presença nas mídias (marketing muito abaixo do esperado por ser uma empresa de grande porte).

	<ul style="list-style-type: none"> • Variedade de medidas no estoque. 	
Ambiente externo	Oportunidade	Ameaça
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa pós venda; • Parcerias com transportadoras; • Programas ecológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crise econômica; • Pandemias (COVID-19); • Concorrências com empresas do mesmo ramo; • Concorrente com preços mais baixos.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 16 uma demonstração dos principais pontos internos e externos relacionados à empresa. Percebe-se que a empresa tem um foco na questão da venda de linha pesada, onde o lucro é maior, mas sem deixar de lado a linha leve fazendo com que o consumidor sintam-se mais seguro em estar atribuindo os serviços da mesma, atribuindo as garantias que são disponibilizadas ao cliente, em um tempo determinado de 6 meses.

Pode-se observar que a empresa estabelece vários pontos positivos, fazendo com que a mesma esteja sempre em grande procura no mercado. Dentre os pontos positivos destaca-se o grande reconhecimento no cenário nacional e a mão de obra extremamente qualificada, pois todos os funcionários passam por períodos de treinamentos em outros estados, buscando a aprimoração e qualificação.

Por ser uma empresa de grande porte, não há muito investimento nas questões publicitárias, fazendo com que a empresa tenha um marketing abaixo do esperado, tratando-se de fraquezas, a empresa deixa a desejar nas questões de ter uma pequena equipe para atender as necessidades de manutenções mecânicas, e também os preços não são compatíveis ao mercado.

Em forma de complementar o bom serviço de atendimento oferecido em loja física, a empresa destaca-se por possuir um ótimo serviço de atendimento pós venda, onde é perguntado ao cliente se o atendimento e o serviço foi satisfatório suprindo as suas expectativas.

As ameaças são comuns a todas as empresas, mas a empresa destacada a principal ameaça, são os concorrente com os preços muito mais acessíveis, fazendo com que o consumidor possa gerar dúvidas no momento de escolha do serviço estimado.

4.3 PROPOSIÇÕES DE MELHORIAS NA GESTÃO

Após a análise da entrevista, observação e pautado na análise de ambiente interno e externo das empresas em estudo foi possível realizar proposições de melhorias, contribuindo

com as empresas do segmento de comércio de pneus observadas conforme evidenciado no Quadro 17.

Quadro 17 – Proposições de melhorias na gestão para a empresa 1

O que fazer	Como fazer	Quando fazer
Realização do pós-venda.	Realizando perguntas sobre os produtos comercializados para os clientes.	Após a realização da venda dos pneus.
Comercialização por meio do e-commerce.	Através das plataformas digitais.	O mais breve possível.
Sistema de marketing de relacionamento.	Alertando o cliente a realizar o alinhamento e balanceamento dos pneus e a troca de óleo.	A um período de tempo determinado dependendo do pneu ou óleo.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no quadro 17 proposições de melhorias na gestão para a empresa 1. A realização do pós-venda é muito importante em uma empresa, pois, o cliente socializa o seu pensamento sobre o produto e principalmente o comerciante descobre se o produto é o que você esperava ser ou está sendo o contrário.

A comercialização por meio do e-commerce, uma loja virtual e permite que os consumidores transacionem bens e serviços eletronicamente sem barreiras de tempo ou distância, o contrato com uma transportadora seria extremamente necessário, pois abrangeria o local de vendas, podendo ter a comercialização tanto local, quanto para outros estados.

Um Sistema de marketing de relacionamento, avisando as manutenções que deverão ser feitas nos automóveis, como por exemplo, o balanceamento para a roda não vibrar enquanto estiver rodando e o alinhamento, o qual serve para o pneu gastar de forma igual, aumentando ainda mais a durabilidade de cada pneu. Poderia ter um controle para avisar a cada seis meses para ser realizado a troca do óleo.

O Quadro 18 é composto com uma proposição de melhoria na gestão da empresa 2.

Quadro 18 – Proposição de melhoria na gestão para a empresa 2

O que fazer	Como fazer	Quando fazer
Melhoria do sistema de informações diárias para a central.	Investimento em software ou equipe especializada para a melhoria do sistema.	Em pequeno prazo.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Observa-se no Quadro 18 uma proposição de melhoria na gestão da empresa 2. Analisando toda a empresa e conversando melhor com o gestor da empresa, deu pra perceber que um dos únicos problemas que a empresa encontra, é o sistema que envia informações para a central, informações como fechamento de caixa, notas de transferência e despesas, encontra-se uma demora muito grande para o envio dessas informações, que são extremamente

importantes para acompanhar o desempenho da empresa diária, isso geralmente é um incômodo para empresa, pois, o trabalhador que trabalha na administração da empresa, maioria das vezes acaba fazendo hora extra e saindo até 2 horas após o seu horário de trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da contabilidade na gestão de uma empresa comercial do segmento de pneus. Para atender o objetivo proposto foi realizada uma pesquisa indutiva e exploratória, através de um estudo de caso. Para coletar esses dados foi realizada uma entrevista com os gestores e observação das práticas de gestão nas empresas em estudo e a análise de dados e interpretação foi qualitativa.

Por meio desse estudo, foi possível perceber a importância e as variações da contabilidade em empresas de diferentes constituições tributárias. O primeiro fato a se notar é a diferença de porte das empresas e seu faturamento anual, onde a empresa 1 deve ter seu faturamento em até R\$81.000,00 e a empresa 2 deve ter seu faturamento maior que R\$3.600.000,00.

Além disso, é relevante apontar a diferença de sistemas entre ambas às empresas estudadas, onde a empresa 1 se encontra em fase de análise para a criação de um e-commerce para aumentar a quantidade de vendas online, enquanto a empresa 2 já desfruta dessa ferramenta, como também possui um aplicativo para aparelhos android e iOS chamado “Auto Card”, que alerta e auxilia o cliente quando for necessário retornar para fazer novos ou manutenção de serviços, como troca de óleo, rodizio e troca de pneus, balanceamento, entre outros.

Com base nessas informações, é perceptível como as empresas possuem grandes diferenças em todos os fatores citados. A empresa 1 foi fundada há apenas 2 meses, portanto, toda empresa começa pequena, mas com muito foco, trabalho, persistência individual e em equipe poderá alcançar em algum momento o atual porte da empresa 2, que acabou de completar 71 anos de sua fundação.

Sendo assim, é possível claramente identificar a importância da contabilidade em todos os processos e dimensões de uma empresa por mais distintas que sejam. A contabilidade impulsiona uma empresa a crescer, ter conhecimento é ter poder, e com a contabilidade é possível ter todos os controles de sua empresa, principalmente, visando lucros e prejuízos, no que deve ser investido e auxiliar na tomada de decisões.

Com relação às limitações do estudo ressalta-se que na empresa 1, a revenda de pneus é recente, portanto não existe histórico de resultado que oportunize uma análise mais detalhada, sendo assim os dados poderão sofrer alterações significativas nos próximos meses. Já na empresa 2, o estudo foi realizado em uma das filias e a contabilidade é realizada na matriz, sendo assim, algumas informações que poderiam contribuir com a pesquisa, ficaram limitadas.

Diante das limitações, evidenciam-se novas oportunidades de pesquisa: a) Realizar a mesma pesquisa, porém observando e entrevistado o contador da matriz na empresa 2; b) Analisar as oportunidade de rentabilidade no negócio de pneus *remolds* e pneus novos; c) Verificar a viabilidade da contratar um escritório de contabilidade mesmo sendo para a empresa MEI.

REFERÊNCIAS

ADMINUPLEXIS. 2019. **7 exemplos de controles internos para você aplicar na sua empresa.** Disponível em: <<https://uplexis.com.br/blog/compliance/7-exemplos-de-controles-internos/>> Acessado em 08/04/2020.

ALBÊLO, Ricardo Turímbio Mota. 2007. **Controle interno na administração pública municipal: estudo de caso da Prefeitura de Panelas- PE.** Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/7651/1/arquivo7778_1.pdf> Acessado em: 08/04/2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, Sidney Ferro. **Contabilidade Básica.** 3ª ed. São Paulo: IOB, 2007.

BRANDÃO, Tiago. **A importância da contabilidade gerencial como ferramenta no processo de tomada de decisão.** Disponível em: <<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/a-importancia-contabilidade-gerencial-como-ferramenta-no-processo-tomada-decisao.htm>> Acessado em: 10/06/2020.

BRUNI, A. L. **A administração de custos, preços e lucros.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CERVO, Amado Luiz et al. **Metodologia Científica.** 6º edição. São Paulo, SP. Editora Pearson. 2007.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Princípios fundamentais de Contabilidade e normas Brasileiras de Contabilidade.** CFC. Brasília, DF, 1999.

CHIAVANETO, Idalberto; **Introdução à Teoria Geral da Administração.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administrando para o Futuro: Os Anos 90 e a Virada do Século**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1992.

EGESTOR. 2018. **Demonstração de Fluxo de Caixa: o que é e métodos de apuração**. Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/demonstracao-de-fluxo-de-caixa-como-fazer/>> Acessado em: 11/04/2020.

FAVERO, Hamilton L.; et. al. **Contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas. 1997, 270 p.

FERNANDES, Daniela Pereira. 2017. **DLPA: Aprenda tudo o que você precisa sobre a Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados**. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/demonstracao-de-lucros-ou-prejuizos-acumulados/>> Acessado em: 10/04/2020.

FERNANDES, Regina. 2015. **O que é Demonstração do Resultado de Exercício da sua empresa (DRE)?** Disponível em: <<https://capitalsocial.cnt.br/demonstracao-do-resultado-de-exercicio/>> Acessado em: 10/04/2020.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997, 407 p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IUDÍCIBUS, Sergio. **Teoria da Contabilidade**. Atlas S.A. 1994.

GUIA DA CARREIRA. **Administração de Empresas: profissão e mercado**. Disponível em <<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/administracao-de-empresas/>> Acessado em: 12/06/2020.

IMPACTO PRIME, Blog 2018, **A importância dos pneus**. Disponível em: <https://impactoprime.com.br/blog/2018/12/13/a-importancia-dos-pneus/> Acessado em: 12/06/2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MADRIGAL, Alexis. 2016. **A importância do controle interno na Administração Pública**. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/48488/a-importancia-do-controle-interno-na-administracao-publica>> Acessado em: 08/04/2020.

MARION, José Carlos. **A disciplina Teoria da Contabilidade nos cursos de graduação – algumas considerações**. Contabilidade Vista e Revista, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 3-8, out. 1997.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 11. Ed São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Leandro. 2017. **Balanco Patrimonial: O que é, para que serve e como analisar**. Disponível em: <<https://capitalsocial.cnt.br/balanco-patrimonial/>> Acessado em: 09/04/2020.

OLIVEIRA, Wagner 2010. **Principais Teorias e Escolas da Administração**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/principais-teorias-e-escolas-da-administracao>> Acessado em: 12/06/2020.

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

REIS, Thiago. 2019. **DLPA: o que é a Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados?** Disponível em: <<https://www.sunoresearch.com.br/artigos/dlpa/>> Acessado em: 10/04/2020.

RESOLUÇÃO CFC Nº 774 de 16 de dezembro de 1994.

RIBEIRO, J.F.; LOPES, J.; PEDERNEIRAS, M. (ORG). **Estudando Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

SÁ, Antônio Lopes. **Contabilidade Geral**. São Paulo: Nacional, 1966. 245 p.
SAGE BLOG. 2006. **O que é e para que serve a DRE?** Disponível em: <<https://blog.sage.com.br/o-que-e-e-para-que-serve-uma-dre/>> Acessado em: 10/04/2020.

SÓ CONTABILIDADE. 2007. **Patrimônio**. Disponível em: <<http://www.socontabilidade.com.br/conteudo/patrimonio.php>> Acessado em: 09/04/2020 .

TJORA, A. H. **Writing small discoveries: an exploration of fresh observers' observations**. Qualitative Research, London, v. 6, n. 4, p. 429-451, 2006.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.