

A CONTRIBUIÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO DE UMA EMPRESA DO SEGMENTO DISTRIBUIDOR ATACADISTA DE AUTOPEÇAS¹

João Vitor Rossato; Lauriane Correa Félix de Moura; Lukasz Andrzej Kosvoski²
Leossania Manfroí, Cleusa Teresinha Anschau, Silviane Lawall Soares³

RESUMO

No presente trabalho abordou-se a contribuição da contabilidade na gestão de uma empresa. O profissional contábil auxilia no controle e manutenção da situação financeira da empresa, o que auxilia na sua viabilidade e funcionamento, dessa maneira, o objetivo do trabalho foi demonstrar a contribuição deste profissional, na gerencia de uma empresa do segmento distribuidor atacadista de autopeças. O estudo de campo realizado de maneira qualitativa, e com métodos de entrevista e observação, resultou na coleta de características que embasaram a criação de uma empresa fictícia, a qual atribuiu-se o nome de DistriCar Comércio e Distribuição de Autopeças LTDA. A empresa constituída atendeu as expectativas, e conseguiu estabelecer-se em sua atividade como indicado nos demonstrativos constantes no estudo. Resultando que a participação do contador é imprescindível, tanto na criação, quanto gestão financeira da empresa.

Palavras-chave: Contabilidade. Autopeças. Distribuidoras.

1 INTRODUÇÃO

O artigo trata sobre a gestão da contabilidade em uma empresa de distribuição de autopeças, e tem o objetivo de compreender a contribuição do profissional Contador neste ramo de atividade. Inicia-se o embasamento teórico com apresentação de conceitos e conteúdos sobre o tema abordado.

Para Padoveze (2014) a contabilidade é definida como o sistema de informação que controla o patrimônio de uma entidade, através do armazenamento e processamento de informações.

Segundo Schmidt (2000), o desenvolvimento da contabilidade ocorreu devido às necessidades geradas pelo início do capitalismo a partir do século XII, onde começou a se gerar um grande acúmulo de capitais, e por consequência alterando as relações de trabalho.

¹ Atividade Corporativa 2017/1, do curso de Ciências Contábeis da UCEFF.

² Acadêmicos do curso de Ciências Contábeis da UCEFF. E-mail: joaovrossato@gmail.com; laurianecorrea.felix@gmail.com; lukaszkosvoski@hotmail.com.

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

Para Lopes de Sá (2002) a importância da atuação de profissionais da área contábil dentro das empresas, se dá devido ao fato de estes poderem auxiliar na manutenção e controle da situação financeira da empresa, o que garante a sua viabilidade e funcionamento, além de utilizar de suas técnicas para fornecer o auxílio necessário para alavancar a situação patrimonial da empresa. A contabilidade contribui para a demonstração dos resultados obtidos pela empresa e sua participação no mercado (PADOVEZE, 2014).

Segundo Stern *et al.* (1996) e Berman (1996) o distribuidor atacadista caracteriza-se pela compra, adquirindo o direito de propriedade de determinados produtos, e realiza a atividade atacadista, tendo rentabilidade determinada pela diferença de custo cobrado pelo serviço de distribuição e preço de compra. Segundo a Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD), o setor cresceu 3,1% em 2015, mas apresentou uma queda real de -6,8%, porém menor que a inflação do mesmo período, faturando R\$ 218,4 bilhões no mesmo ano, garantindo uma fatia de 50,6% do mercado mercantil nacional.

No entanto, para a viabilidade do negócio, de tamanho risco e extensão, se mostra necessário planejamento eficiente para obter lucro na compra e venda de mercadorias sem qualquer transformação, somente na diferença dos valores, mantendo a competitividade frente as fabricantes destes produtos (FRANCO 1992).

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

O estudo justifica-se tendo em vista, a contabilidade como ciência, destacando a participação do profissional no mercado de trabalho, como peça essencial para o desenvolvimento de uma empresa na atualidade, da mesma forma evidenciar a função do Contador dentro de uma distribuidora, na gestão do patrimônio e subsequentes funções, pois o mesmo retém informações essenciais para o funcionamento, de forma sistematizada da empresa onde atua.

O trabalho apresenta grande importância para o conhecimento de conceitos essenciais básicos para um bom contador, evidenciar a importância e participação deste profissional nos diferentes ramos empresariais, tanto na gestão organizacional, financeira e representando-as legalmente, bem como por estudar a empresa selecionada e seu ramo de mercado, aplicando a fundamentação teórica no estudo da mesma.

2 AMBIENTE DE ESTUDO

No final século XIX, o engenheiro Karl Benz, patenteou o seu veículo de três rodas, considerado o primeiro automóvel, na concepção moderna, com a introdução do primeiro motor a combustão (ROMANZOTI, 2013).

Em 1896, existiam motores de 2 cilindros e potencial de 20 mph (H2BRASIL, 2010), onde seguiram em constante evolução. A primeira evolução aconteceu em 1902, quando Robert Bosh, patenteou a vela de ignição na Alemanha, até que surgiu o primeiro veículo com radiador, o lendário Rolls Royce (H2BRASIL, 2010).

A evolução dos carros progrediu, aceleradamente. Segundo Yazbek (2014), os veículos populares, em média variam de 1000 cilindradas (1.0), a 2000 cilindradas (2.0), de potência em cada motor, com novas tecnologias, como GPS, freios ABS, transmissão automática, e até veículos autônomos (ROMANZOTTI, 2013).

O setor de autopeças tem seu início datado juntamente com o surgimento do automóvel no final do século XIX, mais precisamente em 1914, os irmãos Dodge começaram com uma produção de peças, inicialmente para poder suprir a necessidade da época, mas com o conhecimento do ramo criaram a sua própria fábrica de veículos (H2BRASIL, 2010).

A produção de autopeças não se destina somente ao mercado produtor, mas também ao consumidor. A maior parcela do faturamento das empresas de autopeças são as montadoras de veículos novos que ocupam 61,5% do faturamento, o mercado de exportação representa 19% das vendas, e com sua menor parcela, 12%, fica o mercado de reposição (ABDI, 2008).

Para a Agencia Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI, 2008), o setor apresenta seu reestabelecimento no mercado decorrente a uma crescente industrialização produtiva e comercial, o que fez com que se tivesse um ganho importante no desenvolvimento automotivo e inovações em produtos e seus processos.

Relevante notar que o setor de autopeças é um grande consumidor de polipropileno, usando 9% da produção nacional enquanto no mundo esse número sobe para 15%. Esse uso é proveniente da busca pela redução de custos, pois seu valor de produção é significativamente menor que a do metal, e por apresentar um baixo peso, o que faz com que se tenha uma drástica redução no consumo destes veículos e assim diminuindo a emissão de gases poluentes (PETRY, 2011).

Ainda segundo ABDI (2008), o setor de autopeças no Brasil vem tendo um gradativo aumento no seu faturamento, em 2006 o setor apresentou um faturamento de US\$29,08 bilhões, já em 2007 o setor apresentou um aumento de 14,4%, faturando assim US\$34 bilhões, e com isso garantido cada vez mais a sua consolidação no mercado nacional.

Segundo o Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos (DEPEC, 2017), os fabricantes de peças são divididos em dois grupos, no primeiro grupo estão situados os fabricantes de peças voltados ao mercado fabril, que são as montadoras, dentre este grupo estão situadas algumas marcas fabricantes de peças, são elas: Bosch, Delphi, Magneti Marelli, Mahle, ZF, Visteon, Valeo, Dana, Trw, Siemens, Schaeffler, Saint-Gobain, Sabó, Pst, Plascar. Já no segundo grupo estão situados os fabricantes de peças voltadas para o mercado de reposição as quais estão situadas algumas marcas como: Radiadores Visconde, Acumuladores Moura, Quinelato, Metisa, Metalúrgica Onix, Onrom Bitron, Big Rodas, Nakayone, Knif, Metalpó, Mecaplast, Kostal, Paranoá, Icape, Haldex.

Ainda segundo DEPEC (2017), o setor de autopeças em 2015 apresentou uma grande disparidade em sua distribuição geográfica, pois o estado de São Paulo é o primeiro do ranking, com cerca de 67,7% das empresas de autopeças do país, já o estado de Santa Catarina está em quinto lugar no ranking com 4,1% destas empresas, ficando atrás dos estados de Minas Gerais, Rio Grande Do Sul e Paraná que juntos somam cerca de 20% do mercado de autopeças.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para atender o objetivo do estudo a revisão da literatura está estruturada em 4 tópicos. O primeiro apresenta conceitos básicos sobre contabilidade, o que é, qual a sua função, como surgiu e ainda os principais conceitos da contabilidade na gestão empresarial.

No segundo tópico, podemos observar aspectos sobre direito comercial e legislação societária, as possibilidades de enquadramento das empresas devidamente registradas, conceitos sobre a responsabilidade da empresa e a diferença entre sociedades e empresários individuais. No terceiro tópico, aborda-se a questão financeira de uma empresa, a função do gestor desta área, como a mesma influência diretamente no andamento de uma empresa e a importância de manter-se equilibrada as finanças de uma organização para que não corra o risco de dar resultados contrário ao desejo dos proprietários. E por último apresenta-se qual é

a importância da ética no mercado de trabalho, como ela se encaixa no ramo empresarial e sobre a administração de conflitos no ambiente empresarial.

3.1 A CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL

Para Greco e Arend (2013) a contabilidade é o que registra, estuda, interpreta e analisa os fatos financeiros e econômicos que afetam a situação patrimonial de determinada pessoa física ou jurídica. Ela tem como objetivo o estudo do patrimônio de todas as empresas, e das pessoas físicas. Ainda deve controlar e explicar as mudanças que ocorrem ao longo do período analisado, gerando assim, a informação contábil, que será base para os processos decisórios dos gestores das empresas (BAZZI, 2016).

É uma das ciências mais antigas de que temos conhecimento; desde o início da civilização encontramos apontamentos que, hoje, entendemos como contábeis. Assim, podemos afirmar, sem medo de errar, que a contabilidade existe desde que o ser humano existe e convive com outros de forma estruturada, em sociedade, mantendo relações sociais (BAZZI, 2016, p. 3).

Contabilizar surgiu da necessidade do homem de ter informações sobre seus negócios e o controle destes. Tendo base alguns dados históricos, pode-se dizer que contabilidade surgiu ainda na pré-história. Nas formas mais rudimentares já era utilizada pelos povos Incas, egípcios, dentre outros. Na história das civilizações antigas já aparecem os primeiros indícios de estudo da contabilidade, registros de cobranças e impostos, gastos com construções, interesses pelas formas de cálculos e a criação das primeiras moedas (PRIMAK, 2009).

A finalidade da contabilidade é receber e processar dados da empresa. Após fazer isso, ela elabora as demonstrações financeiras, conhecidas como relatórios. Duas de suas principais funções básicas, são a função econômica, aonde determina-se o lucro e a função administrativa, aonde controla-se o patrimônio. A informação contábil tem a finalidade de auxiliar os gestores a tomarem decisões. Isso porque elas respondem uma série de questões importantes, entre elas a rentabilidade da empresa (SANTOS, 2014).

Não só os gestores são interessados nessas informações, existem diversos agentes econômicos que são interessados nas informações contábeis. Primeiramente, temos os sócios, acionistas e investidores da organização, eles utilizam essas informações para verificar os níveis e liquidez, rentabilidade e os riscos nos investimentos. Em segundo, temos os administradores, executivos e os diretores, para estes, a informação contábil fornece

elementos necessário para a tomada de decisões quanto aos aspectos da gestão financeira e econômica no presente e no futuro. Ainda são interessados na informação contábil os fornecedores da empresa e os bancos e financeiras para a concessão de crédito, o governo para fins de tributação e as pessoas físicas para controle do patrimônio individual (ATHAR, 2005).

Outra importante função da contabilidade é a elaboração de demonstrações financeiras. Segundo Blatt (2001, p. 1) “as demonstrações financeiras de uma empresa representam o panorama mais exato de sua situação econômico-financeira”.

A análise das demonstrações financeiras ou análise econômico-financeira dos demonstrativos contábeis visa determinar a involução ou evolução das situações financeiras de uma entidade. Podem ser estudados balanços, balancetes e outros demonstrativos. No Brasil, a grande maioria dos demonstrativos se encerra de acordo com o ano civil, por motivos fiscais, as vezes em detrimento da qualidade dos saldos que, se demonstrados nas épocas de encerramento do ciclo operacional da empresa, mostrariam uma situação mais compatível com sua realidade econômico-financeira (BLATT, 2001, p. 1).

As principais de demonstrações financeiras são o balanço patrimonial; demonstração do resultado do exercício, demonstração das mutações do patrimônio líquido, demonstração do fluxo de caixa (BLATT, 2001). O balanço patrimonial é o que demonstra a situação financeira de um determinado patrimônio em uma determinada data, possibilitando o empresário a acompanhar a situação de seu empreendimento em termos de ativo e passivo. Trata-se de uma demonstração estática e deve sempre ser apresentada em comparação com os valores relativos ao exercício (LUZ, 2015).

A demonstração do resultado do exercício de acordo com Luz (2015, p. 11) “é um relatório que expressa o montante de receitas e despesas geradas em um determinado período e que, em observância ao princípio da competência, são escriturados nesse período”. Esse relatório é elaborado juntamente com o Balanço Patrimonial e os demais relatórios obrigatórios por força de lei.

3.2 DIREITO EMPRESARIAL E LEGISLAÇÃO SOCIETÁRIA

Segundo Nobrega (2015, p. 23) “o direito empresarial, desde sua origem, está vinculado às relações de comércio envolvendo circulação de mercadorias e escambo (troca)”. Antes do direito empresarial, na época em que ainda se conhecia por direito comercial, o empresário era caracterizado por realizar transações comerciais apenas como atividade

mercantil. Hoje, com o novo direito empresarial, ele se define pela pessoa que exerce profissionalmente a comercialização de bens e também de serviços. O empresário pode ser autônomo, empresário individual, ou aderir a alguma sociedade (NIARADI, 2012).

Para o exercício da atividade econômica, inclusive a atividade empresarial, é necessária a existência de uma pessoa, de um ente com personalidade, seja esse ente uma pessoa natural ou uma pessoa coletiva. A pessoa natural, conhecida por pessoa física, é a pessoa capaz de direitos e obrigações na ordem civil; quando exerce a atividade empresarial, é denominada de empresário individual. A pessoa coletiva, chamada de pessoa jurídica, é uma construção do direito (cf., por todos, Amaral, 2006, p. 280), contando com capacidade a partir do seu registro no órgão competente e, quando exerce atividade empresarial, é denominada de sociedade empresária (BRANCHIER; MOTTA, 2012, p. 19).

A sociedade empresária é a reunião de dois ou mais empreendedores e investidores para a exploração de alguma atividade econômica. As mesmas são sempre personalizadas, ou seja, são pessoas distintas dos sócios, titulares de seus próprios direitos e obrigações. Essa personalização gera três tipos de consequências, a titularidade negocial, que diz respeito as negociações jurídicas de uma empresa, a titularidade processual, que diz respeito a processos civis envolvendo sócios e a empresa, e a responsabilidade patrimonial, que é relacionada com a diferenciação entre o patrimônio da empresa e o patrimônio pessoal dos sócios (empresas Limitadas e Ilimitadas), (PINHO; PEIXOTO, 2013).

A microempresa (ME) e as Empresas de Pequeno Porte (EPP), são categorias especiais de empresas e são regulamentadas por lei. Segundo Pinho e Peixoto (2013, p. 34).

Seu objetivo foi de facilitar a constituição e o funcionamento das empresas de pequena produção, diversificando a sua contribuição para o desenvolvimento da economia e da sociedade, além de estabelecer regras mais simples para o seu funcionamento. A microempresa e a empresa de pequeno porte foram criadas por lei, e compreendem a sociedade mercantil, empresa mercantil individual ou empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI), cuja receita bruta anual, a fim de se manterem no sistema SIMPLES, periodicamente, tem seus valores fixados e corrigidos pelo Poder Público.

O microempreendedor individual (MEI) foi criado com o intuito de regularizar a situação de empresários informais, e principalmente para convencê-los que o trabalho formal é muito mais rentável do que o informal. Foi criado a partir de 1 de julho de 2009, e pelos termos da lei, considera-se microempreendedor individual aquele empresário que tem o faturamento até de R\$60.000,00 anualmente e além disso, ele fica enquadrado no regime do Simples Nacional e é isento de tributos federais. Em resumo, as principais características do MEI são: ser um empreendedor individual (sem sócios), ter faturamento mensal de até três mil

reais e na maioria dos casos se trata de uma pessoa que trabalha por conta própria e se regulariza como empresário (PINHO; PEIXOTO, 2013).

3.3 GESTÃO FINANCEIRA

Frequentemente ouvimos histórias de pessoas que têm dificuldades para administrar suas finanças, em geral, o problema não está na falta de rendimentos, mas sim, na falta de controle dos gastos. Com as empresas não é diferente, muitas são saudáveis do ponto de vista econômico, e de repente, devido ao descontrole das finanças, acabam falindo. Saber gerenciar com competência o fluxo de recebimento e pagamento é algo fundamental para a sobrevivência de qualquer entidade. O maior desafio da gestão financeira das empresas, é a tomada de decisões, ou seja, aquilo que pode afetar a entidade a longo prazo (ANDRICH; CRUZ, 2013).

A gestão financeira não somente serve para evitar que uma empresa vá a falência por má administração do capital, mas também tem a função de fazer a análise para realizar investimentos financeiros e a captação de recursos de terceiros. Orçamento de capital é o nome dado ao processo de decidir quando é viável a aquisição de ativos a longo prazo. Existem vários métodos e técnicas que são utilizados para auxiliar nessa tomada de decisões. Um dos maiores critérios avaliados é baseado na capacidade de gerar fluxos de caixa futuros, ou seja, de gerar renda econômica (SAMANEZ, 2007).

Assim, as alternativas de investimento podem ser comparadas somente se as consequências monetárias forem medidas em um ponto comum no tempo e, como as operações de investimento ou financiamento tem por característica um espaçamento dos fluxos de caixa ao longo do tempo, os critérios de avaliação econômica devem considerar sua atualização (SAMANEZ, 2007, p. 178).

Existem alguns métodos de avaliação de investimentos, entre eles, podemos citar o Método do Presente Valor Líquido, que é possível quando queremos comparar o fluxo de caixa de uma empresa, seu lucro, e o investimento que foi feito para dar início à aplicação. O Método da Taxa Interna de Retorno que é um desenvolvimento do método anterior, mas com enfoque na taxa de custo do capital (WAKAMATSU, 2012).

Cabe também ao gestor financeiro tomar as decisões, além de investimentos, os financiamentos, determinar quais tipos de recursos financeiros serão utilizados pela empresa e

como eles serão captados. Essas decisões podem ser facilmente visualizadas analisando o balanço patrimonial da empresa (GITMAN, 2004).

Uma das formas de pagamento dos recursos captados consiste no sistema de amortização. Quando falamos deste sistema, em princípio devemos pensar no sistema de parcelamento. Segundo Wakamatsu (2012, p. 57) “todas as parcelas em questão são compostas por dois elementos: os juros que incidem na operação, e uma contribuição efetiva para a redução de débitos”. Apesar de uma série de parcelas terem o mesmo valor, não é correto afirmar que elas têm a mesma taxa de juros, pois a dívida, quando paga a primeira parcela, é obviamente maior que a penúltima. E enfim, podemos chamar de amortização o segmento de uma parcela que vai se findar na liquidação da dívida. Também é importante levar em consideração que o cálculo da amortização tem variáveis como a inflação, taxas e outros componentes que costumam aparecer nas relações entre clientes e instituições bancárias por exemplo (WAKAMATSU, 2012).

3.4 A CONTRIBUIÇÃO DA ÉTICA NO MERCADO DE TRABALHO

Certamente, todo mundo em algum momento de sua vida já ouviu falar sobre ética em situações do cotidiano, inclusive em conversas informais. Podemos entender ética como o conjunto de princípios de conduta que orientam o comportamento de uma pessoa ou grupo e também como um ramo do conhecimento filosófico. A palavra ética possui sua origem do grego “*ethos*” que significa “maneira de agir” ou índole, seu significado é muito próximo ao de moral, e no campo da filosofia o termo é usado para definir o estudo dos padrões de julgamentos morais. Muitas vezes estes dois termos são confundidos, pois ambos remetem a formas de agir que são consideradas desejáveis nas sociedades (MATTAR; ANTUNES, 2013).

Na sociedade contemporânea que vivemos, a ética está também bastante presente no mercado de trabalho e nas relações profissionais. As empresas em geral têm a necessidade de desenvolver-se de tal forma que a ética é atrelada a conduta de seus funcionários, os valores, e os princípios da organização se tornem parte da sua cultura. A ética profissional constrói ou destrói a imagem de uma empresa, e adotando uma conduta ética pode-se consagrar valor a imagem da empresa. O exemplo ético deve partir do líder de uma empresa, que deve fazer com que seus funcionários sigam essa conduta dentro da empresa. A atuação de uma empresa

baseada em princípios éticos é também, uma das responsabilidades sociais da empresa (MARQUES, 2010).

Mesmo que o tempo passe, os temas que envolvem a ética no mundo dos negócios sempre continuam com uma característica em comum, seja na maneira de lidar com os clientes até os métodos que a empresa adotará para se expandir, e ainda assim, existem pessoas que ignoram isso visando resultados financeiros para a organização. Não só na área empresarial, o ser humano tem uma tendência a buscar pela vitória, e isso muitas vezes envolve competir com outras pessoas. O mercado exige que para a sobrevivência de uma organização que busque ter vantagens sobre os seus concorrentes, e isso acaba colocando a prova a ética das pessoas em uma organização (MATTAR; ANTUNES, 2013).

Uma das alternativas de lidar com esse tipo de situação, é pensar se alguém além de mim, pode ser prejudicado com isso. De acordo com vários estudiosos da ética empresarial não fazer mal ao outro é o mínimo esperado do ser humano. O uso dessa pergunta e tendo em vista o que diz a ética empresarial, seria o mínimo para que as pessoas não aceitassem usar de métodos desonestos e desonrosos dentro de uma empresa (MATTAR; ANTUNES, 2013).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

É através da metodologia científica, que o estudante faz a sua iniciação científica, e seus objetivos enquanto disciplina, são muito importantes por desenvolverem a capacidade de observar, de relacionar e organizar cientificamente os fatos (CIRIBELLI, 2003).

O objetivo do estudo é identificar a contribuição da contabilidade na gestão de uma empresa do segmento de distribuição atacadista de autopeças. Portanto, quanto aos procedimentos metodológicos, o método científico utilizado foi o indutivo. O nível de pesquisa foi a descritiva e o delineamento foi o estudo de campo.

Utilizou-se do método indutivo, que procura partir da coleta de dados particulares e após generalizar de forma a obter um conceito sobre o fato estudado, este método busca conhecer os fatos e fenômenos a partir de observações (GIL, 2014).

O nível de pesquisa descritivo, segundo Gil (2014, p. 28) “tem por objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis”.

Com relação ao delineamento, o estudo classifica-se como estudo de campo. Segundo Figueiredo *et al.* (2012), o estudo de campo é o aprofundamento do conhecimento da realidade de um determinado tema, este estudo é baseado na observação das atividades do fenômeno estudado.

O instrumento de coleta de dados utilizado, foi a entrevista e observação. A entrevista foi realizada com o proprietário da empresa Impave Distribuidora de Autopeças Ltda, localizada no município de Chapecó. A entrevista foi realizada com base em um roteiro estruturado no mês de maio de 2017.

Entrevista para Marconi e Lakatos (2010, p.178) é “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional”.

A observação em relação as práticas de gestão adotadas pela empresa Impave Distribuidora de Autopeças Ltda foram realizadas pelos pesquisadores no mês de maio de 2017. Ainda, segundo Marconi e Lakatos (2010) o método pela observação, auxilia o pesquisador a identificar e a obter provas a respeito de objetivos por meio dos sentidos, na obtenção de determinados aspectos da realidade, não apenas ouvindo, mas também examinando fatos e fenômenos.

A população da pesquisa está representada pelas empresas do segmento de distribuição atacadista de autopeças. Conforme Parente, (2005 apud Figueiredo, et al. 2014, p. 42), “[...] população são todos os membros de um grupo definido de pessoas ou itens.

A amostra está representada pela empresa Impave Distribuidora de Autopeças Ltda. Segundo, Parente, (2005 apud FIGUEIREDO, et al., 2014, p. 42), “[...] amostra é a porção de uma população pré-definida”. De forma não-probabilística por conveniência. Figueiredo, et al., (2014, p. 43), explica que a amostra não-probabilística por conveniência se dá da seguinte forma: “A amostra é escolhida da forma mais conveniente para o pesquisador, mais utilizada para pré-teste”. Para a análise e interpretação de dados a técnica utilizada foi a qualitativa, baseia-se em compreender e classificar, os processos dinâmicos vividos por grupos sociais, e suas peculiaridades por meio de seu comportamento, para então descrever sua complexidade.

5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para atingir os objetivos da pesquisa, aplicou-se uma entrevista ao gestor da empresa e realizada observação. Assim, analisa-se e interpreta-se os dados conforme descrição nos quatro tópicos abaixo, onde o primeiro trata das características da empresa ora estudada, sua localização e a entrevista realizada com o seu gerente. O segundo traz as características da empresa fictícia criada com base nas informações colhidas tanto na entrevista como na observação. O terceiro aborda os investimentos necessários, por parte dos sócios, para abertura da empresa. E por fim o quarto, onde o dinheiro integralizado foi aplicado, para a constituição da empresa fictícia, seu balanço inicial, demonstração de resultado e balanço final.

5.1 ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA OBSERVADA

A empresa do ramo de distribuição atacadista de autopeças, abordada neste estudo, tem como denominação social no nome de IMPAVE DISTRIBUIDORA DE AUTO PEÇAS LTDA, fundada em abril de 2004, na cidade de Chapecó/SC, tendo o objetivo de atender a região com distribuição de peças para veículos nacionais e importados, vans, utilitários e peças para motores de diversas marcas nacionais. Atualmente atende clientes nas regiões próximas e diversas regiões do país (IMPAVE, 2017).

Um questionário foi aplicado a um dos sócios e gerente da empresa estudada, em forma de entrevista gravada, com intuito de observar a forma como a empresa é constituída, regime tributário adotado, quais ações que a empresa utiliza para a divulgação, como é feita a formação de preços, prazos e quais impostos são os mais onerosos.

A empresa é constituída por dois sócios, um em questão foi o entrevistado, constituindo uma sociedade limitada, em regime tributário de lucro presumido, e está no mercado a treze anos, comercializando peças novas nacionais e importadas da linha de motores, suspensão e freio para todo o Brasil, mas principalmente região Sul, para aplicadores (oficinas, montadoras) e distribuidores.

A divulgação é feita pela internet, site, panfletos e telefone, formando preços conforme os custos, vendendo em grande maioria a prazo em forma de boleto bancário. Os tributos que mais oneram são a Contribuição para o Programa de Integração Social - PIS, a Contribuição para fins sociais - COFINS, Imposto de Renda - IRPJ, Contribuição Social - CSLL e Imposto sobre circulação de bens e serviços - ICMS, dentre outros.

5.2 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA CONSTITUÍDA

A empresa objeto de estudo possui a forma empresarial, constituída como sociedade por cotas de responsabilidade limitada. Pois possui no final do seu nome a expressão limitada. É isso que define a sua forma empresarial. Quanto ao nome a empresa chama-se DistriCar Comércio e Distribuição de Autopeças LTDA, este é o nome empresarial registrado para fins comerciais e tributários, sua atuação no comércio é, no entanto, com o nome fantasia de DistriCar LTDA.

O nome empresarial nesse caso enquadra-se como denominação social, porque utiliza de um nome criado, sem qualquer vinculação com o nome ou sobrenome dos sócios. O contrato social da empresa observada encontra-se no Apêndice A deste estudo.

Observa-se no contrato social que a empresa é administrada pelo próprio sócio encarregado, Lukasz Andrzej Kosvoski. A contabilidade da empresa é externa. A empresa está localizada na Avenida Fernando Machado, Bairro Centro, na cidade de Chapecó, SC. Atua no ramo de comércio e distribuição de autopeças com enfoque em peças para suspensão e motor. A empresa pretende atingir seu público por meio de representantes comerciais terceirizados, que recebem comissão acerca de suas vendas e também com um vendedor interno para atendimento aos clientes que visitam a empresa. A mercadoria será entregue aos clientes por meio de transportadoras. A DistriCar tem como principal missão distribuir mercadorias com qualidade e transparência aos seus clientes e valoriza o bom relacionamento com os mesmos e com seus funcionários.

Seus principais clientes são, em grande parcela as oficinas mecânicas de toda a região Oeste, e uma pequena parte é composta por consumidores finais que são atendidos na empresa por um vendedor interno. Entre os fornecedores, destacam-se: Acumuladores Moura, Quinelato, Metisa, Metalúrgica Onix, Onrom Bitron, Big Rodas, Nakayone, Knif, Metalpó, Mecaplast, Kostal, Paranoá, Icape, Haldex.

5.3 RECURSOS E INVESTIMENTOS INICIAIS

Para a abertura da empresa DistriCar foi necessário um investimento total de R\$720.000,00, onde R\$600.000,00 foi integralizado pelos sócios e R\$120.000,00 foram financiados pelo banco BNDES.

5.4 REGISTRO DO PATRIMÔNIO E RESULTADO TRIMESTRAL

5.4.1 Apresentação do balanço patrimonial inicial

No Quadro 01 tem-se a representação gráfica do patrimônio inicial da empresa DistriCar LTDA.

Quadro 01 – Balanço Patrimonial inicial

Empresa DistriCar Ltda		Balanço Patrimonial em 01/01/2017		Em R\$
Ativo		Passivo		
Ativo circulante		Passivo Circulante		
Caixa	40.000,00	Financiamentos		60.000,00
Banco	98.760,00			
Estoque	201.240,00			
Ativo não circulante		Passivo não circulante		
Ponto Comercial	300.000,00	Financiamentos		60.000,00
Móveis e Equipamentos	40.000,00			
Veículo	40.000,00	Patrimônio Líquido		
		Capital social		600.000,00
Ativo Total	720.000,00	Passivo + Patrimônio Líquido Total		720.000,00

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Observa-se no Quadro 1 que no início das atividades o patrimônio inicial foi de R\$720.000,00. Deste montante R\$600.000,00 foi investido pelos sócios e o restante foi captado através do banco BNDES a uma taxa de 7% a.a. em um prazo de pagamento de 24 meses, calculados no sistema SAC de amortização.

Com o montante originado da integralização R\$120.000,00 dele ficou no caixa e R\$500.000,00 ficou no banco. Esses recursos foram aplicados em investimentos iniciais para a abertura desta empresa, onde R\$300.000,00 foi na compra de um ponto comercial, tendo como base o preço de um barracão em sites de venda de imóveis, pago à vista com dinheiro do banco, também foi investido R\$ 201.240,00 em mercadorias para o estoque visando atender a demanda inicial da região, R\$40.000,00 foram investidos na compra de móveis e equipamentos para escritório, e armar a estrutura do depósito para comportar o estoque, que estão disponíveis no Apêndice F, e um Veículo no valor de R\$40.000,00, pago à vista com

dinheiro do caixa, sobrando então R\$ 40.000,00 no Caixa, e R\$ 98.760,00 no Banco, esses valores totalizam o balanço patrimonial inicial da empresa DistriCar LTDA.

5.4.2 Apresentação do DRE do resultado

O Quadro 02 apresenta o resultado das atividades econômicas da empresa observadas no primeiro trimestre.

Quadro 02- Demonstração do resultado trimestral

Empresa DistriCar				Em R\$
Demonstração do Resultado				
Demonstração de Resultado	Janeiro/2017	Fevereiro/2017	Março/2017	Acumulado no trimestre
(=) Receita Bruta de Vendas	381.035,00	380.630,00	383.090,00	1.144.755,00
(-) Impostos sobre vendas	(81.160,46)	(81.074,19)	(81.598,17)	(243.832,82)
(-) ICMS (12%)	(45.724,20)	(45.675,60)	(45.970,80)	(137.370,60)
(-) Pis (1,65%)	(6.287,08)	(6.280,40)	(6.320,99)	(18.888,46)
(-) Cofins (7,6%)	(29.149,18)	(29.118,20)	(29.306,39)	(87.573,76)
(=) Receita Líquida de Vendas	299.874,55	299.555,81	301.491,83	900.922,19
(-) Custo da Mercad. Vendida	(77.790,00)	(105.069,00)	(95.014,00)	(277.873,00)
(=) Resultado Bruto	222.084,55	194.486,81	206.477,83	623.049,19
(-) Despesas Operacionais	(89.519,68)	(89.267,00)	(89.560,12)	(268.346,80)
(-) Despesas Administrativas	(9.057,40)	(8.966,40)	(9.077,40)	(27.101,20)
(-) Desp. com salários	(3.077,40)	(3.077,40)	(3.077,40)	(9.232,20)
(-) Desp. com energia	(1.190,00)	(1.099,00)	(1.210,00)	(3.499,00)
(-) Desp. com telefone	(520,00)	(520,00)	(520,00)	(1.560,00)
(-) Desp. com internet	(120,00)	(120,00)	(120,00)	(360,00)
(-) Desp. com mat. exped.	(80,00)	(80,00)	(80,00)	(240,00)
(-) Desp. com terceirizados	(4.070,00)	(4.070,00)	(4.070,00)	(12.210,00)
(-) Despesas com Vendas	(59.783,80)	(59.735,20)	(60.030,40)	(179.549,40)
(-) Desp. com salários	(12.309,60)	(12.309,60)	(12.309,60)	(36.928,80)
(-) Desp. com combustível	(450,00)	(450,00)	(450,00)	(1.350,00)
(-) Desp. com marketing	(1.300,00)	(1.300,00)	(1.300,00)	(3.900,00)
(-) Desp. com terceirizados	(45.724,20)	(45.675,60)	(45.970,80)	(137.370,60)
(-) Encargo Financ. Líquido	(678,48)	(650,21)	(621,94)	(1.950,63)
(-) Desp. Financ.	(678,48)	(650,21)	(621,94)	(1.950,63)
(=) Resultado antes CSLL/ IRPJ	152.564,87	125.135,00	136.748,09	414.447,96
(-) CSLL (9%)	(13.730,84)	(11.262,15)	(12.307,33)	(37.300,32)
(-) IRPJ (15%)	(22.884,73)	(18.770,25)	(20.512,21)	(62.167,19)
(=) Resultado Líquido	115.949,30	95.102,60	103.928,55	314.980,45

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

De acordo com o Quadro 2, observar-se que nos primeiros três meses de atuação da empresa DistriCar LTDA tivemos resultados satisfatórios. O valor das vendas brutas de todos os meses girou na faixa dos R\$380.000,00, o que possibilitou cobrir as despesas com impostos, despesas operacionais, despesas administrativas, despesas com as vendas, pagar os

juros do financiamento que foi feito para abertura da empresa e ainda assim no resultado líquido obtivemos saldos positivos.

De impostos incidiram, 12% de ICMS, 1,65% de Pis e ainda 7,6% de Cofins. Observa-se que no primeiro mês o Resultado Bruto da empresa foi o maior, e no segundo mês de atuação o valor de Resultado Bruto foi o menor de todos, isso se dá, pois no primeiro mês, foram compradas poucas mercadorias para reposição de estoque, o que se tornou perceptível no segundo mês, onde foi necessário repor uma quantia maior, devido à grande demanda de mercado, sendo assim no terceiro mês foi possível estabelecer uma média de acordo com a demanda, voltando assim ao seu ritmo normal no terceiro mês.

Ainda no Quadro 2 podemos observar que durante estes meses tivemos gastos com despesas administrativas, que são despesas que servem para manter o bom funcionamento físico da empresa. Despesas com vendas, onde entram os funcionários, e os representantes comerciais auxiliando a empresa realizar as vendas externamente, recebendo 2% de comissão sobre a Receita Bruta de Vendas da empresa. O lucro obtido pela empresa após o pagamento de 9% de CSLL e 15% de IRPJ abrange o esperado para a empresa faturar a faixa de R\$1.000.000,00 anual conforme proposto, e o valor uma parte foi destinada a pró-labore dos sócios.

5.4.3 Apresentação do balanço patrimonial final

O Quadro 03 apresenta a representação gráfica do patrimônio final da empresa DistriCar LTDA

Quadro 03 – Balanço Patrimonial final

Ativo		Passivo	
Ativo circulante		Passivo Circulante	
Caixa	94.980,15	Financiamentos	60.000,00
Banco	391.272,30		
Estoques	153.728,00		
Ativo não circulante		Passivo não circulante	
Ponto Comercial	300.000,00	Financiamentos	45.000,00
Móveis e Equipamentos	40.000,00		
Veículos	40.000,00	Patrimônio Líquido	
		Capital social	600.000,00
		Lucro Acumulado	314.980,45
Ativo Total	1.019.980,45	Passivo + Patrimônio Líquido Total	1.019.980,45

Fonte: Dados da pesquisa (2017).

Observa-se através do Quadro 03 que após 3 meses de atividade considerando o resultado acumulado do período, o patrimônio da empresa é de R\$1.019.980,45. Deste montante o investimento dos sócios foi de R\$600.000,00 e o retorno deste investimento da forma de lucros foi de R\$314.980,45. Os restantes dos recursos foram levantados de terceiros sendo já liquidados R\$15.000,00 dos R\$120.000,00 captados em empréstimo, faltando assim os R\$ 105.000,00 representados no balanço como passivo circulante e não circulante. Os recursos aplicados na atividade da empresa após 3 meses de atividade estão assim representados: R\$98.760,00 ficou no caixa, R\$309.573,81 na conta corrente da empresa e R\$153.728,00 em estoques além dos R\$ 300.000,00 do ponto comercial, R\$40.000,00 em móveis e equipamentos e R\$40.000,00 em um automóvel.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Percebe-se que ao final dos três meses como já citado, a empresa atingiu a sua meta de lucro o que pode ser percebido nas demonstrações de maneira satisfatória, alcançando os seus objetivos de atender toda a região oeste com uma equipe composta por vendedores em loja física e através de seus representantes comerciais, que foram essenciais para a obtenção dos resultados presentes na DRE.

O principal objetivo do trabalho em questão foi demonstrar a importância da contabilidade, na gestão empresarial, através de um estudo de campo, do ramo distribuidor atacadista de autopeças. A empresa ora entrevistada foi a IMPAVE LTDA, localizada na cidade de Chapecó/SC, e serviu como base para a observação das características do ramo, e como modelo para a construção de uma empresa fictícia.

O estudo realizado, na empresa observada, nos auxiliou a entender como uma empresa é constituída, a gerenciar contabilmente os bens direitos e obrigações, e verificar nos balanços e demonstração de resultado a complexidade e importância de cada investimento, realizado no âmbito empresarial.

Os dados foram criados de forma fictícia, baseados na observação da empresa estudada, almejando a maior veracidade possível, na sua apuração e aplicação, alcançando assim o resultado desejado. As dificuldades se apresentaram devido à complexidade dos detalhes e as relações que influenciam na tomada de decisão da empresa, que devem ser consideradas para a construção e subsistência da empresa.

Observou-se através das informações apresentadas no artigo, como uma empresa do ramo distribuidor atacadista de autopeças pode ser constituída de forma fiscal e administrada de forma gerencial, percebem-se a importância e contribuição da contabilidade na gestão de uma empresa do segmento de distribuição atacadista de autopeças.

REFERÊNCIAS

ABAD. **Ranking ABAD, o mais completo retrato do segmento atacadista distribuidor brasileiro**. Disponível em: <http://www.abad.com.br/ds_ranking.php>. Acesso em: 25 mar. 2017.

ABDI - AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Relatório de Acompanhamento Setorial: Autopeças**, 2008. Disponível em: <<http://www.abdi.com.br/Estudo/autopeças.pdf>> Acesso em: 04 de abr. 2017.

ANDRICH, Emir Guimarães; CRUZ, June Alisson Westarb. **Gestão Financeira Moderna, uma abordagem prática**. Curitiba: Intersaberes. 2013.

ANTUNES, Maria Thereza Pompas. **Ética**. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2012.

ATHAR, Raimundo Aben. **Introdução à Contabilidade**. São Paulo: Prentice Hall. 2005.

BERMAN, Barry. **Marketing Channels**. John Wiley & Sons Inc, 1996.

BAZZI, Samir. **Contabilidade Intermediária**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016.

BLATT, Adriano. **Análise de Balanços: Estruturação e Avaliação das Demonstrações Financeiras e Contábeis**. São Paulo: MAKRON Books. 2001.

BRANCHIER, Alex Sander Hostyn; MOTTA, Fernando Previdi. **Direito empresarial**. Curitiba: Intersaberes. 2012.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. **Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003.

DEPEC - DEPARTAMENTO DE PESQUISAS E ESTUDOS ECONÔMICOS. **Autopeças**. Disponível em: <https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_autopecas.pdf> Acesso em: 09 de Abr. 2017

FIGUEIREDO, Anelice Maria Banhara, et al. **Pesquisa Científica e trabalhos acadêmicos**. 2ª ed. Chapecó: UCEFF, 2014.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade Comercial**, São Paulo: Atlas, 1992.

- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed., São Paulo: Atlas, 2014.
- GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração Financeira**. 10º ed. São Paulo: Addison Wesley. 2004.
- GRECO, Alvisio; AREND, Lauro. **Teoria da Contabilidade**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.
- H2BRASIL. **Breve história da evolução do automóvel**, 2010. Disponível em: <<http://www.h2brasil.com/parte-1/cap-tulo-1-a-evolu-o-do-autom-vel>> Acesso em: 08 de Abr. 2017.
- IMPAVE. **Sobre Nós**. Disponível em: <https://impave.com.br/index.php?_route_=sobre-nos> Acesso em: 08 de abr. 2017.
- LOPES DE SÁ, Antônio. **Curso de auditoria**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- LUZ, Érico. **Análise e Demonstrações financeiras**. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2015.
- MARCONI Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª ed, São Paulo: Atlas, 2010.
- MARQUES, Wagner Luis. **Ética no Trabalho**. 1º ed. Cianorte: 2010.
- MATTAR, João; ANTUNES, Maria Thereza Pompas. **Filosofia e Ética**. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2014.
- NIARADI, George Augusto. **Direito empresarial**. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2012.
- NOBREGA, Camile Silva. **Direito Empresarial e Societário**. Curitiba: Intersaberes. 2015.
- PADOVEZE, Clóvis Luis. **Manual da Contabilidade Básica: contabilidade introdutória e intermediária**, 9ª Edição. São Paulo: Atlas, 2014.
- PETRY, André. **Mercado Brasileiro de Polipropileno com Ênfase no Setor Automobilístico**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. 20 p. Tese (TCC) – Departamento de Engenharia Química, Escola de Engenharia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- PINHO, Themistocles; PEIXOTO, Álvaro. **O registro público das empresas mercantis**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos Editora. 2013.
- PRIMAK, Fábio Vinícius. **Infortabilidade: A Contabilidade na Era da Informática**. Editora Ciência Moderna. 2009.
- ROMANZOTI, Natasha. **Quem inventou o carro?** 2013. Disponível em: <<http://hypescience.com/quem-inventou-o-carro/>> acesso em: 05 de abr. 2017.

SAMANEZ, Carlos Patrício. **Gestão de investimentos e geração de valor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2007.

SANTOS, Antônio Sebastião dos. **Contabilidade**. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2014.

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

STERN, L.; EL ANSARY, A.I.; COUGHLAN. **Marketing Channels**. 5th. Edition, Prentice Hall, 1996.

WAKAMATSU, André. **Matemática Financeira**. São Paulo: Pearson. 2012.

YAZBEK, Priscila. **Carro 1.0 ou 2.0? Avalie o custo-benefício de cada motor**, 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/carro-1-0-ou-2-0-avalie-o-custo-beneficio-de-cada-motor/>> Acesso em: 08 de abr. 2017.

