

A CONTRIBUIÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO NA GESTÃO DE UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE PRESTAÇÃO DE GESSO¹

Carine Renostro; Luana Lavall; Muriê Thaian de Castro²
Andressa Mara Pacheco de Oliveira Moschetta; Domingos Luiz Palma; Silviane Lawall Soares³

RESUMO

O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da administração na gestão de uma empresa do segmento de gesso. Com relação aos procedimentos metodológicos utilizados no estudo, o método científico foi o indutivo, o nível de pesquisa foi à descritiva, o delineamento foi o estudo de campo. O instrumento de coleta de dados foi à entrevista. A população do estudo foram as empresas do segmento de gesso e a amostra ficou representada pela empresa Standard Ltda. A análise e interpretação dos dados foram a qualitativa. Os resultados evidenciam que a empresa está bem estruturada e bem administrada. Suas principais estratégias de marketing foram feitas através de terceiros contratados para a função onde cuidara de vários setores; da prestação de serviços, do marketing, recrutamento e seleção, contabilidade, estando focada na qualidade de seus serviços e na obtenção de lucros.

Palavras-chave: Administração. Marketing. Recursos Humanos. Contabilidade

1 INTRODUÇÃO

A administração dentro das organizações se tornou cada vez mais necessária para poder gerir melhor a empresa. Para Chiavenato (2007) os gestores devem criar estratégias, para planejar, resolver os problemas empresariais após diagnosticá-los. Pois muito disso é requerido para que se tenha uma boa gestão. O gestor vem se tornando relevante para a estrutura das empresas e companhias, indispensável para construir uma equipe de funcionários capazes de solucionar e resolver os problemas. (CHIAVENATO, 2007)

Segundo Parikh (1997) a administração vem desenvolvendo instrumentos e conceitos administrativos altamente analíticos, procedimentos eminentes quantitativos, tornada de decisões para ter um planejamento estratégico e a solução de problemas dentro de uma empresa. Desde a década de 60, a indústria vem crescendo e se diversificando, cada vez mais

¹ Atividade corporativa desenvolvida no curso de administração da UCEFF, 2017/1.

² Acadêmicos do curso de Administração da UCEFF. E-mail: carine_renostro@hotmail.com; lavall11@hotmail.com; mu_rie@icloud.com.

³ Orientadores da atividade desenvolvida ao longo do semestre de 2017/1. Docentes da UCEFF.

complexa poder acompanhar o crescimento, a administração vem evoluindo constantemente para solucionar e resolver questões internas e externas dentro de uma empresa.

Na área de prestação de serviço, a administração envolve uma relação muito grande com as pessoas. Com isso cria-se uma relação com a gestão de pessoas, sendo fundamental para se obter um avanço na busca de novos clientes, e mais serviços. Se comunicar é de vital importância pois quanto maior foi a orientação, entre o serviço oferecido e o cliente, maior vai ser a lealdade e satisfação. (COBRA, 2004).

A prestação de serviços se tornou indispensável para as pessoas em um modo geral. Com a concorrência se tornando cada vez mais forte, elas acabam por apresentar um trabalho mais rápido porém a qualidade muito inferior. Segundo Silva (2004) os detalhes ficam despercebidos, um ponto em que muitos perdem e outros ganham, e isso faz muita diferença no final de um trabalho realizado. Cada vez mais esses profissionais são buscados, e ao mesmo tempo a outra maioria continua com os mesmos hábitos antigos implicando a modernidade.

Diante do exposto apresenta-se a questão problema do estudo: **Como a administração contribui na gestão de uma empresa do segmento de gesso?** O objetivo do estudo é identificar a contribuição da administração na gestão de uma empresa do segmento de gesso.

O estudo justifica-se pela necessidade que empresas prestadoras de serviços tem em oferecer um serviço de qualidade e, portanto, os conhecimentos da administração podem ajudar no crescimento e fortalecimento de empresas deste segmento.

O estudo contribui também com os pesquisadores que podem associar os conceitos teóricos relacionados a gestão com a aplicação prática em uma empresa do segmento de gesso. Contribui ao oferecer uma base de como agir e resolver problemas dentro de uma empresa. Para Chiavenato (2005) a pesquisa é um exemplo de aprendizagem para solucionar problemas internos e externos de corporações. É algo que pode abrir novas ideias e novos pontos de vistas sobre um determinado assunto.

2 AMBIENTE DE ESTUDO⁴

⁴ Informações obtidas através do site <http://sidusconchapecó.com.br>

A engenharia civil é um dos campos mais diversificados do setor. Teoricamente é o criador de toda infra-estrutura do mundo, desde túneis, barragens, pontes, canais, linhas ferroviárias, aeroportos, estradas, residências (casas, edifícios). Neste contexto percebe-se que a função de um engenheiro é verificar e compreender o ambiente e como eles podem utilizá-lo com inteligência, segurança e sustentabilidade.

A construção civil e a economia estão profundamente ligadas, pois as obras movimentam significativamente a economia em nossa sociedade. Por isso, quando há um déficit na economia a construção civil também sofre uma queda.

No sistema de construção civil temos uma gama de atividades e profissionais. As mais conhecidas e renomadas são os arquitetos, engenheiros, encanador, eletricista, chefe/mestre de obra, pedreiro, operários, profissionais em acabamentos, como pintores, gesseiros, vidraceiro e designers de interiores.

Na região de Chapecó aumentou-se a demanda da construção civil, apesar de um declínio na economia a população continua aumentando em número e em tem objetivo de adquirir sua casa, empresa etc.

Neste contexto as principais construtoras são: Catarinense, JBW, Katedral, Oliveira, Dimensão, Concisa, Bellei Salvador, Nostra Casa, e várias destas empresas, além de construírem prédios, também os vendem, em razão disso acabam se associando a outras empresas menores para produzirem os acabamentos.

A empresa estudada se destaca em relação a outras alternativas de conclusão de interiores (como: madeira, laje) por ter mais qualidade, facilidade, estética e rapidez de montagem. Podemos citar também sobre a competitividade no ramo e as funções que precisam ser desenvolvidas na empresa para ter o seu diferencial.

Os fornecedores da matéria prima utilizada no acabamento da empresa analisada são: Brazgesso e Sabadini, que garantem a distinção dos serviços prestados.

Pelo fato da empresa se destacar procurou-se conhecer um pouco sobre o papel do administrador na organização, com o objetivo de ampliar a carteira de clientes, mais qualidade, preços mais acessíveis, mais parcerias, pois assim conteria um conjunto de atividades diferenciadas como: móveis sobre medida, pintura, eletricitas, etc. Tendo o propósito de crescimento da empresa.

Um dos motivos que impedem o crescimento da empresa é os concorrentes, que entregam o mesmo serviço com a promessa de ser mais acessível e mais rápido na montagem.

O que muitos consumidores não se dão conta de que nestes casos o material geralmente é inferior. Alguns dos concorrentes são: Eocaplan, Bigolin, Brasgesso, Kongesso, Plagesso, Sogesso.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para atender o tema de estudo a revisão de literatura foi estruturada em quatro tópicos primeiro aborda aspectos relacionados ao marketing empresarial, o segundo tópico apresenta conceitos da gestão de pessoas, o terceiro tópico trata da contabilidade na gestão empresarial e por fim foi abordado sobre a gestão financeira.

3.1 O MARKETING EMPRESARIAL

O Marketing empresarial é um setor importante dentro das empresas, segundo a American Marketing Association (Associação Americana de Marketing) “é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e a sociedade em geral”

Poderíamos dizer que o marketing é supérfluo? Que há somente a relação de produzir, expor e vender? Segundo Kotler (2015, p. 4) é o “processo pelo qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relacionamentos com eles a fim de, em troca, capturar valor deles”, Kotler (2013, p. 2) também diz que marketing é “como a arte e a ciência da escolha de mercados-alvo e da captação, manutenção e fidelização de clientes por meio da criação, da entrega e da comunicação de um valor superior para eles”, ou seja, não é supérfluo, o marketing cria e reforça uma idéia de valor seja ele cultural, social, ético, religioso, moral, material, estético, entre muitos outros.

Para Kotler (2015, p. 5-7) cria-se uma relação de valores e de relacionamento com o cliente utilizado-se de um processo de cinco etapas. Na primeira etapa precisa-se entender o mercado, e com isto as necessidades e os desejos dos clientes e se há uma demanda. A segunda etapa consiste em elaborar uma estratégia de marketing, criando ofertas ao mercado, sendo com produtos, serviços e/ ou experiências, na terceira etapa desenvolve-se um programa de marketing que integra e entrega valores, satisfação. Na quarta constrói-se um relacionamento lucrativo para a empresa e deixa os clientes encantados. A ultima etapa

capturam-se valores dos clientes para gerar lucros e uma fidelidade por parte deste mercado consumidor.

3.2 GESTÃO DE PESSOAS

O setor de recursos humanos tem papel estratégico dentro de uma empresa, responsável pelo recrutamento e seleção de pessoas que se encarrega de localizar, identificar, e atrair talentos para a empresa, cuida do treinamento, qualificando a mão de obra, melhorando a qualidade de serviços e produtos e encarrega-se também do desempenho, ou seja, avalia os resultados individuais e em conjunto (CHIAVENATO, 2007).

Observa-se que as empresas deveriam utilizar melhor o setor de Recursos Humanos, que na sociedade está “somente” instruído a contratar, treinar, desenhar mapas de carreira, encontrar talentos, cuidar das pessoas realocando-as antes da demissão, acomodando funcionários onde eles produzam mais (ou seja, lugares que se identifiquem), com isso poderiam fazer da empresa mais produtiva (CHIAVENATO, 2006).

Uma cultura organizacional forte que segundo Chiavenato (2005) seria a maneira de pensar e realizar as coisas que são compartilhadas com todos os membros da organização, pode ajudar a trazer novas pessoas para dentro de uma empresa, onde para fazer parte da consolidação da mesma, a pessoa interessada pela vaga deve passar pelo recrutamento e seleção. Recrutar candidatos seria localizar, identificar e atrair candidatos capazes de atender as necessidades e expectativa da empresa é feito sob a necessidade de preencher um posto de trabalho, e geralmente é composto por uma entrevista com o gestor da área (CHIAVENATO, 2007).

O rendimento do funcionário está associado a sua capacidade de entender, executar bem suas tarefas e responsabilidades. Treinar é educar, ensinar, mudar o comportamento, fazer com que as pessoas adquiram novos conhecimentos e novas habilidades. As avaliações de desempenho devem ser feitas pela empresa onde cada funcionário deve ser analisado para se ter ou não a satisfação dos serviços (COBRA, 2004).

O setor de Administração pessoal é uma parte fundamental de uma empresa, onde cuida de algumas funções básicas, e é responsável também pelo cumprimento de leis e normas trabalhistas. Cuida dos impostos, salários, controle de frequência, benefícios, legislação e está muito ligado com o setor financeiro, (CHIAVENATO, 2007). O setor de Recursos Humanos

deve estar bem posicionado para que assim se tenha um bom andamento e funcionamento de uma empresa.

3.3 A CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL

Segundo Lopes de Sá (1997) a contabilidade é uma ciência que estuda os fenômenos patrimoniais, onde ela se preocupa com a realidade, as evidências, para que haja uma eficácia na vida social. Esta ciência é utilizada principalmente na busca de informações para gerar uma decisão e também para a verificação de como está à situação da organização estudada/verificada. Na primeira opção gerentes, sócios, administradores, executivos e diretores se utilizam das informações já na segunda opção os principais usuários são os já citados anteriormente e também bancos, fornecedores etc.

Parte deste processo modifica-se entre as empresas, mas de um modo geral a finalidade desta ciência segundo Marques (2013, p. 64): “é manter o registro e o controle do patrimônio das entidades, com o fim de fornecer informações e interpretações sobre a composição e as variações desse patrimônio”

Para que haja um maior entendimento é necessário saber a definição de patrimônio, que segundo Padoveze (2014) seria o conjunto de riquezas de alguém ou de uma empresa/entidade. Estes itens podem ser raros, úteis, fungíveis (característica de troca), tangíveis (característica de poder ser movimentado e ser tocado fisicamente), desejáveis etc. Para que haja um controle o contador faz um balanço patrimonial, que é o conjunto do ativo e do passivo, podemos denominar também como o conjunto de bens, direitos e dívidas. Com todas estas informações ele demonstra um resultado e com isto pode-se verificar a situação financeira da empresa, organização ou até mesmo pessoal.

3.4 GESTÃO FINANCEIRA

A gestão financeira para Abreu (2017) é intimamente relacionada ao capital da organização, onde a maior preocupação é o valor patrimonial da empresa, visando sempre para que o setor financeiro do negócio seja positivo. Por este motivo define-se a gestão financeira como tudo que se refere a investimento, despesas, lucros entre outros.

Segundo Hoji (2014) O gestor financeiro é extremamente importante, pois é a partir de suas decisões que a empresa vira um sistema de lucro e com isto pode aumentar seus recursos e conseqüentemente os seus investimentos na própria. Para Hoji (2014) este profissional tem como função a análise, planejamento e controle financeiro, a tomada de decisões de investimento e também de financiamento. As três primeiras consistem em coordenar, monitorar e avaliar todas as atividades da empresa, as demais, se referem as destinações dos recursos financeiros e/ou a captação dos mesmos.

Há alguns princípios a serem seguidos, para Esperto e Ferreira (2007) são dois, o da responsabilidade financeira, que deveria ser feito de forma responsável e sustentável e o da prestação de contas onde deve explicar as entradas e saídas do dinheiro dentro de uma organização.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo do estudo é identificar a contribuição da administração na gestão de uma empresa do segmento gesso. Portanto, quanto aos procedimentos metodológicos, o método científico foi o indutivo. O nível de pesquisa foi a descritiva e o delineamento foi o estudo de campo. Para Marconi e Lakatos (2010, p. 68) “O método científico indutivo, parte de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas”.

Para Rampazzo (2005, p. 53) “a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos os fenômenos (variáveis), sem manipulá-los; estuda fatos e fenômenos do mundo físico e, especialmente, do mundo humano, sem interferência do pesquisador”.

O estudo de campo para Marconi e Lakatos (2010, p. 55) “é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimento acerca de um problema, para o qual se procuram uma resposta”.

O instrumento de coleta de dados utilizado no estudo foi a entrevista. A entrevista foi realizada com base em um roteiro estruturado, sendo que o entrevistado foi o proprietário de uma empresa do segmento de gesso localizada na cidade de Chapecó-SC, a entrevista foi realizada no mês de abril de 2017.

Para Gil (1999) uma entrevista é elaborada a partir perguntas que permanecem invariáveis para todos os entrevistados, que geralmente são em um grande número. Desta

forma, esta técnica permite que quando aplicada a entrevista, sejam utilizados entrevistadores que podem auxiliar o pesquisador, ou gestor do projeto de pesquisa. Em função desta possibilidade, Gil (1999) alerta que deve-se cuidar para que o entrevistador não influencie ou interprete as respostas inadequadamente, mas que apenas as reproduza e que não improvise. Lembrando que para Richardson (1999, p. 207) “o termo entrevista refere-se ao ato de perceber o realizado entre duas pessoas”, mas, seguindo um rigor metodológico e científico.

A população do estudo foi representada pelo segmento gesso e a amostra ficou limitada pela empresa Gessomak Ltda localizada no município de Chapecó-SC.

Há muitos autores como Barbetta (2001) que dividem a população entre população alvo e população acessível, onde o primeiro seria o conjunto abrangidos pelo estudo, já o segundo é o conjunto que queremos ou podemos abranger e que são passíveis de ser estudados a partir do que se pretende levantar.

A técnica de análise e interpretação de dados foi qualitativa que para Malhotra (2001) este tipo de pesquisa procura quantificar os dados depois de aplicada alguma forma de análise estatística para a obtenção dos resultados, onde as análises obtidas destes resultados podem gerar a proposta de intervenção e evidenciar os pontos mais críticos a serem trabalhados.

5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O objetivo do estudo foi identificar a contribuição da administração na gestão de uma empresa do segmento gesso. Para atender o objetivo proposto a análise e interpretação dos dados está estruturada em 3 tópicos. O primeiro apresenta análise e características da empresa observada, o segundo apresenta as características da empresa constituída, o investimento inicial para a abertura do negócio, as estratégias de marketing, as políticas de recursos humanos adotadas pela empresa. E o terceiro apresenta registro do patrimônio e resultado do trimestre.

5.1 ANÁLISE E CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA OBSERVADA

A empresa observada foi a Gessomak e o instrumento de coleta de dados foi a entrevista com o gestor da empresa. Podemos perceber através da mesma que é uma empresa familiar, constituída por dois sócios trabalhando com a prestação de serviços no segmento de

gesso. A empresa atua em Chapecó e está no mercado há 24 anos e sua clientela é a mais diversificada, pois abrange todas as pessoas que queiram usufruir do serviço.

5.2 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA CONSTITUÍDA

Apresentaremos a empresa que girará sob nome empresarial Standard e se localizará no Bairro Santa Maria em Chapecó-SC. Será constituída por três sócios, prestando de serviço na montagem de gesso e seus acabamentos. Como podemos perceber no Apêndice A.

Em virtude de nossa empresa ser uma prestadora de serviço ligada ao gesso, devemos nos preocupar com a questão ambiental envolvida, já que o descarte incorreto pode ocasionar muitos problemas ao meio ambiente. Sabemos que o órgão responsável por isto é CETRIC.

5.2.1 Montante do investimento inicial

Para a abertura da empresa Standard Ltda., foi necessário um investimento total de R\$510.000,00. Os recursos aplicados na empresa para a abertura do negócio originaram-se do capital próprio e de capital de terceiros. O capital próprio investido pelos sócios foi de R\$300.000,00 e o capital de terceiros captado através de um financiamento foi de R\$210.000,00.

5.2.2 Estratégias de marketing

A empresa Standard não possui um profissional qualificado na área de marketing responsável pela elaboração das estratégias da organização, mas se sustenta em uma organização terceira para fazer esta divulgação, como a literatura do marketing enfatiza a importância desta estratégia na gestão. Observou-se que é uma realidade nas empresas de pequeno porte não sustentar financeiramente um departamento de marketing estruturado, mas isto não quer dizer que o empresário não precise se preocupar com esta gestão de marketing no seu negócio.

As consultorias oferecidas por entidades empresariais dos municípios, oferecem muitas vezes o serviço/orientação de marketing de forma gratuita, tornando o acesso desta gestão muito mais perto da pequena empresa. Este conhecimento é importante, haja vista que

um profissional/organização faz uso de diversos meios de comunicação para que haja uma divulgação da empresa para com os clientes. As estratégias de promoção podem ocorrer através de várias ferramentas conhecidas, assim como as de praça, preço e promoção.

Hoje é indicado que do faturamento das empresas cerca de 1,8% a 5% seja destinado para o desenvolvimento do marketing. Considerando esta informação defendida por muitos autores a empresa estipulou uma parcela de seu lucro anual que é destinado aos investimentos de marketing, os quais serão destinados a pesquisas internas da empresa (análise SWOT) e também de clientes, além levantar informações sobre as empresas parceiras e concorrentes.

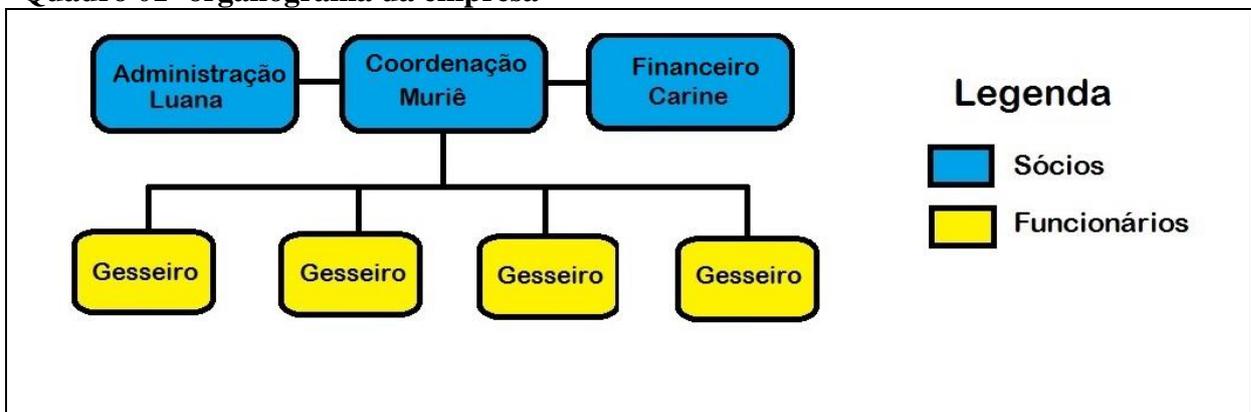
Podemos verificar na empresa analisada que não havia profissionais de “alto escalão”, por isto dispensava-se de preocupações para com os salários, somente se preocupavam com a “sobrevivência” e esta era a razão pela qual a empresa se utilizava de meios massivos ao invés de destinar seu foco no real nicho de mercado que se utiliza do serviço oferecido.

Considerando que os principais públicos da empresa do setor de gesso são profissionais como construtoras, arquitetos e engenheiros, enquanto parceiros a estratégia de promoção de vendas é uma possibilidade de impulsionar negócios através de programas de incentivos e eventos para estes profissionais, campanhas de vendas com somatório de pontuações revertendo em bonificações impulsionaria a geração de novos negócios.

5.2.3 Desenvolvimento das políticas de recursos humanos

A empresa Standard possui na sua totalidade 3 sócios e 4 funcionários, cada um tem a sua função definida como podemos verificar no Quadro 01.

Quadro 01- organograma da empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2017).

O Quadro 1 apresenta o organograma da empresa Standard Ltda. O setor administrativo terá como função planejar, organizar, liderar e controlar a empresa. O setor financeiro terá como função cuidar dos recursos da empresa, assim como todas as atividades econômicas desenvolvidas pela mesma. O setor da coordenação é responsável pela área de gestão de talentos assim como a coordenação dos funcionários.

O gestor de talentos ou RH tem a função importante de administrar as pessoas dentro da empresa. Essa função é muito importante para nossa empresa uma vez que se caracteriza por uma empresa prestadora de serviços na área de gesso.

Neste setor de pessoal ou RH está inserido o departamento pessoal (DP), responsável pela parte burocrática da empresa, no que tange a registros de funcionários.

A empresa terá como política de RH os seguintes quesitos: a) Todo o recrutamento será num primeiro momento externo; b) Toda a seleção será feita através de entrevista com os diretores; c) uma vez por ano todos os colaboradores receberão treinamento específico nas suas áreas de atuação; d) Todo o colaborador contratado será através da CLT; e) não haverá horas extras na realização das atividades; f) na decisão de demissão será realizada por consenso da direção da empresa;

O gestor de talentos deve estar bem preparado, sabendo ser flexível em diversas situações, pois no caso da Standard gesso, que é uma prestadora de serviço, relaciona-se na sua grande maioria com pessoas. Sabemos que uma das principais dificuldades seria essa comunicação com o cliente, pois cada caso é um caso. Cada pessoa tem um gosto diferente, uma ideia ou sugestão do que será instalado. Então a flexibilidade para dialogar e chegar a um consenso é importante.

Com um bom treinamento, para estar preparando o funcionário que também vai estar lidando com o gosto do cliente, e diretamente com o cliente. Também entra a questão da qualidade de vida no trabalho, para motivar o funcionário a sentir bem, ganhando bem. Proporcionando então um retorno em desempenho e quanto mais serviço pronto, mais cliente feliz, há mais lucro.

A empresa terá uma demanda grande de serviços à prestar para corporações, empresas construtoras, arquitetos, e engenheiros. Gerando bonificações para os mesmos. Para dar conta do recado, será constituída de três sócios que ajudarão na gestão e controle do funcionamento da empresa, sente sentido encontra-se uma administradora, uma contadora e um coordenador, dividindo o lucro entre os mesmos.

Na empresa haverá funcionários, e o recrutamento e seleção dos mesmos foi feito e aplicados pelo gestor responsável pela área, sendo realizado através de testes práticos assim observando as habilidades de cada candidato selecionado pela vaga. Os candidatos foram contratados para preencherem as necessidades da empresa de acabamentos e instalação de gesso. Por se tratar de uma empresa de pequeno porte a maioria das funções chaves estarão na mão dos próprios diretores da empresa. Isso facilita o lucro mais dificulta nas resoluções de conflito, pois muitas vezes os próprios proprietários terão que tomar atitudes duras e realísticas.

5.3 REGISTRO DO PATRIMÔNIO E RESULTADO DO TRIMESTRE

Neste tópico apresenta-se o balanço patrimonial inicial da abertura da empresa, na sequencia é apresentada a demonstração do resultado do primeiro trimestre de operação da empresa e por fim apresenta-se o balanço patrimonial após o primeiro trimestre de atividade da empresa Standard Ltda.

5.3.1 Apresentação do balanço patrimonial inicial

O Quadro 02 apresenta a representação gráfica do patrimônio inicial da empresa Standard Ltda.

Quadro 02 – Balanço Patrimonial inicial

Empresa Standard Ltda.			
Balanço Patrimonial em 01/01/2017		Em R\$	
Ativo		Passivo	
Ativo circulante		Passivo Circulante	
Caixa	3.000,00	Financiamentos s/ juro	21.000,00
Banco	114.210,13		
Ativo não circulante		Passivo não circulante	
Móveis	2.723,01	Financiamentos s/juro	189.000,00
Eletrônicos	6.865,98		
Ferramentas	9.700,88	Patrimônio Líquido	
Segurança/Monitoramento	6.000,00	Capital social	300.000,00
Veículos	17.500,00		
Imóveis	350.000,00		
Ativo Total	510.000,00	Passivo + PL Total	510.000,00

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Observa-se através do Quadro 02 que no início das atividades o patrimônio inicial foi de R\$510.000,00. Deste montante R\$300.000,00 foi investido pelos sócios e o restante R\$210.000,00 foi captado através de um banco a uma taxa de 12% a.a. sendo no prazo de pagamento de 5 anos.

Os recursos foram aplicados na atividade da empresa sendo que R\$3.000,00 ficou no caixa, R\$114.210,13 na conta corrente da empresa. Foi necessário investir R\$25.289,87 entre móveis, eletrônicos, equipamentos e as câmeras junto com o serviço de monitoramento do espaço. Também, foi investido R\$17.500,00 em um veículo para uso empresarial e R\$350.000,00 no imóvel onde irá se localizar a empresa.

5.3.2 Apresentação do DRE do resultado

O Quadro 03 apresenta o resultado das atividades econômicas da empresa observado no primeiro trimestre de suas atividades.

Quadro 03 Demonstração do resultado trimestral

Empresa Standard Ltda. Demonstração de Resultado				
Período	jan/17	fev/17	mar/17	Resultado
(=) Receita Operacional Bruta	40.000,00	R\$ 50.000,00	R\$ 55.000,00	145.000,00
(-) Deduções				
(-) Impostos				
(-) Simples Nacional	(1.800,00)	(2.250,00)	(2.475,00)	(6.525,00)
(=) Receita Operacional Líquida	38.200,00	47.750,00	52.525,00	138.475,00
(-) CSP	(8.000,00)	(9.500,00)	(11.000,00)	(28.500,00)
(-) Salários	(5.158,28)	(5.158,28)	(5.158,28)	(15.474,84)
(-) Gasolina	(150,00)	(200,00)	(300,00)	(650,00)
(=) Resultado Operacional Bruto	24.891,72	32.891,72	36.066,72	93.850,16
(-) Despesas Operacionais				
(-) Despesas Administrativas				
(-) Luz	(150,00)	(160,00)	(175,00)	(485,00)
(-) Água	(40,00)	(45,00)	(50,00)	(135,00)
(-) Material De Limpeza	(100,00)	(97,00)	(100,00)	(297,00)
(-) Internet/Telefone	(124,98)	(124,98)	(124,98)	(374,94)
(-) Segurança/Monitoramento	(200,00)	(200,00)	(200,00)	(600,00)
(-) Salário	(550,00)	(550,00)	(550,00)	(1.650,00)
(-) Pro labore	(5.000,00)	(5.000,00)	(5.000,00)	(15.000,00)
(-) Encargos Sociais	(11.966,56)	(11.966,56)	(11.966,56)	(35.899,68)
(-) Despesas com Vendas				
(-) Marketing	(54,70)	(214,46)	(277,50)	(546,66)
(-) Despesas Financeiras				
(-) Financiamento	(2.100,00)	(2.065,00)	(2.030,00)	(6.195,00)



(=)Resultado Líquido	4.605,48	12.468,72	15.592,68	32.666,88
(=)Resultado Líquido	4.605,48	12.468,72	15.592,68	32.666,88

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Observa-se no Quadro 03 que as receitas brutas do trimestre foram: do primeiro mês foi de R\$40.000,00, do segundo mês foi de R\$50.000,00 e no terceiro mês foi de R\$55.000,00 e destes após todos os descontos e despesas sobram-se R\$4.605,48, R\$12.468,72 e R\$15.592,68 no resultado líquido do primeiro, segundo e terceiro mês respectivamente. Verificando-se assim um lucro total de R\$32.666,88.

5.3.3 Apresentação do balanço patrimonial final

O Quadro 04 apresenta a representação gráfica do patrimônio inicial da empresa Standard Ltda.

Quadro 04 – Balanço Patrimonial final

Empresa Standard Ltda.			
Balanço Patrimonial em 30/03/2017			Em R\$
Ativo		Passivo	
Ativo circulante		Passivo Circulante	
Caixa	3.000,00	Financiamentos	21.000,00
Banco	141.627,01		
Ativo não circulante		Passivo não circulante	
Móveis	2.723,01	Financiamentos	178.500,00
Eletrônicos	6.865,98		
Ferramentas	9.700,88	Patrimônio Líquido	
Segurança/Monitoramento	6.000,00	Capital social	300.000,00
Veículos	17.500,00	Lucro	32.666,88
Imóveis	350.000,00		
Ativo Total	R\$ 537.146,88	Passivo + PL Total	R\$ 537.416,88

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Observa-se através do Quadro 04 que após 3 meses de atividade e considerando o resultado acumulado do período patrimônio da empresa é de R\$537.146,88. Deste montante o investimento dos sócios foi de R\$300.000,00 e o retorno desse investimento da forma de lucros foi de R\$32.666,88, o restante dos recursos foram captados de terceiros sendo R\$210.000,00 através de financiamento.

Os recursos aplicados na atividade da empresa após 3 meses de atividade estão assim representados: R\$3.000,00 ficou no caixa, R\$141.627,01 na conta corrente da empresa. Foi necessário investir R\$25.289,87 entre móveis, eletrônicos, equipamentos e as câmeras junto com o serviço de monitoramento do espaço. Também se foi investido R\$17.500,00 em um veículo para uso empresarial e R\$350.000,00 no imóvel onde irá se localizar a empresa.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

O objetivo do estudo foi de identificar a contribuição da administração na gestão de uma empresa do segmento de gesso. Para atender o objetivo proposto foi realizada uma entrevista com o gestor de uma empresa do segmento de gesso. A partir da observação do segmento e das informações adquiridas através da entrevista foi constituída a empresa objeto deste estudo. A empresa constituída chama-se Standard, foi fundada em 02 de janeiro de 2017 e conta com 3 sócios.

Com relação as estratégias de Marketing desenvolvidas pela empresa Standard evidenciam-se que por mais que a empresa não tenha um profissional especificado para o cargo que ela continua a se preocupar com o mesmo, sendo este um de seus investimentos para que a empresa tenha mais clientes e cresça.

Já com relação aos recursos humanos, observa-se que a empresa Standard se preocupa com as políticas do mesmo como pudemos perceber. Também há uma grande preocupação com o treinamento dos seus colaboradores, para que assim haja um maior aproveitamento e melhoramento dos serviços.

Para a abertura do negócio foi necessário um investimento inicial de R\$510.000,00, sendo que R\$300.000,00 são disponibilizados pelos sócios e o restante foi captado junto a uma instituição financeira. Os recursos foram aplicados na atividade da empresa. Após três meses da atividade a empresa obteve um lucro líquido de R\$22.136,88. Portanto o balanço patrimonial final apresentou um patrimônio de R\$526.886,88.

Para melhorar os resultados da empresa no próximo trimestre recomenda-se o desenvolvimento de novas estratégias de divulgação do negócio, melhorar a qualificação dos colaboradores dando-lhes assim um maior apoio.

REFERÊNCIAS

ABOUT AMERICAN MARKETING ASSOCIATION: **Definition of marketing**. 2013. Disponível em: <<https://www.ama.org/aboutama/pages/definition-of-marketing.aspx>>

ABREU, Bruno Soares de. **Gestão Financeira ou Contabilidade?** Quais as diferenças?. Unipê, João Pessoa, 2016. Disponível em: <<http://blog.unipe.br/graduacao/gestao-financeira-ou-contabilidade-quais-as-diferencas>> Acesso em 10 de abril de 2016.

ABREU, Bruno Soares de. **O que é Gestão Financeira?**. Unipê, João Pessoa, 2017. Disponível em: <<http://blog.unipe.br/graduacao/o-que-%C3%A9-gest%C3%A3o-financeira>>.

ASSAF NETO, A., **Finanças Corporativas e Valor**. Atlas, 2003.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 4.ed. Florianópolis: *Didática (Editora da UFSC)*, 2001

CARDOSO, Felicíssimo. **Contabilidade geral**: Teoria, técnicas e procedimentos. 1.ed.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração, teoria, processo e Prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

COBRA, Marcos. **Serviços: Como construir valor para o cliente**. São Paulo: Editora Cobra, 2004.

ESPERTO, Sílvia; Ferreira, Nuno. **Gestão Financeira**: a visão geral sobre a gestão financeira.2007. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/cangovi/viso-geral-sobre-a-gestao-financeira>>.

FONSECA, José Wladimir Freitas da. **Administração Financeira e Orçamentária**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

Gestão Financeira. 2016. Disponível em: <<http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/gestao-financeira/>>.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Edição: 5.ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1999.

HOJI, Masakazu. **Administração financeiro e orçamentária**: matemática financeira aplicada - estratégias financeiras - orçamento empresarial. 11. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2014.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Marketing essencial**: conceitos, estratégias e casos. 5. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES, Wagner Luiz. **Contabilidade Introdutória**. 2.ed. Paraná: Vera Cruz, 2013.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia Científica**: um manual para a realização de pesquisas em Administração. Catalão: UFG, 2011.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Manual de contabilidade básica**: contabilidade introdutória e intermediária. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PARIKH, Jagdish. **Intuição**: A nova fronteira da administração. São Paulo: Cultrix, 1997.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**. 3.ed. Ipiranga: Loyola, 2005.

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

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey; Lamb, Roberto. **Administração Brasileira**. 10. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2015.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JORDAN, B. D., **Princípios de Administração Financeira**. 2ª Ed., Atlas, 2002.

Sá, A. Lopes de. **Administração financeira**: introdução à finança das empresas. Edição: 2.ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1977.

SANTOS, Gustavo Pereira. **O que é administração de pessoal?**. Disponível em: <<http://administracaopessoal.blogspot.com.br/2009/06/o-que-e-administracao-de-pessoal.html>>.

SILVA, Nildo. **Custos e Orçamentos na Prestação de Serviços**. São Paulo: Editora Nobel, 2004.