

eHUMANIT@S

Revista Eletrônica dos áreas Sociais e Humanas do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Araçatuba (São Paulo)

ISSN 2527-1466



2018 - nº 3

1º Semestre

ADMINISTRACAO

A Bovinocultura de Corte e Sua Importância Econômica Frente ao PIB do Agronegócio

Cutting beef cattle and its economic importance in relation to agrobusiness GDP

Isabela Nubiato da Costa¹
Lirislei Boraschi Lopes²
Marcelo Gilberti Vuolo³
Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

Atualmente, o agronegócio brasileiro aumentou sua participação no Produto Interno Bruto (PIB), atingindo a marca de 23%, permanecendo assim em constante crescimento, enquanto o PIB nacional encontra-se em constante retração desde 2013. O agronegócio é considerado a locomotiva da economia brasileira e dentro deste setor destaca-se a bovinocultura de corte, a qual, devido sua importante participação econômica, a mesma foi responsável por 30% do PIB total do país em 2016. No ranking mundial, o Brasil classifica-se em segunda colocação dentre os maiores rebanhos bovinos mundiais e maiores produtores de carne bovina. O país é forte concorrente quando se trata de bovinocultura e ainda possui grande potencial de exploração para que os resultados sejam cada vez mais satisfatórios com o passar dos anos. O objetivo do estudo foi destacar a importância da bovinocultura de corte frente ao agronegócio brasileiro. A metodologia adotada foi a revisão bibliográfica e um estudo de caso com os dados divulgados pela empresa Galu Agropecuária, de Juscimeira-MT.

Palavras-Chave: Agronegócio, Bovinocultura de Corte, PIB.

ABSTRACT

Currently, Brazilian agribusiness has increased its share of the national product (GDP), reaching the mark of 23%, thus remaining in constant growth while the national GDP has been in constant decline since 2013. Agribusiness is considered the locomotive of the Brazilian economy and within this sector, it is important to mention beef cattle because of its important economic participation, which was responsible for 30% of the country's total GDP in 2016. In the world ranking, Brazil ranks second among the largest cattle herds in the world and major producers of beef, the country is a strong competitor when it comes to beef and veal and still has great potential for exploitation so that the results are increasingly satisfactory over the years.

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

³ Zootecnista, Mestre em Produção, Especialista em Gestão Agroindustrial, Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

Keywords: Agribusiness, Beef Cattle, GDP.

Introdução

Neste artigo foram abordados os principais aspectos envolvidos na bovinocultura de corte e sua importância econômica frente ao PIB do agronegócio, uma vez que o setor é considerado a locomotiva da economia, sendo o maior gerador de empregos e responde por mais de 40% das exportações totais brasileiras, é considerado moderno, eficiente e competitivo, e próspero, que movimenta significativamente a economia do país.

O artigo teve como objetivo geral analisar a importância da bovinocultura de corte frente ao agronegócio. E como objetivos específicos, traçar um perfil histórico da pecuária de corte brasileira e de seus arranjos setoriais e aportar as principais tendências para o agronegócio com ênfase na pecuária de corte.

O pressuposto teórico da pesquisa é de que a pecuária de corte somada às demais cadeias do agronegócio tem importante função na geração de divisas e na formação no produto interno bruto, uma vez que além de proverem o mercado interno são líderes mundiais em diversos segmentos exportadores. O Brasil possui vocação natural para o agronegócio devido às suas características e diversidades, com isso detém o segundo maior rebanho bovino mundial ficando atrás apenas da Índia. O artigo tratou do contexto e importância do agronegócio aliado à bovinocultura de corte, fundamentando todo seu perfil histórico e principais tendências futuras.

Realizou-se o estudo de caso através de dados divulgados pela empresa Galu Agropecuária sobre a viabilidade de confinamento de bovinos nos anos de 2014 e 2016.

Agronegócio: Definição

John Davis e Ray Goldberg professores da Universidade Harvard nos Estados Unidos da América lançaram um novo conceito para que fosse possível entender a nova realidade da agricultura, criando assim o termo *Agribusiness* e o definindo como:

[...] o conjunto de todas as operações e transações envolvidas desde a fabricação dos insumos agropecuários, das operações de produção nas unidades agropecuárias, até o processamento e distribuição e consumo dos

Sendo assim, o agronegócio se responsabiliza pela integração de diversos setores da economia brasileira que estão diretamente ligados aos produtos e subprodutos decorrentes da atividade agrícola ou pecuária desde a montante da cadeia representada pelas empresas de insumos necessários à produção, setor de produção e jusante; processadora, beneficiadora e distribuidora, possibilitando a confecção de roupas, a elaboração de produtos de higiene pessoal, e principalmente o produto *in natura* que chega a mesa dos brasileiros diariamente.

Todos esses elos são acolhidos por uma infraestrutura de apoio a qual possibilita que a operação seja normatizada, tenha infraestrutura básica necessária e principalmente que possua instituições governamentais ou não, ligadas à pesquisa e consequentemente à melhoria dos indicadores de produtividade e melhoramento.

As cadeias do agronegócio possuem grande representatividade para o mercado nacional seja ele interno ou externo e eleva o Brasil às posições superiores no ranking de fornecedores de matéria-prima ou produtos acabados em escala mundial, consequentemente essa participação eleva os indicadores relacionados à geração de riquezas e divisas como o Produto Interno Bruto - PIB e atividade econômica, investimentos e geração de empregos.

Quanto a esse último, observa-se que dados da Confederação Nacional da Agricultura – CNA e do Centro de Pesquisas Econômicas e Agropecuária - CEPEA (2017) que o agronegócio foi responsável por mais de dezenove milhões de empregos diretos e indiretos em 2016 gerando um acréscimo de setenta e cinco mil vagas, ou seja, um crescimento de 0,39%. Irrisório se analisado fora de um contexto geral (macroeconômico) visto que em igual período o Brasil extinguiu mais de seiscentos e oitenta e três (683) mil vagas.

Segundo dados divulgados pela Perfarm (2017), o Agronegócio brasileiro aumentou sua participação no Produto Interno Bruto - PIB, alcançando a marca de 23%. O fato é também reflexo do constante crescimento do PIB do agronegócio, frente à retração do PIB nacional desde 2013. A uma estimativa de que, ao final do ano de 2016, o agronegócio tenha crescido cerca de 3%, frente a 3,3% negativos do PIB nacional no mesmo período (CNA, 2017). Assim sendo, o agronegócio sustenta

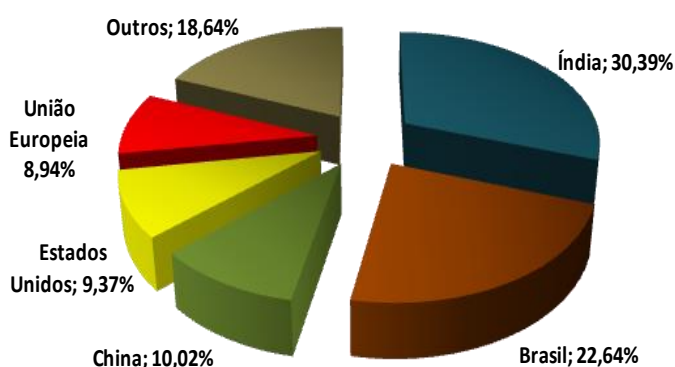
a economia do país, representando atualmente 48% (quarenta e oito) das exportações brasileiras, cujos destaques são o complexo de soja, setor de carnes e o setor sucroalcooleiro (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA - CNA, 2016).

Importância da Bovinocultura de Corte

Segundo Formigoni (2017), cinco países são responsáveis por aproximadamente 70% do rebanho bovino do planeta, os quais, em ordem decrescente, são: Índia, Brasil, China, Estados Unidos e União Europeia, conforme mostra a Tabela 1 e Gráfico 1.

Tabela 1 e Gráfico 1 – Distribuição dos maiores rebanhos de bovinos – Mundo

Rebanho bovino em milhões de cabeça (Mundo 998,31)			
RANKING	País	2017	%
1º	Índia	303,35	30,39%
2º	Brasil	226,03	22,64%
3º	China	100,08	10,02%
4º	Estados Unidos	93,50	9,37%
5º	União Europeia	89,25	8,94%
	Outros	186,10	18,64%
	Mundial	998,31	100,00%



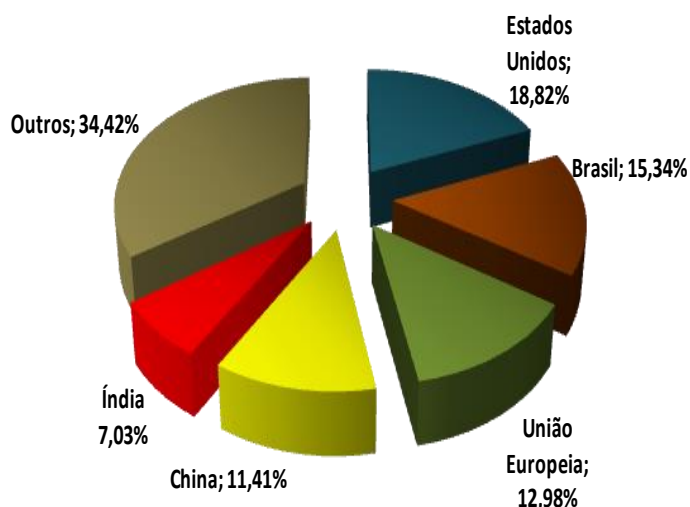
Fonte: Formigoni (2017).

De acordo com Formigoni (2017), com relação à produção e processamento comercial de carne bovina, tem-se que 40% (quarenta) da produção mundial é distribuída somente em 05 países (tabela 2 e gráfico 2) sendo em ordem decrescente: Estados Unidos, Brasil, União Europeia, China e Índia

O Brasil é um forte concorrente quando se trata de bovinocultura e ainda possui grande potencial de exploração para que os resultados sejam cada vez mais satisfatórios com o passar dos anos. Segundo informações divulgadas pela Conferência da Cadeia da Carne Bovina (2009, p.1), *a importância de tal segmento da cadeia produtiva de carne bovina é explicada pelo seu diferenciado poder de negociação dos preços, eis que está em maior proximidade com o consumidor de carnes em relação aos demais integrantes da cadeia*. Desta forma, toda a cadeia se organiza sob influência direta das decisões da indústria frigorífica, e é remunerada em conformidade com a valorização do mercado consumidor.

Tabela 2 e Gráfico 2– Distribuição dos maiores produtores de bovinos – Mundo

Produção de carne bovina em milhões de toneladas (Mundo 60,48)			
RANKING	País	2017	%
1º	Estados Unidos	11,38	18,82%
2º	Brasil	9,28	15,34%
3º	União Europeia	7,85	12,98%
4º	China	6,90	11,41%
5º	Índia	4,25	7,03%
	Outros	20,82	34,42%
	Mundial	60,48	100,00%



Fonte: Formigoni (2017)

A cadeia da carne bovina tem importante participação na economia brasileira. Do PIB total do agronegócio em 2016, de cerca de R\$1,425 trilhões (BEEFWORLD, 2017) onde a cadeia da pecuária de corte representou 30% (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA – CNA, 2017).

Aponta-se que a carne bovina é um dos itens mais importantes da dieta alimentar da população brasileira e apresenta um dos maiores potenciais de crescimento, de acordo com a Conferência da Cadeia da Carne Bovina (2009). Esta afirmação depende, num primeiro momento, da melhora do poder de compra dos consumidores brasileiros e da capacidade da cadeia de produção se adequar ao aumento do consumo. A produção dos animais e a indústria estão passando por um processo de evolução, consequência da necessidade de tornar-se competitiva e agressiva frente aos seus concorrentes diretos, principalmente no mercado.

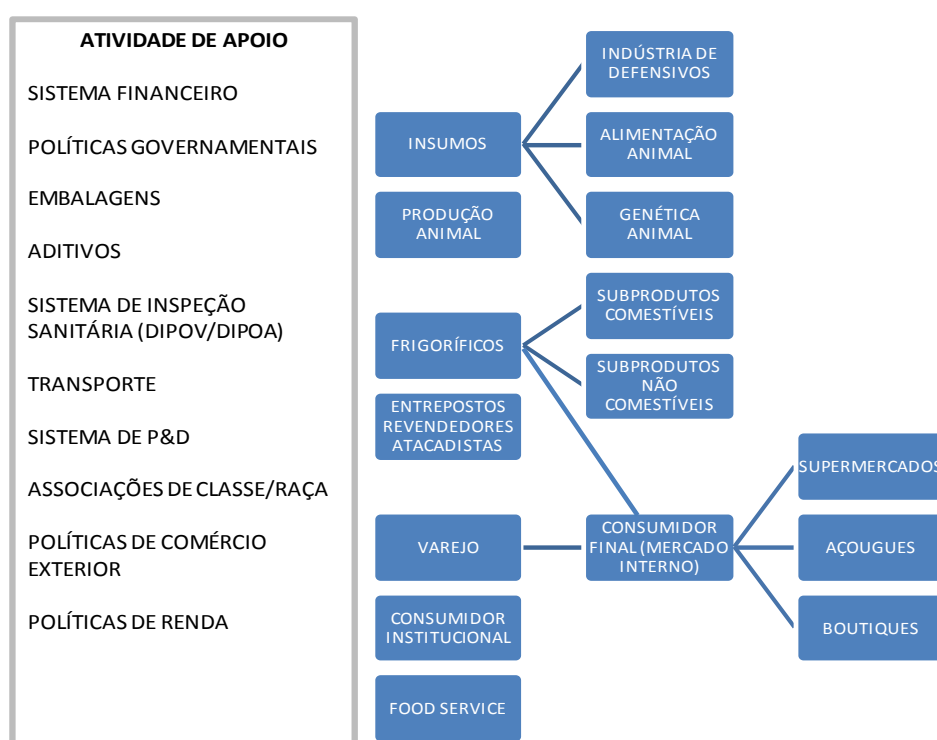
O consumo tem como estímulo o aumento de renda das famílias, ou em contrapartida de algum movimento paralelo que aumente a oferta e com isso gere uma deflação, propiciando preços mais acessíveis e gerando aumento de consumo per capita (ZEN, 2004). Assim como o inverso também é verdadeiro, ou seja, a baixa oferta de produtos ou a redução da empregabilidade da População Economicamente Ativa - PEA faz com que se tenha um menor consumo per capita e com isso prejuízos para todo o segmento. Atualmente o consumo per capita no Brasil é de 45,5 kg de

carne bovina/habitante/ano, e para suprir a demanda foram abatidos cerca de 39,5 milhões de animais (IBGE, 2016).

Cadeia da Bovinocultura de Corte

Segundo a Conferência da Cadeia da Carne Bovina (2009), a cadeia produtiva de carne bovina pode ser conceituada como um conjunto de Componentes interativos, tais como diferentes sistemas produtivos, fornecedores de serviços e insumos, indústrias de processamento e transformação, distribuição e comercialização de produtos e subprodutos, e seus respectivos consumidores finais.

Figura 1 – Cadeia da Bovinocultura de corte



Fonte: EMBRAPA (2014)

Esta cadeia enfrenta constantemente limitações do sistema produtivo, em termos de sustentabilidade, e oscilações no preço da arroba do boi. Segundo Beefworld (2017), os investimentos em genética, sanidade, bem-estar animal, nutrição, rastreabilidade, pastagens, maquinário e gestão seguem em bom ritmo. Em contrapartida problemas relacionados com limitações de natureza sanitária do rebanho dificultam alcançar melhores preços no mercado internacional, um

exemplo claro disso foi à operação carne fraca que ocorreu no Brasil e fez com que o país perdesse ganhos imensuráveis quanto à exportação de carne.

Segundo a Conferência da Cadeia da Carne Bovina (2009), a centralização dos abates em poucas plantas processadoras, concentração do varejo e a falta de coordenação na cadeia produtiva, podem ser apontados como as principais causas da baixa remuneração ao quilo do boi.

História da Pecuária de Corte

De acordo com dados obtidos no portal Serviço de Informação da Carne – SIC (2005) as primeiras cabeças de gado foram introduzidas no Brasil colonial por volta do século XVI, período dedicado às expedições de exploração do atual território nacional, os animais foram originários de Cabo Verde e esta introdução foi realizada onde hoje se localiza o estado da Bahia.

Entre os séculos XVII e XIX, como resultado da própria colonização, desembarcaram no Sul do país, bovinos com origem europeia mais resistentes ao o clima frio, desenvolvendo-se a pecuária baseada na alimentação de pasto nativo. Nesta mesma época, houve um imenso crescimento do rebanho nacional, com a introdução do gado zebuino nas regiões sudeste e centro-oeste devido sua alta adaptação nestas localidades. A introdução de outras raças possibilitou o melhoramento genético do gado existente no Brasil, proporcionando assim produção de carnes com melhor qualidade no mercado.

Segundo Herrera (2005), devido à alimentação do gado bovino brasileiro ser fundamentada na pastagem, a utilização das gramíneas do gênero das braquiárias surgiu como alternativa para os solos relativamente fracos, como os dos estados de Minas Gerais, São Paulo e Goiás, revolucionando todo o sistema além de permitir uma exploração intensiva desenvolvendo a pecuária nestas regiões. A partir do século XX, muitos programas de incentivos, inclusive financeiros, culminaram na expansão da pecuária nas regiões norte e centro-oeste, valorizando estas áreas e beneficiando o crescimento regional das cidades.

Distribuição Geográfica

O número de rebanho bovino em fazendas brasileiras atingiu recorde de 215,2 milhões de cabeças em 2015, obtendo crescimento de 1,3% em relação a 2014. A última queda foi em 2012 devido a grande seca prolongada que atingiu o país naquele ano, desde então se observa crescimento do rebanho (IBGE, 2016).

O Centro-Oeste apresenta o maior número de bovinos entre as grandes regiões, com 33,8% da participação nacional principalmente por ser uma região com grandes propriedades e produtores especializados, possuindo clima, relevo e solo favoráveis à atividade, assim como também grandes plantas frigoríficas que têm impulsionado o abate de bovinos em larga escala.

Os Estados de Mato Grosso, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul e Pará registraram os maiores efetivos de bovinos do Brasil: 13,6%; 11,0%; 10,2%; 9,9% e 9,4%, respectivamente, do total nacional, sendo que nos últimos anos, é possível observar um deslocamento da produção de bovinos para o Norte do País, o que se deve, em parte, aos baixos preços das terras, disponibilidade hídrica, clima favorável, incentivos governamentais e abertura de grandes plantas frigoríficas.

Observa-se que dentre os 20 municípios com os maiores efetivos, 13 situavam-se no Centro-Oeste; cinco, no Norte; e dois, no Sul do país.

Econômicos

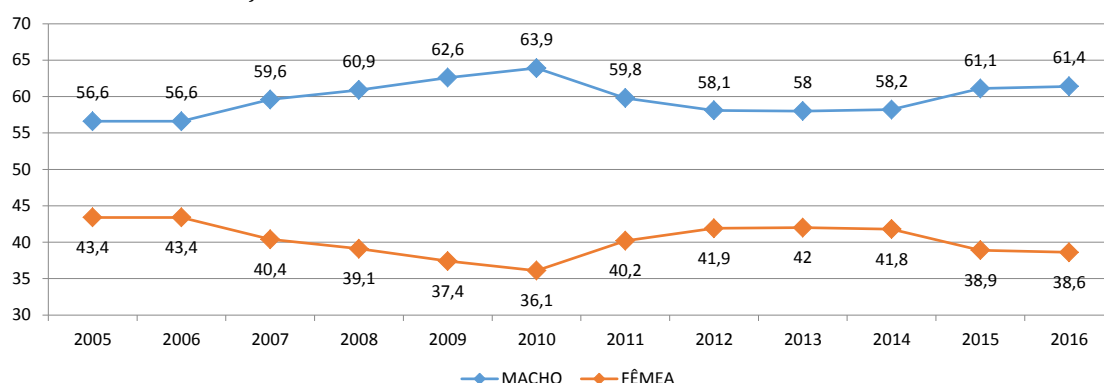
Em 2016 segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) foram abatidas 29,67 milhões de cabeças de bovinos sob algum tipo de serviço de inspeção sanitária Federal, Estadual ou Municipal, representando queda de 3,2% em relação ao ano anterior, sendo essa a terceira queda consecutiva na fase histórica anual do abate de bovinos.

De acordo com o IBGE (2016), quando se trata de abate de bovinos há uma preferência por machos com foco na exportação. Como demonstrado graficamente, verifica-se que em 2016 ocorreu a terceira queda consecutiva da participação de fêmeas no abate total de bovino, enquanto a participação de machos no abate aumentou nos últimos três anos.

Observa-se também que quando instalado um cenário mais pessimista na economia nacional, é natural que se tenha um aumento no abate de fêmeas uma vez que o segmento de cria e recria antecipa a venda de matrizes no intuito de estruturar

caixa para sustentar a atividade.

Figura 2 – Evolução anual da participação de machos e fêmeas no abate total de bovinos – em milhões de cabeças.



Fonte: IBGE (2016)

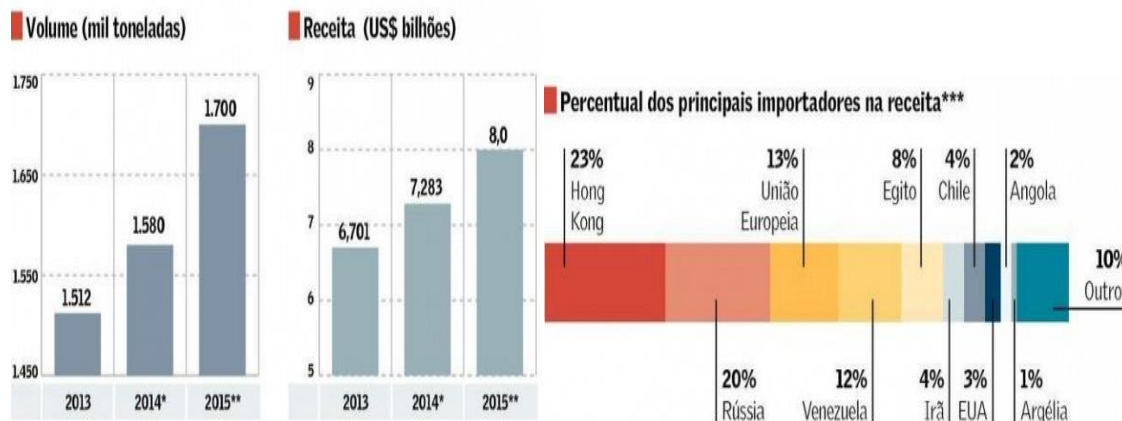
De acordo com IBGE (2017 *apud* BEEFPOINT, 2017) no 1º trimestre de 2017, foram abatidas 7,37 milhões de cabeças de bovinos, menor que a quantidade registrada no trimestre anterior, em que foram abatidas 7,41 milhões de cabeças de bovinos, todavia foi 0,7% maior que a quantidade registrada no 1º trimestre de 2016. O Estado de Mato Grosso lidera o abate de bovinos, com 15,6% da participação nacional, seguido ainda por Mato Grosso do Sul (11,5%) e Goiás (10,1%), no comparativo do primeiro trimestres de 2016/2017.

Mesmo com a crise econômica brasileira, e o aumento da procura por carne suína e frango em decorrência do alto índice de desemprego, houve um crescimento na comercialização da carne bovina de 9,8% em junho deste ano, com embarque de 7.866 toneladas, e aumento no faturamento de 12,35% (IBGE, 2016).

Importação e Exportação

Segundo Secretaria de Comércio Exterior – Secex (2017 *apud* BEEFPOINT, 2017), o 1º trimestre de 2017 apresentou aumento no faturamento e também no volume das exportações brasileiras, em comparação com o trimestre anterior. Contudo, no mesmo período do ano anterior, observou-se queda das exportações, sendo que as maiores quedas ocorreram no Egito, e por sua vez a China teve um aumento significativo, adquirindo 48% da carne bovina, ou seja, quase metade da carne exportada. Ficando o Brasil em quarto lugar com 6.833 toneladas.

Figura 3 – Evolução das exportações de carne brasileira



Fonte: ABIEC (2016 *apud* BEEFPOINT, 2017)

De acordo com *United States Department of Agriculture – USDA* (*apud* BEEFPOINT, 2016), o Brasil deteve o segundo maior efetivo de bovinos, sendo responsável por 22,5% do rebanho mundial, atrás apenas da Índia. O País foi também o segundo maior produtor de carne bovina, participando com 16,3% da produção global. Os Estados Unidos (maior produtor mundial), o Brasil e a União Europeia, juntos, abarcaram cerca de 48,5% da carne produzida mundialmente. Em relação à exportação de carne bovina, o Brasil ocupou a terceira posição do ranking internacional em 2015, sendo Índia e Austrália, respectivamente, os maiores exportadores.

Segundo dados divulgados pelo Beefpoint (2017) as exportações de carne bovina obtiveram aumento de 10% em junho deste ano, em comparação ao mês anterior, Já em volume o resultado foi de 123.287 toneladas, crescimento de 9% em comparação com o mês de maio.

Mecanismos de Comercialização

Há diversos mecanismos de comercialização que envolvem a cadeia de pecuária de corte, os quais fazem parte das mais variadas estratégias tanto para o setor de produção quanto para a jusante, garantindo preço e segurança de oferta do produto. Cita-se:

- a) Mercado Spot: O mercado Spot, também chamado de mercado disponível, físico ou pronto são transações em que a entrega da mercadoria geralmente

é feita imediatamente ou possui um prazo limite de retirada não superior a 30 dias e o pagamento à vista com prazos relativamente pequenos inferior a 30 dias, sendo a formação de preços neste mercado influenciada pela oferta e demandas atuais (BATALHA *et al.* 2012).

b) Mercado a Termo: Em meio às incertezas do setor pecuário no ano de 2017, qualquer garantia se torna vantajosa e a venda do boi a termo é umas das formas de conceder esse seguro. Mercado a termo são contratos que podem ser definidos pela venda do produto com entrega futura, com preço e prazos previamente definidos, antes mesmo da produção iniciada. As quantidades são influenciadas pela expectativa das duas partes, conforme Batalhas *et al.* (2012). Segundo Freitas (2016) dessa forma o pecuarista consegue garantir o valor que receberá na data acordada, sem se preocupar com as oscilações de preços nesse período, desde que tenha todos os dados de seus custos de produção. De acordo com Freitas (2016), a modalidade foi lançada no Brasil em 2004 pelo JBS e estima-se que os contratos a termo sejam responsáveis pelo abate de 2,2 milhões de cabeças por ano, ou seja, 15% do abate nacional, o que equivale a 1,3 milhões de contratos.

c) Mercado Futuro: Como o próprio nome indica, é um mercado onde se transacionam produtos para uma data futura, cujo objetivo principal não é a troca efetiva de produto entre as partes do negócio, mas sim negociar variações de preços (GUIMARÃES; STEFANELLO, 2003 *apud* SOARES 2010). De acordo com Batalha *et al.* (2012) o período de entrega obedece ao cronograma padrão das instituições responsáveis pela comercialização. O mercado futuro assegura fixação de preços frente a oscilações futuras no mercado físico (*Hedge*), sendo influenciado por uma gama de informações que podem ou não se confirmar na data de vencimento havendo convergência dos preços do contrato futuro com relação aos do mercado a vista na data de liquidação (LOZARDO, 1998, *apud*, SOARES 2010).

Tendências

Os cenários de instabilidade econômica na situação atual do país deixam alguns pontos sombrios quando se avaliam as tendências para a pecuária nacional.

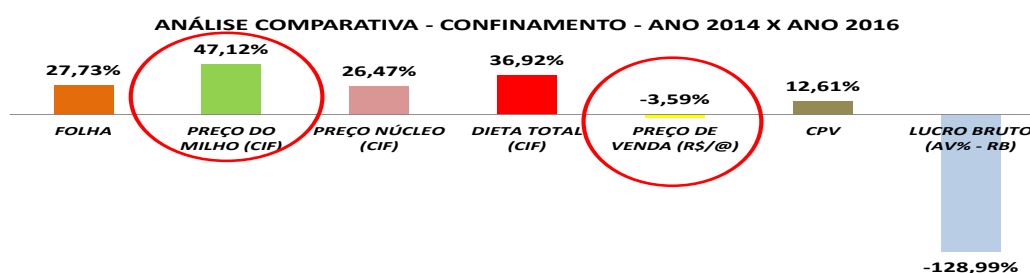
Mesmo com números apontando um crescimento nas exportações, o mercado interno encontra-se retraído em busca de opções de consumo com menor valor agregado, como frangos e suínos. Esse comportamento promove um desaquecimento de preços alongando escalas de abate e pressionando os preços na origem (produção).

Estudo de Caso

O Estudo de Caso foi realizado através dos dados de um confinamento da empresa Galu Agropecuária, localizada no município de Juscimeira-MT e visou avaliar a viabilidade de confinamento no ano de 2016 de gado de cruzamento industrial através de análise comparativa da mesma operação realizada anteriormente pela empresa em 2014, sendo utilizadas 150 cabeças de gado confinados da raça Angus com permanência média de 160 dias.

Ao realizar a análise comparativa dos resultados do confinamento verificou-se que o cenário microeconômico e macroeconômico não possibilitará a viabilidade de efetivar uma nova operação, uma vez que o setor sofreu um efeito tesoura, ou seja, os gastos diretos, insumos e folha tiveram aumentos significativos enquanto que a receita teve uma redução de seu valor final, o que consequentemente reduz a margem operacional, quando comparado ao ano de 2014 (Figura 4).

Figura 4 – Análise da variação de preços – Gastos e Receitas (2014 x 2016)



Fonte: Galu Agropecuária (2016)

Os gastos com folha de pagamento aumentaram 27,73%, isso decorrente do aumento do salário rural em 2016. Houve também elevação de 47,12% no preço da saca do milho (60kg) em 2016 e, em relação ao preço do núcleo, o aumento foi de 26,47% no mesmo período, o que afeta significativamente os custos com

alimentação do gado, resultando em um aumento de 36,92% na dieta total dos animais, e consequentemente, um aumento direto frente a 2014 no conjunto dos gastos necessários à operação de 12,61% (CPV) (Tabela 3).

Tabela 3 – Análise Comparativa Realizado 2014 x Projeção 2016

	2.014	2.016	AH (%)
Nº ANIMAIS	150,00	150,00	0,00%
P. ENTRADA	240,13	240,00	-0,05%
P. SAÍDA	456,92	456,92	0,00%
GANHO DIÁRIO	1,35	1,35	0,00%
PERÍODO CONFINAMENTO	160,59	160,68	0,06%
FOLHA - PERÍODO	16.121,63	20.592,75	27,73%
PREÇO MERCADO (AQUISIÇÃO)	1.220,00	1.220,00	0,00%
PREÇO AQUISIÇÃO MILHO	18,42	27,10	47,12%
MILHO	15,50	24,00	54,84%
FRETE	2,02	2,20	8,91%
ENSAQUE	0,90	0,90	0,00%
MILHO (SCS)	2.332,03	2.332,03	0,00%
TOTAL	42.955,99	63.198,01	47,12%

	2.014	2.016	AH (%)
PREÇO NÚCLEO	1,70	2,15	26,47%
NÚCLEO (KG)	24.692,08	24.692,08	0,00%
TOTAL	41.976,54	53.087,97	26,47%
DIETA TOTAL	164.613,88	164.613,88	0,00%
R\$/KG	0,52	0,71	36,54%
TOTAL (R\$)	84.932,53	116.285,98	36,92%
PREÇO DE VENDA (R\$/@)	135,00	130,15	-3,59%
REC. BRUTA	320.760,00	309.236,40	-3,59%
CPV	284.054,16	319.878,73	12,61%
LUCRO BRUTO	36.705,84	- 10.642,33	-128,99%
LB (AP%)	11,44	3,44	-130,07%
LB (AM%)	2,04	0,65	-131,86%

Fonte: Galu Agropecuária (2016)

Em síntese, todos os custos de produção obtiveram aumento sendo que o preço da arroba não seguiu mesmo padrão, acumulando perda de 3,59% em 2016 comparado a 2014, desta forma o confinamento se torna insustentável, pois seu lucro bruto caiu drasticamente em 2016 (-128,99%), ou seja, geraria um prejuízo de 0,65% ao mês.

Dessa forma, verificou-se a importância para o setor de produção, analisar seus dados e as oportunidades de mercado de forma antecipatória favorecendo o uso estratégico dos recursos disponíveis de forma a maximizá-los melhorando a rentabilidade da operação produtiva.

A estrutura de custos diretos deve ser detalhada ao máximo e levada a um cenário de stress que possa dar direcionamento para o investimento de como ampliar o seu Valor Presente Líquido - VPL e a Taxa Interna de Retorno - TIR, os quais foram claramente alcançados em 2014 (gerando um ganho de 11,44% ap ou 2,04% am) e que dificilmente se repetiriam em 2016 com os cenários descritos.

Observou-se que há uma sensibilidade muito grande na composição do resultado nas operações de confinamento devido grande parte ao fato dos gastos serem variáveis (94,32%), sendo assim, há necessidade de considerar os seguintes fatores: planejamento prévio de compra para manter as margens somando isso

também à utilização conjunta de mercado spot com mercado futuro através do mecanismo de *Hedge* - transação compensatória que visa proteger um operador financeiro contra prejuízos na oscilação de preços – e a proteção cambial, fixando a lucratividade.

Conclusão

Concluiu-se que a cadeia da bovinocultura de corte possui suma importância frente ao PIB do agronegócio sendo o maior segmento exportador do Brasil e também o maior gerador de empregos, aproximadamente 37% de todos os empregos diretos e indiretos do País, reflexo de sua posição como segundo maior rebanho comercial do mundo e também o segundo maior produtor de carne bovina.

A bovinocultura de corte possui importância socioeconômica visto que sua cadeia agroindustrial movimenta um grande número de agentes e de estruturas, da fazenda à indústria, da distribuição ao comércio, gerando renda e criando empregos em seus diversos segmentos.

Dessa forma, os objetivos deste trabalho foram alcançados, confirmando o pressuposto teórico, mostrando que a pecuária de corte somada as demais cadeias do agronegócio tem importante função na geração de divisas e na formação no produto interno bruto, uma vez que além de proverem o mercado interno são líderes mundiais em diversos segmentos exportadores.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Massilon. **Fundamentos de Agronegócios**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2013.

BATALHA, Mário. **Gestão agroindustrial**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BEEFWORLD. **BeefExpo 2017: Cadeia da carne bovina enfrenta desafios e segue adiante**. Disponível em: <<http://www.beefworld.com.br/noticia/beefexpo-2017-cadeia-da-carne-bovina-enfrenta-desafios-e-segue-adiante>>. Acesso em: 06 ago. 2017.

BEEFPPOINT. **IBGE: Abate de bovinos caiu 0,7% no primeiro trimestre do ano [relatório] 2017**. Disponível em: <<http://www.beefpoint.com.br/ibge-abate-de-bovinos-caiu-07-no-primeiro-trimestre-do-ano-relatorio/>> Acesso em: 15 ago. 2017.

BEEFPPOINT. **No melhor resultado do ano, exportações de carne bovina têm alta de 10% em junho 2017**. Disponível em: <<http://www.beefpoint.com.br/no->

melhor-resultado-do-ano-exportacoes-de-carne-bovina-tem-alta-de-10-em-junho/>. Acesso em: 22 jul. 2017.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA - CNA. **PIB e performance do agronegócio**. Disponível em: <http://www.cnabrazil.org.br/sites/default/files/sites/default/files/uploads/02_pib.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2017.

CONFERÊNCIA DA CADEIA DA CARNE BOVINA. Disponível em: <http://iuma.edu.br/blog/wp-admin/Conferencia_Cadeia_da_Carne_Bovina.pdf> Acesso em: 25 abr. 2017.

FREITAS, Alisson. **Boi a termo: um caminho para garantir renda na pecuária**. Disponível em: <<http://www.portaldbo.com.br/revista-dbo/noticias/boi-a-termo-um-caminho-para-garantir-renda-na-pecuaria/15509>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

FORMIGONI, Ivan. **Farmnews - maiores rebanhos e produtores de carne bovina no mundo**. Disponível em: <<http://www.farmnews.com.br/analises-mercado/produtores-de-carne-bovina/>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

HERRERA, Vânia *et al.* **A competitividade da cadeia produtiva do gado de corte e a questão das barreiras de exportação: estudo de caso Grupo Bertin**. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:oL6DT-DdJlwJ:www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_12/copiar.php%3Farquivo%3Dcarne_simpep_final.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em: 15 mar. 2017.

IBGE. **Produção Pecuária**. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Producao_Pecuaria/Fasciculo_Indicadores_IBGE/abate-leite-couro-ovos_201604caderno.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2017.

PERFARM. **A importância do Agronegócio no Brasil**. Disponível em: <<http://blog.perfarm.com/agronegocio-no-brasil/>>. Acesso em: 05 mar. 2017.

SERVIÇO DE INFORMAÇÃO DA CARNE. **História da pecuária de corte**. Disponível em: <<http://www.sic.org.br/producao-de-carne/producao>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

SOARES, Maycon. **Estratégia para comercialização de carne bovina: hedge de compra e venda**. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GCMX5B8CQ7gJ:www.lapbov.com.br/tccmaycon.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

ZEN, Sandro. **A cadeia da carne bovina no Brasil**. Postado em: 07/12/2004. Disponível em: <www.beefpoint.com.br>. Acesso em: 28 abr. 2017.

Análise dos índices de liquidez e sua importância para o capital de giro em uma empresa do ramo calçadista

Analysis of liquidity ratios and their importance for working capital in a footwear company

Jonathan Willian Tenório Vacari¹
Luis Fernando Morasco de Moura²
Fabiane Cristina Spironelli³
Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

A administração financeira exerce um papel fundamental nas organizações, pois a administração tem controle dos recursos e demonstra a situação das empresas através de suas ferramentas. Assim, os objetivos a serem traçados e as metas a serem alcançadas nas organizações devem levar em consideração esses resultados para se tomar decisões que influenciarão no futuro financeiro da empresa. Esta função de analisar e controlar os recursos se difere para cada tipo de organização, uma vez que, em empresas de micro ou pequeno porte, esta função pode ser exercida por seus proprietários, em organizações maiores são delegados cargos e setores específicos para tal atribuição, isso mostra a tamanha importância desta gestão. Este estudo objetivou pesquisar, por meio de revisão da bibliografia e estudo de caso, as ferramentas da administração financeira, e evidenciou que são essenciais no cotidiano das operações diárias das organizações.

Palavras- chave: Administração Financeira, Organizações, Recursos, Liquidez

ABSTRACT

Financial management plays a fundamental role in organizations, because management has control of resources and demonstrates the situation of companies through its tools. Therefore, the objectives to be drawn and the goals to be achieved in organizations must consider these results in order to make decisions that will influence the financial future of the company. This function of analyzing and controlling resources differs for each type of organization, since in micro or small companies this function can be exercised by its owners, in larger organizations delegations are assigned to specific positions and sectors for such attribution; this shows the importance of this management. This study aimed to research, through a literature review and case study, the tools of financial management, and evidenced that they are essential in the day-to-day operations of organizations.

Key words: Financial Administration, Organizations, Resources, Liquidity

¹ Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

³ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

Introdução

As ferramentas da administração financeira foram abordadas através de pesquisas bibliográficas onde demonstra a importância dos índices de liquidez e a gestão do capital de giro da empresa e a rentabilidade. Foram elucidados alguns índices de liquidez, tais como, o índice de liquidez geral, corrente e seca e suas ligações nas tomadas de decisões da empresa.

Os objetivos traçados no projeto foram, pesquisar as ferramentas da administração financeira, analisar a importância dos índices de liquidez geral, corrente e seca nas tomadas de decisão da empresa e comparar os índices de liquidez em uma empresa do setor calçadista nos anos de 2015 e 2016. A partir destes objetivos traçou-se o seguinte questionamento: A aplicação dos índices de liquidez geral, corrente e seca, auxilia na tomada de decisão da empresa? Resultando no pressuposto de que tal aplicação demonstra a capacidade de pagamento a curto e longo prazo.

Foi realizado um Estudo de Caso através da análise de dados referente aos anos de 2015 e 2016 de uma empresa do ramo calçadista situada na cidade de Birigui. Após a utilização dos demonstrativos da administração financeira como Balanço Patrimonial - BP, Demonstrativo do Resultado do Exercício - DRE, atestou-se a real situação financeira da empresa frente às suas obrigações a curto e longo prazo, dentro do período analisado.

Administração financeira

A administração financeira trata da gestão das finanças de uma organização e do conjunto de ferramentas utilizadas pelo gestor para traçar planos de ação em busca de alcançar seus objetivos, produzindo um retorno adequado aos riscos que seus investidores assumiram ao fazer o investimento. Hoji (2000) ressalta que o objetivo econômico das empresas é a maximização de seu valor de mercado a longo prazo, com isso, aumentando a riqueza de seus proprietários.

A gestão financeira também diz respeito às responsabilidades do administrador financeiro em uma empresa. Esses administradores gerem

ativamente as finanças de todos os tipos de organização, financeiras ou não financeiras, privadas ou públicas, grandes ou pequenas, com ou sem fins lucrativos.

A geração permanente de lucros e caixa contribui para que uma empresa moderna cumpra suas funções sociais, por meio de geração de impostos, remuneração adequada dos empregados, investimentos em melhoria ambiental etc. (HOJI, 2000, p. 21)

Apesar do foco da gestão financeira estar nas grandes empresas, a aplicação de suas ferramentas também tange às pequenas e médias empresas, porém são executadas por cargos diferentes dentro das organizações ou, até mesmo, cabe aos próprios proprietários. Enquanto que em empresas de grande porte essa função é exercida por um departamento específico.

A extensão e a importância da função financeira dependem, em grande parte, do tamanho das empresas. Em empresas pequenas, a função financeira é geralmente realizada pelos seus proprietários ou sócios. Na medida em que a empresa cresce, a importância da função financeira leva à criação de um departamento financeiro separado, uma unidade organizacional autônoma, ligada diretamente ao presidente da companhia. (TÓFOLI, 2012, p.21)

Dependendo do tamanho da organização, a mesma exige mais controle das áreas administrativas porque acaba sobrecarregando os cargos de alta gerência, fazendo com que certas funções sejam delegadas a departamentos específicos, deixando de ser executada pelos proprietários ou sócios.

Funções do administrador financeiro

As funções da administração financeira são desenvolvidas por pessoas que são denominadas de administradores financeiros ou até gestores financeiros os quais desempenham uma variedade de tarefas, tais como orçamentos, previsões financeiras, administração do caixa, administração do crédito, análise de investimentos e captação de fundos. Conforme Hoji (2012) análise, planejamento e controle financeiro consiste em coordenar, monitorar e avaliar todas as atividades da empresa, por meio de relatórios financeiros, bem como participar ativamente das decisões estratégicas, para alavancar as operações.

Compete ao gestor financeiro avaliar o cenário econômico para garantir que seus investimentos gerem lucro, proporcional ao risco assumido, ao invés de prejuízo. Para Hoji (2000, p. 23).

As decisões de investimentos dizem respeito à destinação dos recursos financeiros para aplicação em ativos correntes (circulantes) e não correntes (realizáveis a longo prazo e permanentes), considerando-se a relação adequada de risco e de retorno dos capitais investidos.

Nos últimos anos, as mudanças no ambiente econômico elevaram a importância e a complexidade das responsabilidades do administrador financeiro, requerendo um alto grau de conhecimento ao desempenhar essa função.

Uma análise de qualquer demonstração financeira de empresas pode apontar as suas deficiências, e esta informação pode ser utilizada para melhorar o desempenho. Além disso, as análises das demonstrações financeiras podem ser usadas para prever como decisões estratégicas, como a venda de uma divisão, um grande programa de marketing, ou a expansão de uma fábrica, são capazes de afetar os desempenhos financeiros futuros. (BRIGHAM; GAPENSKI; EHRARDT, 2001, p. 96)

Para qualquer tomada de decisão dentro de uma empresa, a análise das demonstrações financeiras se tornam essenciais para evidenciar os pontos em que a empresa necessita de aprimoramentos e se a mesma comporta tais melhorias.

Ferramentas da administração financeira

A administração financeira utiliza-se de diversas ferramentas e demonstrativos para fornecer dados confiáveis na gestão, sendo as mais utilizadas o Balanço Patrimonial e o Demonstração de Resultado do Exercício.

Balanço Patrimonial - BP

O Balanço Patrimonial – BP demonstra a situação financeira e patrimoniais da empresa em um determinado período de tempo, cada empresa pode determinar esse período de encerramento quando lhe for conveniente.

Balanço Patrimonial é a demonstração contábil que apresenta todos os bens e direitos da empresa (Ativo) e suas obrigações (Passivo), em determinada data. Esta demonstração contempla a situação estática da empresa num determinado momento. (TÓFOLI, 2012, p. 26)

O Balanço Patrimonial é dividido em ativo circulante, ativo não circulante, passivo circulante, passivo não circulante patrimônio líquido.

- a) Ativo circulante: Representa todos os bens e direitos que podem ser convertidos em caixa a curto prazo, ou seja, todos os bens e direitos realizáveis até o final do exercício social seguinte.
- b) Ativo não circulante: Representa os bens e direitos que deverão ser transformado em dinheiro após o final do exercício seguinte, estes bens e direitos ocorrem desde depósitos judiciais até impostos a recuperar.
- c) Passivo Circulante: Ao contrário do ativo circulante, o passivo circulante se dá por suas obrigações exigíveis a curto prazo. Dentro dessas obrigações se enquadram os empréstimos e financiamentos, fornecedores, obrigações fiscais, outras obrigações e provisões.
- d) Passivo não circulante: É composto por obrigações requeridas após o exercício social. Usualmente se encontram nesse grupo contas a longo prazo como empréstimos, financiamentos, debêntures e provisões.
- e) Patrimônio Líquido – PL: O patrimônio líquido são recursos próprios de acionistas ou proprietários que se dividem em inúmeros grupos como, capital social, reservas de capital, reservas de reavaliação, reservas de lucros e lucros ou prejuízos acumulados.

Demonstração de Resultado do Exercício – DRE

A Demonstração do Resultado do Exercício é uma demonstração contábil entre duas datas o qual é apresentado o movimento de receitas e despesas que tem como efeito o aumento ou redução do Patrimônio Líquido – PL sendo exposto de maneira dedutiva, começando com a receita bruta operacional obtendo o lucro líquido. (HOJI, 2000)

Administração do Capital de Giro

O capital de giro corresponde ao capital investido dentro do ativo circulante, este capital se faz necessário para que a empresa possa financiar a continuidade de suas operações e seus recursos financeiros para com os clientes em vendas a prazo, recursos para manter estoque e recursos para pagamentos de fornecedores.

De acordo com Hoji (2000, p. 109),

O estudo do capital de giro é fundamental para a administração financeira, porque a empresa precisa recuperar todos os custos e despesas (inclusive financeiras) incorridos durante o ciclo operacional e obter lucro desejado, por meio da venda do produto ou prestação de serviço.

Administrar o Capital de Giro é gerenciar os bens e direitos assim como as obrigações contraídas pela empresa, e então inter-relacionar estas contas para determinar o estoque que a empresa deve manter, os investimentos em contas a receber, o gerenciamento do caixa, buscando sempre um equilíbrio. Tal equilíbrio sofre influência do volume de vendas, da sazonalidade do negócio, fatores econômicos, fatores tecnológicos e das políticas de negócio. (TÓFOLI, 2012)

Estudo de Caso

A empresa analisada no Estudo de Caso foi fundada no dia 30, de abril, no ano 1995, situada na cidade de Birigui/SP. Atuando no setor calçadista, introduziu-se no mercado confeccionando calçados para ambos os gêneros, infantil e adulto. No começo de suas atividades a empresa contava com 14 funcionários ao todo, e esse quadro foi aumentando com o decorrer dos anos em que se consolidava no mercado.

Atualmente conta com 50 funcionários sendo eles 47 cargos diretos na produção os quais movimentam uma produção diária de 1700 pares e 3 cargos indiretos como administrativo e de limpeza. Desde o início de suas atividades, é uma empresa contratada para a terceirização de serviços, sempre trabalhando aliada a grandes empresas de sua cidade. Apesar de já ter se arriscado em produzir uma linha própria, a diretoria avaliou que não era viável tal estratégia, deixando de lado os planos de criar sua própria marca.

Em seu regime tributário a empresa opta pelo simples nacional, que implica em vantagens como por exemplo, menor tributação em comparação a outros regimes tributários; facilidade no atendimento da legislação tributária, previdenciária e trabalhista entre outras vantagens. O setor administrativo é terceirizado para um escritório de contabilidade, contando apenas com alguns cargos necessários, como recursos humanos, faturamento e gestão industrial que neste último caso é realizada pela proprietária.

Aplicabilidade dos Índices de Liquidez

Ao se aplicar os índices de liquidez, é possível analisar a situação financeira de uma determinada empresa e verificar a sua capacidade de pagamento frente a terceiros de curto e longo prazo. Avalia-se através dos seus índices quanto de bens e direitos a empresa possui para cada um real de dívida. Para chegar a essas informações, utiliza-se os dados provenientes do Balanço Patrimonial.

Índice de Liquidez Corrente – ILC

Demonstra o quanto a empresa possui de Ativo Circulante para pagar a cada um real das obrigações a curto prazo.

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

ANO 2015	ANO 2016
Liquidez Corrente = $\frac{2.527.292,75}{61.088,50} = 41,37$	Liquidez Corrente = $\frac{3.656.069,40}{67.051,40} = 54,53$

Índice de Liquidez Geral – ILG

Demonstra o quanto a empresa possui de recursos circulantes e não circulantes para pagar as obrigações realizáveis a curto e longo prazo.

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Não Circulante (Realizável a longo prazo)}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

ANO 2015	ANO 2016
Liquidez Geral = $\frac{2.527.292,75}{61.088,50} = 41,37$	Liquidez Geral = $\frac{3.656.069,40}{67.051,40} = 54,53$

Índice de Liquidez Seca – ILS

Demonstra o quanto a empresa possui de ativo circulante menos o estoque para cada um real de obrigações a curto prazo.

$$\text{Liquidez Seca} = \frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoque}}{\text{Passivo Circulante}}$$

ANO 2015	ANO 2016
Liquidez Seca = $\frac{2.527.292,75}{61.088,50} = 41,37$	Liquidez Seca = $\frac{3.656.069,40}{67.051,40} = 54,53$

Rentabilidade do Ativo

Demonstra que para cada R\$ 1,00 do ativo investido, houve um retorno, lucro líquido de R\$ centavos/milésimos.

$$\text{Rentabilidade do Ativo} = \frac{\text{Lucro Líquido do Exercício}}{\text{Ativo Total}}$$

ANO 2015	ANO 2016
Rent. do Ativo = $\frac{1.214.709,77}{5.676.298,59} = 0,214$	Rent. do Ativo = $\frac{1.095.490,81}{6.777.752,68} = 0,161$

Rentabilidade do Patrimônio Líquido

Demonstra que para cada R\$ 1,00 do patrimônio líquido investido, houve um retorno, lucro líquido de R\$ centavos/milésimos.

$$\text{Rentabilidade do Patrimônio Líquido} = \frac{\text{Lucro Líquido do Exercício}}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

ANO 2015	ANO 2016
Rent. do PL = $\frac{1.214.709,77}{5.615.210,09} = 0,216$	Rent. do PL = $\frac{1.095.490,81}{6.710.700,90} = 0,163$

Capital de Giro próprio em relação ao Ativo Circulante

Demonstra o percentual do Capital de Giro próprio em relação ao Ativo Circulante.

$$\text{CGP} = \frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Passivo Circulante}}{\text{Ativo Circulante}}$$

ANO 2015

$$CGP = \frac{2.527.292,75 - 61.088,50}{2.527.292,75} = 0,98$$

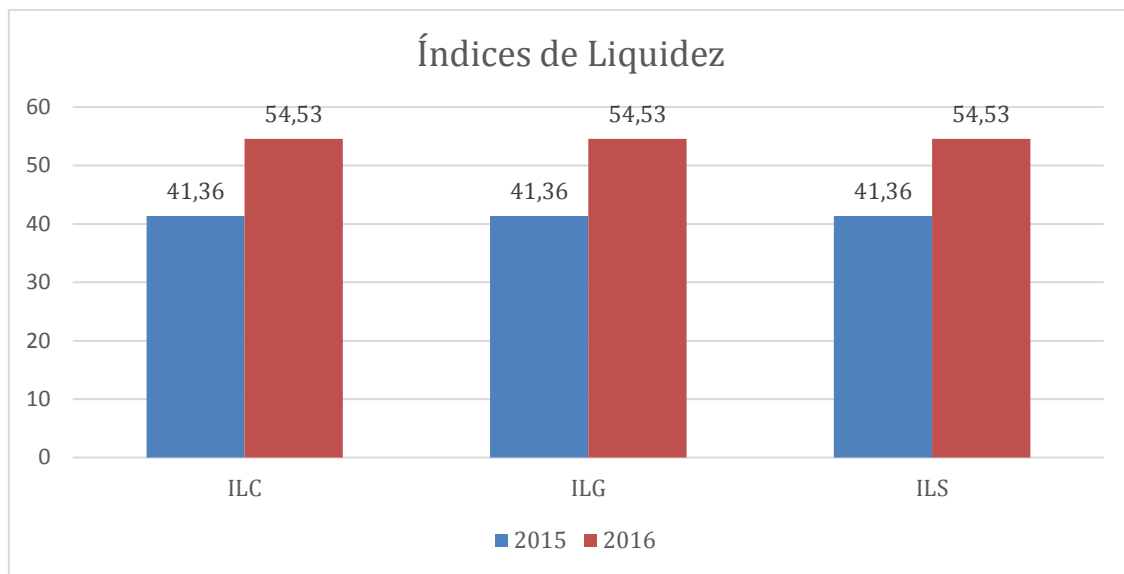
ANO 2016

$$CGP = \frac{3.656.069,40 - 67.051,78}{3.656.069,40} = 0,98$$

Análise dos Resultados

Abaixo, seguem as análises dos índices apresentados em gráficos.

Gráfico 1: Índices de Liquidez



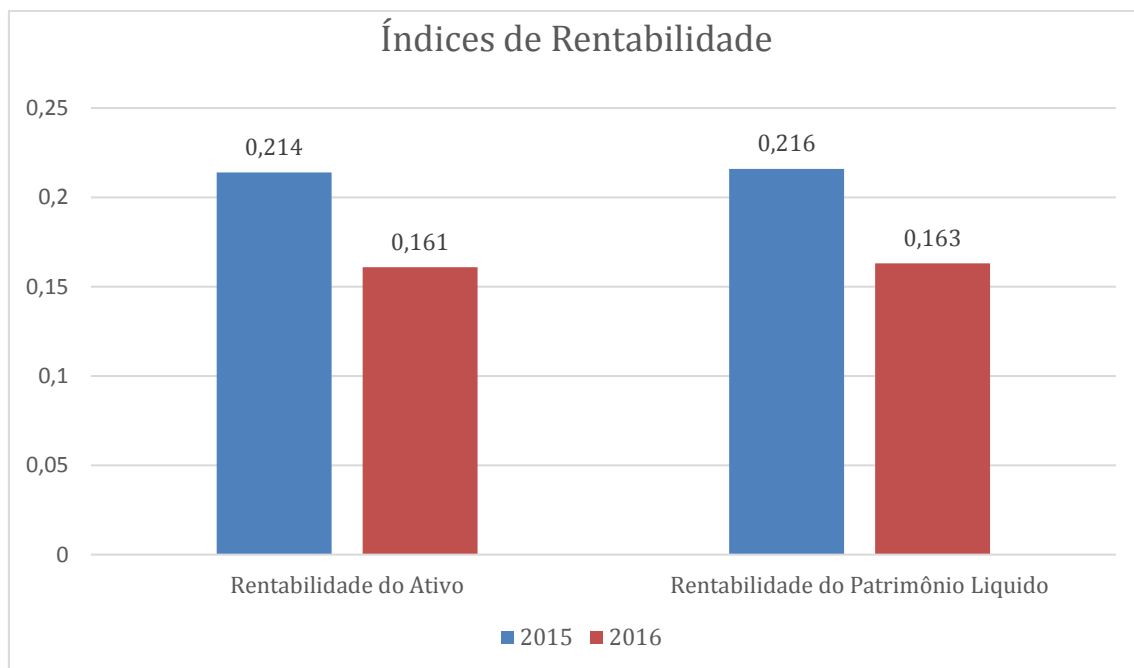
Fonte: Estudo de Caso (2017)

Observa-se, através dos índices de liquidez, que a empresa conseguiu aumentar sua capacidade de pagamento no ano de 2016 quando comparada ao ano de 2015, e para cada R\$1,00 de dívida, a empresa possuía R\$54,53 para quitação das mesmas, tanto em curto prazo através dos índices de liquidez corrente e seca, quanto a curto e longo prazo através do índice de liquidez geral.

Os valores dos índices de liquidez geral, corrente e seca não se diferenciam nos valores pois, por ser tratar de uma empresa terceirizada, a mesma não tem gastos com compra de mercadorias para seu estoque, uma vez que toda a matéria prima utilizada para a confecção de seus calçados é fornecida pela empresa que contrata seus serviços. Sendo assim, a matéria prima que entra na empresa é transformada e depois devolvida em forma de produto semiacabado. Outro fator

determinante para que os valores do capital de giro da empresa não se diferenciem é que a mesma não possui dívidas a longo prazo, e com isso encontra-se sem passivo não circulante.

Gráfico 2: Índices de Rentabilidade



Fonte: Estudo de Caso (2017)

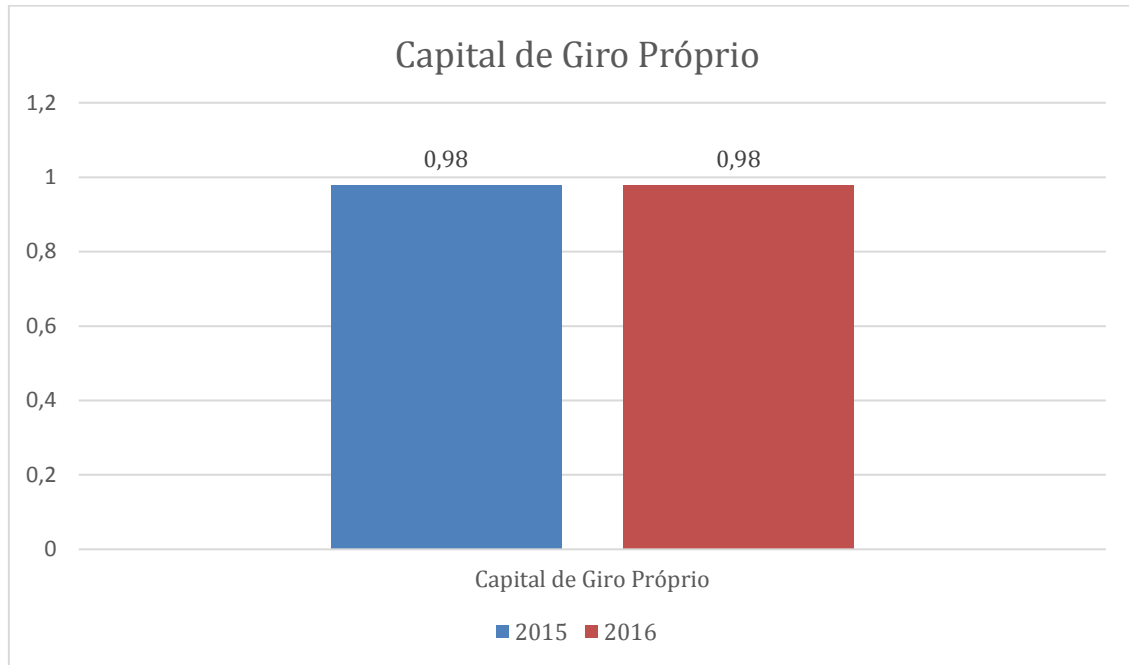
Analisa-se através do índice rentabilidade do ativo o quão eficiente estão sendo aplicados esses ativos, nota-se que a empresa tem uma boa rentabilidade, e apesar do leve declínio do ano de 2015 para o ano de 2016, a empresa manteve uma boa geração de lucros e, para cada R\$1,00 investido, a mesma está conseguindo gerar um lucro de R\$0,161 para esse ativo, sendo que para a empresa quanto maior for este valor melhor.

O mesmo acontece com o índice de rentabilidade do patrimônio líquido, que busca indicar o montante do lucro que retorna para os seus acionistas após o pagamento do capital de terceiros, nesse caso a empresa está gerando o valor de R\$0,163 para cada R\$1,00 sobre o capital próprio investido o qual também é um valor satisfatório.

Ao analisar o capital de giro próprio em relação ao ativo circulante, verificou-se a disponibilidade que a empresa possuía para pagar suas contas a curto prazo,

sem o auxílio de capital de terceiros. Para cada um real de ativo circulante, a empresa possui R\$ 0,98, isto significa que em quase sua totalidade, todo capital necessário para cumprir com suas obrigações a curto prazo é próprio e não de terceiros.

Gráfico 3: Capital de Giro Próprio



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Isto faz com que a empresa não necessite buscar o auxílio de entidades externas para lhe fornecer crédito de financiamentos, empréstimos entre outras formas de captação de capital de terceiros para saldar suas obrigações e assim não gerando novas obrigações.

Portanto, a empresa, além possuir um bom retorno em relação rentabilidade do ativo, encontrava-se em uma situação de solvência, contando com capacidade de pagamento a curto e a longo prazo, como foi demonstrado através dos índices de liquidez geral, corrente e seca.

Conclusão

Conclui-se que as ferramentas da Administração Financeira se fazem essenciais dentro das operações diárias das empresas, fornecendo informações necessárias para que haja uma boa gestão das organizações e colaborando de forma efetiva nas tomadas de decisões em busca de melhores resultados.

A importância dos índices está no fato de que estes visam mensurar a capacidade financeira da empresa; quanto maior forem esses medidores, mais essa empresa tem condições de saldar com suas obrigações, sejam elas a curto prazo ou a longo prazo. Para uma correta e ampla análise de liquidez de uma empresa, deve-se ter em mente que o estudo necessita abranger todos os medidores e comparar cada um deles tendo em vista os objetivos da empresa, seu ramo de negócio e quais as soluções a serem buscadas.

Os objetivos foram alcançados, visto que considerou-se a importância dos índices de tomada de decisão, demonstrando também a situação em que a empresa se encontra frente às suas obrigações de curto e longo prazo, podendo, dessa forma, seus gestores tomarem medidas para o futuro da organização.

Houve a confirmação do pressuposto teórico, uma vez que, ao se aplicar os índices de liquidez geral, corrente e seca, unindo a isto, os índices de rentabilidade da empresa, obteve-se uma visão da atual situação em dado período frente às suas obrigações, possibilitando a tomada de decisão junto aos resultados obtidos.

Referências Bibliográficas

BRIGHAM, Eugene F.; GAPENSKI, Louis C.; EHRARDT, Michael C. **Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 2001.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Administração Financeira e Orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

TÓFOLI, Irso. **Administração Financeira Empresarial**. 2. ed. São José do Rio Preto, SP: Raizes, 2012.

ASSEINFO. **Capital de Giro**: Entenda o que é e qual sua importância. Disponível em: <<http://www.asseinfo.com.br/blog/capital-de-giro-entenda-o-que-eh-e-importancia/>> Acesso em: 29 out. 2017.

PAULA, Gilles B. **Indicadores de Liquidez**: corrente, seca, imediata e geral. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/indicadores-de-liquidez-corrente-seca-imediata-e-geral>> Acesso em: 29 out. 2017.

ZANLUCA, Jonatan S. **Calculo e Análise dos Índices de Liquidez**. Disponível em:
<<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/indices-de-liquidez.htm>>
Acesso em: 29 out. 2017.

Planejamento Estratégico Financeiro para as micro e pequenas empresas

Strategic Financial Planning for Micro and Small Businesses

Juliana Ayumi Yoshida¹
Steffany Fernanda Alves Ribeiro²
Silvio Mandarano Scarsiotta³
Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

A pesquisa teve por objetivo analisar as estratégias financeiras que possibilitem resultados satisfatórios, auxiliando principalmente os pequenos empresários em relação à sobrevivência diante da concorrência, pois são poucas as empresas que utilizam o planejamento estratégico com enfoque no planejamento financeiro. Com a atual crise econômica do país, é importante empresas utilizarem planos estratégicos, pois quem não utilizar esses planos, corre grande risco, podendo não obter o resultado esperado. Este trabalho buscou oferecer uma visão mais ampliada da administração estratégica financeira para as pequenas empresas e mostrar a importância desta estratégia quando aplicadas e, os resultados satisfatórios que serão alcançados de forma eficiente e eficaz.

Palavras-chaves: Planejamento Estratégico, Planejamento Financeiro, Pequena Empresa.

ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the financial strategies that allow satisfactory results, helping small business owners to survive in the face of competition, since few companies use strategic planning with a focus on financial planning with the current economic crisis of the country, it is important that companies use strategic plans, because those who do not use these plans, is at great risk, and may not get the expected result. This paper aims to offer a broader view of strategic financial management for small companies and show the importance of this strategy when applied and the satisfactory results that will be achieved efficiently and effectively.

Keywords: Strategic Planning, Financial Planning, Small Businesses.

Introdução

¹Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Unisalesiano Campus Araçatuba.

²Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Unisalesiano Campus Araçatuba.

³Administrador; Mestre em Administração Estratégica; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁴Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Unisalesiano Campus Araçatuba.

Este artigo, elaborado por meio de pesquisa bibliográfica e relacionado ao estudo de caso referente à geração de caixa e a administração estratégica financeira utilizada pela microempresa Supermercados Baggio Ltda, retratou a importância desta ferramenta para as pequenas empresas. Abordou a temática referente ao planejamento financeiro e estratégico dissertando o valor que este instrumento tem para ajudar e melhorar a administração das empresas, assim auxiliando o proprietário nas tomadas de decisões.

Como a economia altamente competitiva e globalizada, que se vivencia na atualidade, é necessário planejamento, pois o desempenho financeiro depende de um plano bem elaborado para obter o sucesso.

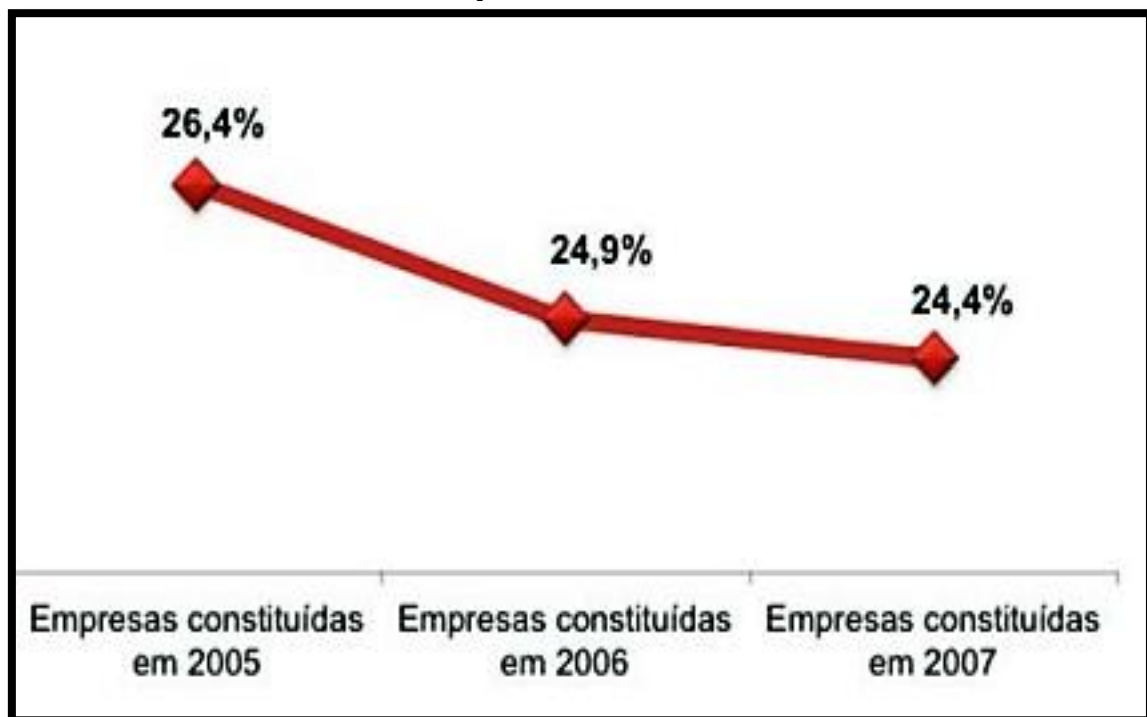
O objetivo geral foi identificar uma oportunidade estratégica financeira, com resultados satisfatórios para pequenas empresas, auxiliando, assim, a utilização de ferramentas fundamentais para que organizações sobrevivam diante da concorrência, pois deste modo o gestor fica preparado para administrar com mais eficiência os métodos estratégicos financeiros, uma vez que se trata de um processo contínuo, todavia, com os objetivos específicos de identificar a captação de recursos financeiros para empresa, tendo uma visão mais clara e objetiva dos resultados através do fluxo de caixa, para uma possível posição nas tomadas de decisões nos níveis estratégicos, desdobrando-se entre os níveis táticos e operacionais. O objetivo específico foi analisar, por meio de um estudo de caso, a geração de caixa em pequenas empresas e os tipos de impactos de variações, custos e preços. O estudo de caso ajudou a compreender melhor tudo que se aprende na teoria, sobretudo, por permitir colocar em prática tudo aquilo que foi adquirido.

Já o pressuposto teórico indicou que são as estratégias financeiras que estruturam o condicionamento da operacionalidade da lucratividade das pequenas empresas, com objetivo a curto prazo de torná-las eficazes. Além das posturas metodológicas dos processos, as considerações empresariais se tornam mais eficientes e efetivas no contexto negocial, contribuindo com os planos futuros que a empresa deseja realizar sem haver prejuízos, tendo foco e concentração para a execução de determinadas metas. Estes instrumentos auxiliam no crescimento, alcançando uma maximização da rentabilidade e retorno necessário para a empresa.

A Importância do Planejamento Estratégico Financeiro

O Planejamento Estratégico permite uma observação com antecedência sobre as prováveis consequências de um crescimento real e com baixo risco de insucesso, utilizando-se de vantagens competitivas perante a concorrência através da inovação e melhoria da produtividade, entretanto, para a pequena empresa, é importante efetuar o planejamento, posto que, se não analisar as viabilidades mercadológicas poderá acarretar falência, devido à falta de informação de como proceder nos processos organizacionais. (BAGIO, 2002).

Gráfico 1: Taxa de mortalidade de empresas de 2 anos, evolução do Brasil.



Fonte: SEBRAE (2015)

Observando o gráfico 1, verificou-se que a mortalidade existe, mas o percentual está cada dia mais baixo, portanto, ainda encontra-se um pequeno índice de falência das micros e pequenas empresas no Brasil. Rever o planejamento das micro e pequenas empresas é um dos principais papéis dos gestores, sucedendo o ajuste de percurso das estratégias e antecipando o seu resultado futuramente a fim de minimizar os erros e garantir o sucesso esperado, tendo menor percentual de mortalidade das empresas de pequeno porte.

O planejamento consiste em estabelecer com antecedência as ações a serem executadas dentro de cenários e condições preestabelecidos, estimando os recursos a serem utilizados e atribuindo as responsabilidades, para atingir os objetivos fixados. (HOJI, 2000, p. 359)

Com base na citação acima, é possível inferir sobre a importância do planejamento como pré-requisito de antecipações de informações e análise de risco.

Planejar é uma das funções administrativas mais importantes, é por meio dele que são definidas todas as demais atividades numa empresa. O administrador que não planeja torna-se um “solucionador de problemas”, acaba se concentrando somente naquilo que é emergente e não consegue se antecipar aos acontecimentos. (HERMELO, 2010, p. 103).

Planejar as ações da empresa possibilita uma ampla visão proporcionando oportunidades de melhorias, com o objetivo de minimizar as revisões durante a execução dos processos.

Um planejamento bem realizado proporciona um grau mais elevado de assertividade nas tomadas de decisões. É de suma importância para a empresa, considerar e avaliar o ambiente interno e externo visando os pontos fortes e fracos.

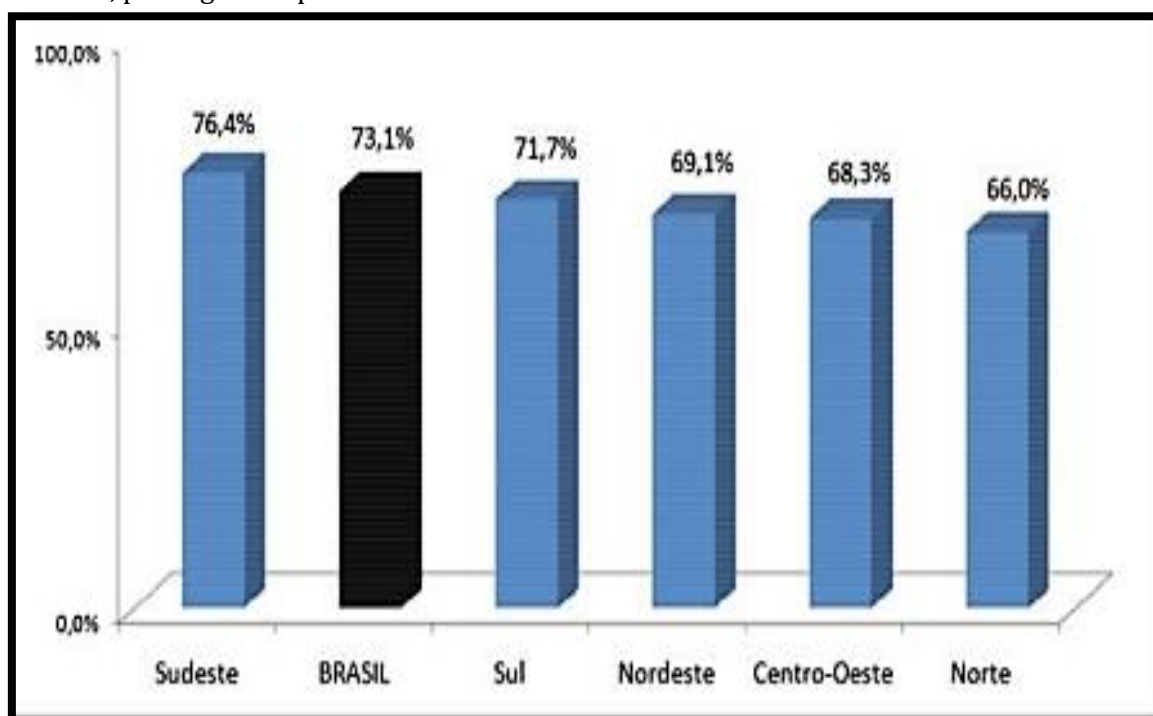
O ato de planejar é um processo indispensável para a empresa, por induzir à organização a observação do ambiente, o estabelecimento de metas e diretrizes no presente para que possa ter subsídios para a definição no futuro. A função planejamento possui enorme importância nas micro e pequenas empresas. (CHIAVENATO, 2000, p. 96)

Para Chiavenato (2000), o planejamento é de extrema importância para uma organização, pois assim é possível se ter uma visão do todo e tomar uma decisão com maior afinco por saber os riscos que se pode correr e do retorno que irá trazer se for aplicado de maneira correta e bem elaborada, desenvolvendo uma perspectiva de futuro para obter uma vantagem competitiva no mercado, com os objetivos já delineados e delimitados, ou seja, a certeza ou a incerteza que as ações acontecerão conforme o cronograma dos planejamentos para o alcance dos resultados desejados.

O Plano Estratégico consiste em objetivos e ações estruturadas numa base temporal para implementar estes ajustes. Além da estruturação estratégica propriamente dita, a realização de um trabalho deste tipo produz outras conseqüências positivas. (GIMENEZ, 2000, p. 106).

A estratégia reunida e descrita no plano estratégico determina as formas pelas quais a empresa irá atingir seus objetivos e percebidos através de uma elaboração de cenários considerando as ameaças e oportunidades para obter-se o *feedback* do planejamento estratégico, serve também para antecipar futuros problemas que podem acontecer ao longo do projeto, para assim minimizar os riscos para a empresa, podendo diminuir as reduções do custo, fazer novas inovações e investir em tecnologias.

Gráfico 2: Taxa de sobrevivência de empresas de 2 anos, para empresas constituídas em 2006, por região do país.



Fonte: SEBRAE (2015)

A utilização do planejamento estratégico e financeiro pode auxiliar no processo de tomada de decisão, haja vista aumento no número de micro e pequenas empresas que vem crescendo no Brasil. Considerando que as empresas de pequeno porte vêm se destacando e com a taxa de sobrevivência maior, é importante que se façam planos bem elaborados tendo informações necessárias que facilitam na administração da empresa, tendo maior crescimento com uma visão mais ampla do futuro.

O mais importante é entender que desenvolver um planejamento - estratégico - significa a adoção de um modelo voltado a pesquisa, que busque informações que subsidiem o futuro da empresa. Não é adivinhação.

Planejar estrategicamente significa conhecer (e acompanhar) o presente, perceber as próprias limitações e prerrogativas e trabalhar para que o futuro seja melhor, por meio da adoção de políticas e diretrizes que nos assessoram. Planejamento não é um fim em si mesmo, mas um processo que nos permite, se bem implementado, acompanhar as alterações dos meios, interior e exterior, aproveitando as oportunidades e transformando as ameaças em possibilidades de crescimento (OLIVEIRA, 2003, p. 108).

A administração estratégica planeja a transformação da capacidade da empresa em uma nova cultura, capaz de se adaptar ao ambiente (ANSOFF; DECLERK; HAYES, 1981). Segundo estes autores, traçar uma estratégia financeira eficiente é fundamental para o sucesso dos negócios, principalmente nas pequenas empresas, pois um maior número de mortalidade acontece nessas empresas de pequeno porte devido a problemas com o planejamento e controle financeiro, portanto, elaborar uma estratégia financeira deverá proporcionar resultados satisfatórios auxiliando na sustentabilidade em seus empreendimentos.

Características do Planejamento Financeiro

Segundo Gitman (2004), os planos financeiros e orçamentários são os principais fatores que ajudam a estabelecer um roteiro para atingir os objetivos da empresa, pois refletem em todos os setores, funcionando como mecanismo de controle para as demais atividades. Um dos principais objetivos de uma empresa é a criação e obtenção de valor, destacando-se a maior taxa possível de retorno do capital e obtenção de recursos financeiros. O planejamento financeiro é bem relacionado com o orçamento de caixa da empresa, preocupando-se em garantir os objetivos e planos traçados na operação da empresa para que sejam viáveis e coerentes.

Teló (2010, p. 99) afirma que,

O planejamento financeiro estabelece o modo pelo qual os objetivos financeiros das empresas podem ser alcançadas e é desenvolvido fundamentalmente por meio de projeções, que procuram estimar mais aproximadamente possível a posição econômico-financeiro esperado. Ele compreende a programação avançada de todos os planos da administração financeira e a integração e coordenação destes planos com os planos operacionais de todas as áreas da empresa.

É muito importante, de forma geral, entender que o planejamento para as pequenas empresas, pode ser ramificado em planos financeiros para diminuição de

risco para o alcance de objetivos, sendo diretamente relacionado à potencialidade de crescimento da empresa.

Função da área financeira nas organizações

Finanças é a ciência da gestão do dinheiro. Assim, tudo o que envolve investimento, captação de recursos, gerenciamento de valores, tomada de decisão financeira são foco do estudo da finança quando ciência, (GITMAN 2006). Segundo o autor, quando se planeja uma análise financeira antecipadamente é possível no decorrer de seu processo que apareça os resultados satisfatoriamente, através de dados reais, demonstrando em forma de planilhas e documentos físicos, daí a eficácia de se fazer um bom planejamento de finanças e do poder de barganha que isso proporcionará dentro do caixa da empresa, para prováveis investimentos, atingindo maior retorno da sua receita investida, minimizando os gastos e custos desnecessários, ou seja, a certeza que as ações acontecerão conforme o cronograma do planejamento para o alcance dos resultados desejados.

O planejamento financeiro é um aspecto importante para o funcionamento e sustentação da empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos afirma Gitman (1997). Esta ferramenta é importantíssima, pois irá direcionar as ações da empresa e ajudar no controle da movimentação dos principais projetos que esta dentro do planejamento estratégico, com ele é possível que se obtenha uma maximização dos recursos financeiros, gerando, assim, um crescimento e o desenvolvimento na gestão financeira, tendo como únicos responsáveis por estas decisões, os gestores.

A importância da ferramenta de fluxo de caixa aplicada no estudo de caso da Empresa Baggio Ltda.

O Estudo de Caso foi realizado na empresa Supermercados Baggio Ltda. É uma empresa familiar, que iniciou suas atividades no ano de 1986. É administrada pelo Sr. João Luiz Baggio, juntamente com seus filhos. O estabelecimento, objeto desta pesquisa, atua no ramo de comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância da comercialização de produtos alimentícios, material de limpeza e de higiene e bebidas em geral.

O planejamento financeiro da empresa é feito pelo proprietário com base na média dos faturamentos e das despesas apresentadas nos últimos meses, visando a realização dos projetos de investimentos do varejo, do pagamento em dia das suas obrigações ou da obtenção de novos empréstimos junto a instituições financeiras.

Na análise do estudo de caso, percebeu-se que o gestor atribui considerável destaque à ferramenta Demonstrativo de Fluxo de Caixa – DFC, ferramenta esta que, para as pequenas empresas, operacionaliza o funcionamento e o auxílio no saneamento de problemas. A proposta do DFC deve ser eficiente e efetiva no desenvolvimento de projetos empresariais no contexto interno, evitando desperdícios, proporcionando uma visão mais ampla da situação real da empresa e, se planejado antecipadamente para futuros investimentos, além de possíveis alavancagens financeiras, proporciona o crescimento sustentável.

Verificou-se no estudo de caso, com base nas funções do gestor, a utilização do instrumento DFC em suas análises financeiras, demonstrou informações de resultados, caracterizando-os como positivos, entretanto, os valores reais da empresa não estão disponíveis, pois, de acordo com a pesquisa analisada, o administrador informou apenas os benefícios da ferramenta do DFC no contexto da empresa em estudo, no entanto, os autores já citados, convergem em relação a proposta utilizada pelo varejo deste estudo de caso, tornando-se importante acrescentar que a ilustração numérica da empresa Baggio não informa a realidade das projeções financeiras.

Observou-se, com base na pesquisa bibliográfica, que as pequenas empresas, de forma geral, não utilizam a operacionalização da ferramenta DFC, pois muitas não têm capacitação técnica para utilização satisfatória e não existe uma obrigatoriedade, por legislação/ou por prática de eficiência comprovada. Com base na análise da empresa referenciada neste estudo, foi possível identificar como sendo um diferencial a aplicação do DFC, conferindo importância aos controles, administrativo, planejamento e financeiro da empresa Baggio Supermercados.

Analizando a possibilidade de maximização da rentabilidade e retorno necessário para a empresa, utilizou-se a ferramenta de Administração Financeira para auxiliar no planejamento estratégico da empresa e verificação do retorno do

seu investimento, além de ter condições de controlar a movimentação de entrada e saída financeira da organização.

Para que seja possível um crescimento sustentável, melhoria e captação de recursos financeiros apontou-se a necessidade de diminuição do capital de terceiros, pois pode afetar a lucratividade do negócio, caso não seja levado em consideração os seguintes fatores: a utilização de um planejamento estratégico financeiro; todas as áreas da empresa estarem interligadas ao fluxo de caixa e um bom regime de competência, sendo assim, a empresa pode acabar acarretando resultados descontinuados e negativos, porém de posse da projeção será possível identificar pontos fortes e fracos, inclusive a necessidade de captar recursos de terceiros.

Neste contexto Zdanowicz (1986, p. 47) afirma que,

O fluxo de caixa é o instrumento essencial para a administração do disponível e sucesso da empresa, em termos de planejamento de controle financeiro. É o instrumento mais útil e preciso para levantamentos financeiros a curto e longo prazo. A empresa que mantém continuamente o seu fluxo de caixa atualizado poderá dimensionar com mais facilidade o volume de ingresso e desembolsos dos recursos financeiros, assim como fixar o seu nível desejado de caixa para o período seguinte.

O fluxo de caixa tem como finalidade controlar e planejar as finanças das empresas e serve de base para o administrador analisar e se antecipar às necessidades econômicas do negócio, considerando sempre os prazos para serem cumpridos. Utilizando-se o fluxo de caixa, permite ao gestor se organizar quanto às entradas e saídas do caixa, programando-se para sanar suas obrigações no seu devido tempo.

Conclusão

Depois de realizada a Pesquisa Bibliográfica com a finalidade de utilizar ferramentas que ajudem no crescimento integrado podendo inclusive ser diversificado, notou-se a importância do planejamento estratégico financeiro para as micro e pequenas empresas porque proporciona uma estrutura sólida e alavanca as vendas de forma consciente, ou seja, tem-se o controle de tudo que sai e entra dentro do fluxo de caixa.

Foi alcançado o objetivo geral, o de demonstrar que o planejamento estratégico financeiro é uma estrutura bem elaborada com metas e prazos determinados para serem atingidos, adquirindo, dessa forma, uma visão abrangente do todo, norteando assim decisões mais precisas dos propósitos definidos da alta gestão, tendo a certeza da escolha correta.

Foram alcançados os objetivos específicos, uma vez que, com a estrutura do planejamento estratégico financeiro, verificou-se muitas oportunidades para se obter uma captação de recurso para a empresa através de juros mais baixos, planos de investimentos, alavancagem das vendas e qual a linha de crédito que a empresa pode adotar de acordo com as suas condições para atingir o retorno do projeto. Já um segundo objetivo específico, foi alcançado, uma vez que foi possível identificar que, através da ferramenta do fluxo de caixa que o gestor da empresa Baggio utilizou para organizar as finanças de sua empresa elaborando o preço de vendas e identificando os custos fixos e variáveis, tem-se uma visão de como se encontra a empresa e de suas reais necessidades evitando possíveis falhas.

Foi possível confirmar o pressuposto teórico no qual aponta que as estratégias financeiras estruturam o condicionamento da operacionalidade da lucratividade das pequenas empresas, com o objetivo, em curto prazo, de torná-las eficazes. Além da postura metodológica dos processos, as considerações empresariais se tornam mais eficientes e efetivas no contexto negocial, pelo fato do planejamento ser uma ferramenta essencial na gestão de qualquer empresa, sendo também uma técnica que oferece muita segurança na obtenção dos objetivos e metas traçados dentro do projeto estipulando um caminho a ser seguido para que tudo seja cumprido dentro do cronograma estabelecido, caso contrário, dificilmente a empresa será bem sucedida.

Conclui-se que é de suma importância fazer um planejamento estratégico financeiro bem elaborado, no qual pode haver uma estrutura divergente aos anseios internos e externos dentro de qualquer empresa evitando assim possíveis erros, preparando-se para lidar com qualquer tipo de problema que possa surgir como, por exemplo: recursos humanos; financeiros; materiais e tecnológicos. Este planejamento visa minimizar os riscos que todo negócio envolve e, por este motivo, todas as decisões devem ser definidas e baseadas no conhecimento e não apenas em

intuições que os gestores de micro e pequenas empresas fazem. Conhecer a ferramenta do planejamento estratégico acredita-se que a empresa ira prosperar ainda mais utilizando os planos que foram traçados dentro do projeto.

Como continuidade dessa pesquisa verificou-se a necessidade de uma pesquisa mais ampla com foco de sistema de informação gerencial e na estrutura de banco de dados no intuito de se obter informações em tempo real que sejam determinantes para as tomadas de decisões.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Ailton G. **Fundamentos de Gestão Financeira**. São Paulo. Editora Sol, 2012. Nota: Este volume foi publicado nos Cadernos de Estudos e Pesquisa da UNIP, Série Didática, XVII,n. 2-052/12, ISSN 1517-9230.

ALMEIDA, Tatiane M.A.L.A.; ALVARENGA,Lúcio I.A. O Fluxo de Caixa nas Micro e Pequenas Empresas: um estudo para as empresas varejistas de autopeças do setor campinas. **Semana Acadêmica**, Fortaleza, v.01, n.12, ago.2013. Disponível em: <<http://semanaacademica.org.br/artigo/o-fluxo-de-caixa-nas-micro-e-pequenas-empresas-um-estudo-para-empresas-varejistas-de>>. Acesso em : 10 out. 2017.

ARAÚJO, Adriano.; TEIXEIRA, Elson.M.; LICÓRIO, C. A Importância da Gestão no Planejamento de Fluxo de Caixa para o Controle Financeiro de Micro e Pequena Empresas. **Redeca**, São Paulo , v.2, n.2. Jul-Dez. 2015. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/redeca/article/download/28566/20053>>. Acesso em: 03 set. 2017.

BOMFIM, Carlos A.G.P. Planejamento Financeiro e Orçamento Operacional em uma Microempresa.**Lume**, Porto Alegre, 53 p., 2007. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/21951/000634148.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2017.

MACHADO, Karina.V. Planejamento Financeiro de uma Pequena Empresa de Móveis. **Lume**, Porto Alegre, 65 p. 2008. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18001/000653075.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2017.

NEVES, Marcos F. **Planejamento e Gestão Estratégica de Marketing**: Cap. 5 Estrategiass para Atingir os Objetivos. São Paulo: Atlas, 2006. v. 1. ISBN 85-224-4173-1.

Pequenas Empresas & Grandes Negócios. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/busca?q=PLANEJAMENTO+ESTRATEGICO>>. Acesso em:24 jul. 2017. **SEBRAE**, Tema Planejamento. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/planejamento?codTema=9>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

SILVA, Jairo B.; FERREIRA, Ademilson. A Importância do Fluxo de Caixa Como Ferramenta Fundamental na Média e Pequena Empresa. Inf.Br, **Garça**, n.12 Jun 2007. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/2BbFGJ6GucodW hr_2013-4-29-16-28-38.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2017.

TACINARI, Carlos. **Captação de Recursos: quais as principais fontes de recursos disponíveis**. Disponível em : <<http://www.blbbrasil.com.br/artigos/captacao-de-recursos-quais-as-principais-fontes-de-recursos-disponiveis-html/>>. Acesso em: 29 out. 2017.

VIECELI, Dayane. Planejamento Estratégico e Financeiro para Micro, Pequena e Médias Empresas. **Uniedu**, Videira, 107 p. 2010. Disponível em: <<http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2014/01/Dayane-Vieceli.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2017.

ZINI, Jaime. Gestão e Análise Financeira em uma Pequena Empresa: o caso do supermercado Baggio. **Lume**, Caxias do Sul, 56 p, 2010. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/29778>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

A Ferramenta Pós-Venda na Gestão Mercadológica

The Post-Sale Tool in Marketing Management

Letícia Bertelli Golin¹
Rafael Nubiato de Oliveira²
Silvio Mandarano Scarsiotta³
Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

Esta pesquisa se destaca pela análise e desenvolvimento da operacionalização da gestão mercadológica diante da ferramenta do pós-venda, a qual será abordada neste artigo, utilizando como referência uma concessionária automobilística multinacional. Para que estratégia seja eficiente, dota-se o gestor mercadológico de funções que o permite executar tarefas de maneira que possa garantir os resultados esperados. O pós-venda busca ser um processo de competitividade no tocante aos parâmetros de atendimento às necessidades do cliente, priorizando a oportunidade de fidelização. A fundamentação teórica deste artigo foi realizada através de pesquisa bibliográfica e estudo de caso da empresa Ville Renault, de Araçatuba-SP, atuante no ramo automotivo comercial.

Palavras Chaves: Fidelização, Gestão Mercadológica, Pós-Venda.

ABSTRACT

The importance of this research is highlighted by the analysis and development of the operationalization of the marketing management, in view of the post-sale tool, which will be approached in this article, using as reference the multinational automobile dealer, Ville Renault in the Aracatuba region. In order for this to be efficient, the marketing manager must be equipped with functions that enable him or her to perform their tasks in a way that guarantees the expected results. The post-sale seeks to be a process of competitiveness regarding the parameters to meet customer needs, prioritizing the opportunity for loyalty. The theoretical basis of this article was carried out through a bibliographical research and a case study was also carried out at Ville Renault de Aracatuba-SP, where its branch is the commercial automotive.

Keywords: Loyalty, Market Management, After Sales.

Introdução

¹ Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

³ Administrador, Mestre em Administração Estratégica; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

Em um mercado competitivo, as empresas devem adotar estratégias para obtenção de vantagens competitivas e que possam, no decorrer da dinâmica evolutiva, se sustentar. Neste contexto, o relacionamento comercial, conjugado à estratégia de retenção de clientes, torna-se uma alternativa atrativa.

A gestão mercadológica, quando aplicada de forma correta na empresa, auxilia na conquista e manutenção de um bom relacionamento com os seus clientes. No entanto, uma das condições para o êxito de tal estratégia é a ferramenta comercial de pós-venda, objetivando, no contexto empresarial, a oportunidade da ação de fidelizar seus clientes.

O artigo teve como objetivo geral identificar as ferramentas utilizadas na operacionalização da gestão mercadológica. E como objetivos específicos, analisar o desenvolvimento do pós-venda no processo de uma concessionária automobilística multinacional e apontar as estratégias que a concessionária Renault de Araçatuba-SP adota com a ferramenta de pós-venda.

O pressuposto teórico da pesquisa é o de que o pós-venda, com base nas técnicas de gestão comercial, é importante para facilitar o processo de identificação das necessidades do cliente do setor automobilístico e, como resultado esperado, o aumento do relacionamento. O pós-venda está diretamente ligado aos indicadores de satisfação em relação ao cliente, pois é determinante para o sucesso comercial do processo da venda, além do desenvolvimento de um contexto de vantagens, determinadas pela empresa e aceitas pelo comprador, resultando em benefício para ambas as partes envolvidas no processo comercial.

A concessionária deve estar consciente da importância dos seus clientes e colaboradores, tratando-os como elementos básicos para o sucesso da ferramenta pós-venda, percebendo que somente podem crescer se forem capazes de atingir o retorno dos investimentos. Portanto, programas voltados à criação de valor para a tentativa de retenção de clientes, como as atividades pós-vendas, devem responder às necessidades, muitas delas, específicas de cada cliente, racionalmente visando sua viabilidade financeira.

Conceito Funcional da Mercadologia

Pôde-se definir a gestão mercadológica como uma ferramenta administrativa

que planeja, executa e controla o relacionamento de uma empresa com seu ambiente, tendo como objetivo de satisfazer necessidades e desejos de seus clientes.

A administração percebe que as necessidades de clientes são mais fundamentais do que de produtos específicos. (KOTLER, 1967, *apud* RICHERS, 1972, p. 36)

Para que a comunicação da empresa com o mercado possa ser contínua e compensadora para ambas as partes, será preciso determinar funções ao gestor mercadológico e provê-lo com instrumentos que desempenham suas funções e obrigações, sendo elas: a análise, adaptação, ativação e avaliação. (RICHERS, 1972)

Análise: é o processo contínuo de investigação das condições e a intensidade das forças vigentes no mercado. Através da análise, o gestor mercadológico procura manter-se informado sobre aquilo que acontece no mercado para tomar suas decisões com mais segurança e flexibilidade, avaliando novas oportunidades do processo mercadológico.

Adaptação: visa ajustar as características do produto e/ou serviço adaptando-o e adequando-o às condições externas e aos desejos do consumidor, tanto na apresentação tangível e intangível do mesmo, para que se aproxime ao máximo da imagem de qualidade que o comprador avalia para dar-lhe preferência.

Ativação: é a criação de utilidades de tempo e local ao colocar o produto à disposição do cliente, na hora e no lugar em que o mesmo deseja. Assim, procura-se estabelecer e manter abertas as suas vias de comunicação com o mercado, deve-se utilizar as mesmas como canais de informação, com o intuito de receber um feedback dos resultados.

Avaliação: são metas e resultados baseados em padrões de controle, com o intuito de facilitar a fundamentação do sistema mercadológico. Esses padrões de controle referem-se a definições e a normas de eficiência estabelecidas pela gerência, para medir a performance da equipe de vendas.

Promover a integração entre as quatro funções é a função mais árdua do gestor mercadológico, pois exige o domínio sobre as mesmas e a capacidade de conjuga-las na medida certa ou de maneira mais racional, a fim de não desperdiçar recursos e tirar o máximo de proveito do mercado e encarar a concorrência.

Segundo Kenyon (1958, *apud* BARIAN, 1972, p. 53), [...] *a mercadologia*

significa a utilização de todos os recursos de uma empresa para obtenção de lucros através de um volume adequado de vendas.

Por volta de 1910, nos Estados Unidos, começou-se a desenvolver-se o conceito de mercadologia, o qual provocou alterações nas funções do gestor de vendas e na organização da empresa, de um modo geral. Antes do surgimento do conceito, os gerentes de vendas executavam algumas funções, sendo uma delas o planejamento de vendas, que determinava o número de vendedores e as suas rotinas, principalmente a administração dos consultores de vendas e o recrutamento, treinamentos e o controle em geral. (BARIAN, 1972)

Nos Estados Unidos, em 1950, surgiu entre as empresas e os círculos acadêmicos, o que viria a ser chamado de novo conceito mercadológico. O processo acontecia antes da fabricação do produto, para assegurar a aceitação no mercado. Era necessário analisar as necessidades, tipo de materiais, produtos com características que se adequassem a para satisfação do consumidor. Estas análises visavam diagnosticar as necessidades reais dos consumidores. Tudo isso, sob a supervisão do gestor mercadológico.

O processo mercadológico visa a aceitação do produto ao consumidor final, pois o mesmo não termina na venda, sendo necessário oferecer a qualidade no produto e manter a satisfação do cliente.

O consumidor é o centro de operações da empresa e toda a organização deve funcionar tendo em vista satisfazê-lo. (BARIANI, 1972, p. 64).

As técnicas e as metodologias da mercadologia procuram conferir as ferramentas necessárias para conquistar um mercado e posicionar um produto ou uma marca na mente dos consumidores.

A influência da ferramenta pós-vendas para a fidelização dos clientes no setor automotivo

O atendimento ao cliente surgiu como uma arma competitiva para os anos 90, uma era marcada não mais pelo foco no produto e sim no cliente. Com essa filosofia, as empresas começaram a incorporar serviços aos produtos e oferecer um atendimento eficaz aos clientes. (TEIXEIRA, 2006)

Não basta mais a simples entrega de um produto e/ou serviços, a empresa deve criar maneiras para que possa dialogar com o consumidor. O atendimento deve

ser o mais preventivo e não reativo, a empresa não deve esperar que o seu cliente a procure.

Os clientes insatisfeitos com um produto e/ou serviço não o utilizam novamente e nem recomendam o mesmo fornecedor. Em muitos casos, não se sabe por que o mesmo saiu insatisfeito. Muitas vezes, pode-se atacar o problema de forma rápida e atenciosa, tentando trazê-lo de volta.

Segundo Kotler (1999, *apud* RICHERS, 1972, p.16), [...] *qualidade significa não só ausência de defeitos, mas também que o produto oferece a satisfação que o cliente busca.*

A empresa deve passar um bom conhecimento e uma gestão clara aos seus clientes, demonstrando considerar o fator fidelização e satisfação, investimento em seus colaboradores e também no departamento de marketing.

Com a competitividade do mercado, as empresas estão sendo forçadas a ter criatividade diante do atendimento rápido e de qualidade ao seu cliente, fidelizando e conquistando o mesmo. O fracasso da qualidade pode distanciar o seu cliente e direcioná-lo para a concorrência.

Segundo Gale (1996, *apud* TEIXEIRA, 2006, p. 21), [...] *o primeiro passo para alcançar a liderança em qualidade percebida pelo mercado, é entender o que o leva o cliente a optar por um produto ou serviço.*

Com a concorrência cada vez mais acirrada, e novas marcas surgindo constantemente no mercado, é preciso criar soluções para a empresa se manter. Assim, o pós-venda consiste em um conjunto de atividades voltadas para conseguir o cliente, mantê-lo, conquistá-lo e conseguir trazê-lo de volta, já que uma compra efetuada com sucesso sempre traz frutos positivos para a empresa.

As estratégias são traçadas de acordo com as metas das empresas e tendo como foco conseguir alcançar o objetivo final, trazendo benefícios satisfatórios para empresa, sobretudo, dando ênfase na preocupação com as opiniões de clientes e fornecedores, sempre verificando os níveis de satisfação e a adoção de uma postura aberta a possíveis mudanças. Pode-se implementar práticas para a eficácia do pós-venda, influenciando a avaliação do cliente, com isso, o mesmo decide ser fiel ou não aos serviços e produtos, sendo assim, o pós-venda pode ser decisivo.

Para movimentar ainda mais o setor, as concessionárias, por exemplo, buscam soluções para que o orçamento não fique à mercê apenas da venda de carros zero quilômetro, mas sim, no retorno do cliente para uma manutenção, compra de peça ou instalação de um acessório em seu veículo, assegurando o comprador a encontrar garantia e confiabilidade. Sendo assim, o indivíduo passa a dar fluxo à loja em todos os setores disponíveis.

Todos os planos de vendas dependem da equipe atuante na concessionária, procurando entender todas as necessidades para cativar o comprador.

Os clientes esperam que o serviço pós-venda seja um atributo do produto, tanto quanto a qualidade, o design, seu rendimento e o preço. A satisfação que um produto proporciona não é relacionada apenas ao produto em si, mas também ao pacote de serviços que o acompanha. A função do pós-venda é garantir esta satisfação, ajudando a fidelizar o cliente e divulgar a boa reputação da empresa também para outros possíveis compradores.

Estudo de Caso: Ville Renault

O Estudo de Caso, na filial de Araçatuba, foi realizado na empresa Ville Rio Preto Comércio de Veículos e Peças Ltda, conhecido como Ville Renault, que está há mais de 10 anos no mercado do setor automotivo. É liderado pelos gestores Alexandre Bozola e Luciano Olivi, iniciado em abril de 2006.

O objetivo da empresa é trazer o melhor para os seus clientes, a excelência no atendimento e a satisfação dos mesmos. Com isso, contribuiu para o rápido crescimento do grupo Ville, dentro da marca Renault.

Com todo o seu desenvolvimento, surgiram novas filiais localizadas em Votuporanga, Catanduva, Araçatuba e sua matriz em São José do Rio Preto. A empresa visa à venda de veículos novos e usados, a venda de acessórios, peças e dando assistência, garantias aos seus clientes.

O crescimento da Ville não consiste apenas na ampliação de concessionárias, há um intenso trabalho para atender a necessidades dos clientes e colaboradores e, diariamente, são feitos investimentos no capital humano da empresa e em todos os detalhes para que a qualidade dos produtos e serviços seja constante e cada vez mais aprimorada.

Pontos Fortes do Pós-Venda

A empresa incentiva seus funcionários ao crescimento profissional, proporcionando cursos em diversas modalidades, oferecendo recursos para melhoria no atendimento ao cliente e aprendizagem de novos métodos para o avanço da tecnologia, trazendo assim, qualidade no atendimento, na satisfação dos cliente e novos conhecimento, tanto para a concessionária quanto para vida profissional dos funcionários.

O consultor do grupo revela que, de fato, muitas montadoras encaram o pós-venda como uma necessidade e não um nicho rentável de negócio, fazendo com que as concessionárias mudem seus pensamentos para atrair cada vez mais todo tipo de cliente. Ele explica que, hoje, algumas redes mais profissionalizadas já perceberam o potencial deste negócio, porém ainda falta a capacidade profissional.

A Renault investe em três tipos de serviços especializados no setor do pós-venda, sendo eles: atendimento ao cliente; qualidade e serviços especializados. Apesar do momento difícil do setor automotivo, a concessionária está sempre otimista com a rede de pós-venda, usufruindo de uma janela de oportunidades.

Uma forma de atrair o cliente é investindo no Renault Minuto, cuja premissa é fazer atendimentos rápidos sem a necessidade de agendamento prévio. De acordo com os dados analisados, já são 18 unidades do Renault Minuto no Brasil e a previsão é chegar a 25 até o final do ano, baseados em dados do ano de 2016.

Quando o assunto é praticidade e agilidade, a Renault sempre sai na frente. O serviço Renault Minuto, com praticidade e agilidade, oferece uma equipe altamente especializada para fazer a manutenção de um carro em tempo recorde, com muita segurança e preços altamente competitivos. Os serviços checam 21 pontos de segurança sem qualquer custo. Dentre eles: correia; nível do líquido de arrefecimento; óleo; líquido da direção hidráulica; fluído de freios; limpador de para-brisa; bateria; palhetas; lanternas, luz de setas; luz de ré e de emergência; amortecedores traseiros e dianteiros e pneus.

A concessionária Ville Renault visa atrair clientes, ganhando credibilidade e confiança dos mesmos, com a promoção *Check-Up* Premiado Renault, válida para pessoas físicas ou jurídicas. Ao realizar um serviço ou adquirir peças e acessórios da marca, com valor total mínimo de R\$ 200,00, concorrem a prêmios instantâneos e a

três Sandero zero quilômetro. A promoção coincide com o período de férias escolares, em que os clientes têm mais disponibilidade para visitar as concessionárias para a realização de serviços nos carros.

Figura 1: Campanha Promocional



Fonte: Ville Renault (2017)

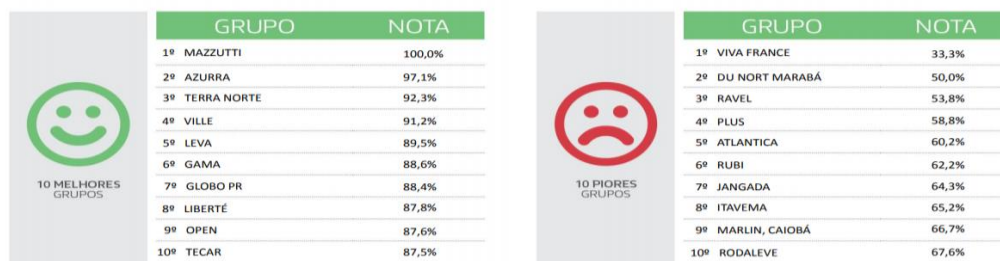
Dentro dos padrões de qualidade vigora um resultado positivo na satisfação do cliente, onde se engloba o bom atendimento, a satisfação em encontrar o produto desejado, demonstrar transparência e respeitar prazos. Esse controle é realizado através do Serviço de Atendimento ao Cliente SAC, tendo assim, por meio de pesquisas, um resultado do grau de satisfação do cliente com a concessionária. Nesse contato, o cliente diz, por meio de nota, sendo que abaixo de 7 entende-se que é um resultado ruim para todo o grupo.

Tendo um resultado abaixo do esperado, ou seja, notas abaixo de 7, cabe a gerência analisar os pontos fracos que precisam de atenção, juntamente com a sua equipe, sugerindo a participação com responsabilidades em treinamentos específicos na qualidade e satisfação do cliente, podendo também ser sugerido pelo gerente reuniões semanais com dinâmicas diversas.

Os colaboradores melhor treinados estarão mais seguros para um melhor atendimento ao cliente, tendo como objetivo fazer com que a satisfação do mesmo aumente o grau de qualidade da concessionária.

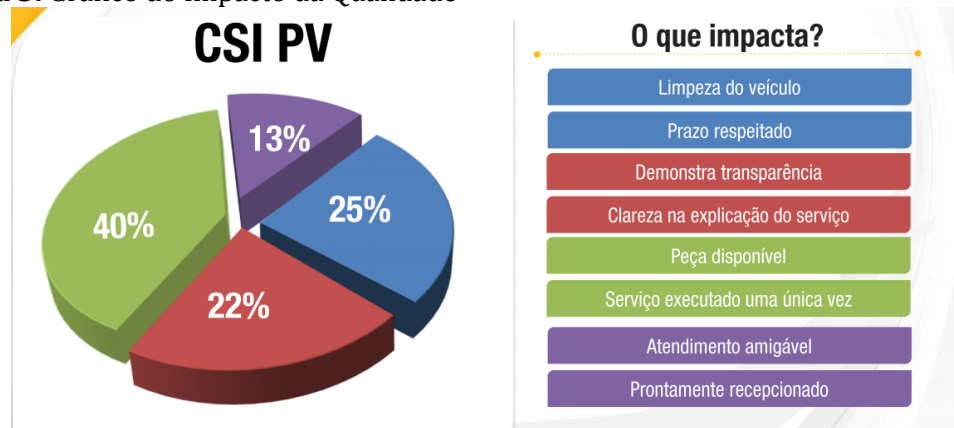
Figura 2: Percentual da Satisfação dos Clientes

QUALIDADE REDE I NOTA 3 MESES CSI PV - JUNHO



Fonte: Ville Renault (2017)

Figura 3: Gráfico do Impacto da Qualidade



Fonte: Ville Renault (2017)

No setor de pós-venda, a concessionária Renault recebeu o prêmio de bicampeã Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, na Categoria Automóveis, reconhecido como a montadora com o melhor atendimento e compromisso de qualidade no seu relacionamento e confiança com o cliente

Baseado nos dados analisados da empresa Ville Renault, a concessionária está sempre disposta a incentivar seus colaboradores com cursos e dinâmicas, adquirindo diversos retornos a longo prazo. Porém, a estrutura oferece um ritmo de trabalho que poderia ser organizado em um todo, para chegar assim a um aperfeiçoamento satisfatório.

Conclusão

A partir dos dados analisados, considerou-se que a gestão mercadológica é uma forma de controlar o relacionamento entre os clientes e as empresas, com a oportunidade de melhorar a satisfação dos mesmos. Para isso, o gestor mercadológico deve procurar o domínio das suas quatro funções, analisar, adaptar, ativar e avaliar. O administrador mercadológico deve conjugá-las nas medidas certas para que não haja desperdício de recursos e encarar a concorrência.

Para que tudo isso ocorra, as ferramentas identificadas pela gestão mercadológica, utilizadas no setor de pós-venda, ajudam na fidelização de cliente e trazem um bom atendimento, surgindo um leque de possibilidades através do marketing, trazendo a motivação para o colaborador e afetando, assim, uma grande satisfação para os clientes.

Por meio do estudo de caso realizado em uma concessionária automobilística nacional, foi encontrado novos conhecimentos e aprimoramentos para o avanço na melhoria do atendimento ao cliente e satisfação dos seus profissionais. A Renault investe em praticidade e agilidade em seus serviços especializados no setor de pós-venda.

Os objetivos foram alcançados, uma vez que as ferramentas da gestão mercadológica foram utilizadas no desenvolvimento do processo de melhoria da satisfação do cliente, iniciando um padrão de qualidade junto ao pós-venda da Renault de Araçatuba-SP.

O pressuposto teórico foi confirmado, respondendo à pergunta problema, no qual a empresa apresentada no estudo de caso incentiva os seus colaboradores através de treinamentos, transmitindo conhecimentos que ajudam o mesmo a identificarem-se com o produto e passarem credibilidade ao cliente. Com o processo desenvolvido pela empresa, o colaborador consegue identificar com mais facilidade as necessidades dos clientes, resolvendo seus problemas com agilidade e eficiência, cativando o cliente e passando uma visão positiva da empresa. Como consequência, tem-se o aumento e a eficácia do relacionamento entre empresa e cliente.

A empresa está sempre investindo em seus funcionários, através de cursos e dinâmicas de grupos, objetando retornos a longo prazo, aumentando sua credibilidade e atraindo clientes com sua confiança.

Uma sugestão para futura pesquisa seria efetuar uma análise do grau de interligação das funções, entre os profissionais no ambiente de trabalho.

Referências Bibliográficas

BARIAIN, Haroldo. As funções do administrador de vendas sob o impacto de novos conceitos. In: Fundação Getúlio Vargas. **Ensaio de administração mercadológica**. 1. ed. Rio de Janeiro: GB, 1972. p. 51-68.

LEITE, Alex A.. **Gestão Mercadológica**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/producao-academica/gestao-mercadolologica/2569/>>. Acesso em: 07 ago. 2017.

RENAULT, Ville. **Institucional**. Disponível em: <<http://www.villerenault.com.br/sobre>> Acesso em: 07 ago. 2017.

RICHES, Raimar. A emancipação do administrador mercadológico. In: Fundação Getúlio Vargas. **Ensaio de administração mercadológica**. 1. ed. Rio de Janeiro: GB, 1972. p. 03-28.

_____. Um conceito funcional de integração mercadológica. In: Fundação Getúlio Vargas. **Ensaio de administração mercadológica**. 1. ed. Rio de Janeiro: GB, 1972. p. 29-50.

TEIXEIRA, Rosângela G. T.. **A importância da qualidade no atendimento a clientes no pós-venda: O exemplo da Toyota**. Rio de Janeiro. Universidade Candido Mendes, 2006.

A Importância da participação do setor de Recursos Humanos no Planejamento Estratégico das organizações

The Importance of the Human Resources sector's participation in the Strategic Planning of organizations

Larissa Barbosa Evangelista¹

Mário Sérgio Garcia²

Celso Roberto Dias³

Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

A competitividade no mercado dos dias atuais vem exigindo cada vez mais que as organizações procurem inovação e se reinventem constantemente, o que faz com que seja de extrema importância a construção de um planejamento estratégico que estruture as ações da empresa em busca de seus objetivos de forma mais eficiente, a fim de obter vantagens competitivas sobre seus concorrentes. Neste cenário, o setor de Recursos Humanos mostra cada vez mais a sua importância nesse processo, fazendo com que através de suas ferramentas se constitua um capital humano qualificado, o qual tenha a consciência de sua filosofia, ideais e que caminhem juntos para atingir seus objetivos.

Palavras – chave: Organização, Planejamento, Recursos Humano.

ABSTRACT

Nowadays, competitiveness in the marketplace increasingly demands that organizations seek innovation and constant reinvention of themselves. This makes it extremely important to formulate a strategic plan of action which guides the company in pursuit of its goals in a more efficient manner, in order to obtain advantages over its competitors. The Human Resources sector increasingly shows its importance in this process, which through its tools creates a qualified staff that is aware of the company's philosophy and ideals, and works together to achieve its goals.

Keywords: Organization, Planning, Human Resources.

Introdução

O presente artigo refere-se à importância do Planejamento Estratégico na organização como sendo uma peça fundamental para o desenvolvimento, aperfeiçoamento e aproveitamento de todas as funções humanas e processos

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

³ Contador, Administrador, Graduado em Administração e Contabilidade, Financeira e Auditoria; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

institucionais, utilizando das ferramentas do setor de Recursos Humanos na seleção de pessoas, alinhadas ao Planejamento Estratégico.

O artigo teve como objetivo geral, estudar os processos de implementação do Planejamento Estratégico nas empresas. E como objetivos específicos, verificar o quanto a participação do setor de Recursos Humanos no processo de seleção de pessoas pode influenciar na qualidade do Planejamento Estratégico e avaliar a forma como o setor de Recursos Humanos aplica sua ferramenta de processo de seleção, para adquirir um capital humano qualificado, conquistar a aceitação e comprometimento de todos os integrantes com os objetivos organizacionais.

O pressuposto teórico é o de que a gestão de Recursos Humanos, na aplicação do processo de seleção, traz benefícios ao Planejamento Estratégico da empresa, pois auxilia nos objetivos com a elaboração de planos estratégicos para a tomada de decisão. Na revisão da literatura voltada à temática em questão, identificou-se as formas e ferramentas necessárias para melhor realizar e desenvolver o Planejamento Estratégico, organizando o estudo do artigo em primeiro plano alinhando conceitos e teorias. Na sequência, optamos por abordar as ferramentas que podem ser aplicadas, com suas vantagens e desvantagens ao ser escolhidas na implementação. Posteriormente, realizou-se um estudo de caso da empresa Toyota Motor Corporation, baseado em matéria publicada pela Revista Exame em 18 de fevereiro de 2011, na qual relata sobre as suas estratégias e filosofia para melhor empenho empresarial, como é conhecido mundialmente.

A metodologia utilizada foi a elaboração de pesquisas bibliográficas, enriquecidas com atualidades tecnológicas voltadas ao recrutamento e seleção de pessoas, como fundamentação para a pesquisa, o estudo de caso avaliou e identificou as teorias aplicadas na Toyota, uma organização mundialmente conhecida e considerada como exemplo a ser seguido no ramo automobilístico.

A construção do Planejamento Estratégico nas organizações

O Planejamento Estratégico deriva-se do conjunto de ações a serem implantadas no futuro, decididas em geral pela alta cúpula das organizações, tomando-se como base todos os fatores que possam exercer alguma influência na organização. (OLIVEIRA, 2005)

Neste processo são levantadas informações internas como cronogramas de trabalhos, relatórios financeiros, estratégias de marketing, gestão administrativa, gestão de pessoal e todos os aspectos que diagnosticam o andamento da empresa. Também tão importante quanto às informações internas são as informações externas como ação de concorrentes, condições econômicas, alterações de legislação, situação de mercado, enfim qualquer situação que tenha influência no ambiente organizacional.

Maximiano (2004, p. 143) afirma que: *O resultado do processo de planejamento é a preparação de planos. Em essência, um plano é o registro das decisões resultantes do processamento dos dados.*

Através da análise e interpretação destas informações, tem-se o cenário atual da empresa, para que se possa fazer projeções futuras de qual cenário poderá ser encontrado e propor um plano de ação que determine uma direção a seguir, a qual trará uma série de medidas e ações a serem tomadas e implantadas, além disso, uma melhor condição para as decisões de forma mais rápida e assertiva.

A gestão do setor de Recursos Humanos no desenvolvimento do capital intelectual das pessoas

A Gestão de Recursos Humanos também podendo ser chamado como Gestão de Pessoas é um processo onde o gestor administra os capitais humanos internos das organizações, visando alinhar os objetivos da empresa com o potencial e perfil de cada colaborador para que alcance o resultado desejado da empresa, apresentando conjuntos de ações e ferramentas para o desenvolvimento de estratégias voltadas a motivação e integração dos colaboradores, permitindo um ambiente de trabalho agradável para que todos consiga executar suas funções da melhor maneira. Realiza trabalhos focados na valorização dos empregados, treinamentos específicos para o crescimento pessoal e profissional, com o intuito de mostrar a importância e oportunidades de crescimento de cada colaborador interno, da organização. (CHIAVENATO, 2005)

Garantir a integralidade do indivíduo sabendo que é imprescindível alcançar resultados e/ ou metas que quase sempre deslocam o eixo de interesses individuais para o interesse organizacional (BARBOSA, 2005, p. 125).

Atualmente a Gestão de Recursos Humanos foi criando cada vez mais

condição e força, perante os empresários e até mesmo os empreendedores que estão iniciando as suas atividades, pelo fato de estarem mais conscientes do valor deste setor na empresa, consideram a importância do nível de satisfação dos colaboradores dentro da organização, já que pode levar a um patamar positivo ou negativo na produtividade e qualidade dos produtos e serviços fornecidos pela empresa. Com o auxílio da Gestão de Recursos Humanos, as empresas investem na busca de treinamento do capital humano intelectual, utilizando-se de ferramentas que melhorem o desenvolvimento, a organização e administração de cada potencial existente da organização.

Diferentes formas de recrutamento de pessoas e suas vantagens

O recrutamento é um conjunto de processos a serem elaborados com o intuito de atrair candidatos aptos a concorrer pela vaga disponível e que atendam suas necessidades com um capital humano qualificado e competências relevantes para o melhor desenvolvimento operacional. (CHIAVENATO, 2005)

O recrutamento é feito através das informações obtidas pelo setor de Recursos Humanos em relação às necessidades existentes no momento e futuro da organização. São elaboradas pesquisas de mercado em fontes confiáveis a respeito de onde conseguir atrair estes candidatos qualificados como: faculdades, cursos técnicos e profissionalizantes, empresas do mesmo ramo de atividade, entre outros. Assim quanto maior o número de candidatos atraídos pela oportunidade de emprego, mais lucrativo será o processo de seleção, dessa maneira haverá mais chance de achar candidatos ideais para preencher a vaga na organização.

Na divulgação do recrutamento é necessária uma comunicação de forma clara e precisa do que a empresa espera do candidato, mostrando quais as vantagens da vaga oferecida, direcionando candidatos interessados a vaga disponível com o perfil procurado, podendo ser estes internos, externos ou mistos. Imprescindível é realizar o processo completo, pois se não acontecer, o recrutamento não atinge o seu objetivo básico, que é de atrair pessoas para suprir as necessidades da organização e não somente de tornar como conhecimento de todos, resultando em perda de tempo e recursos investidos.

O principal desafio do recrutamento é agregar valor a organização e aos seus

colaboradores. Ao se efetuar todos os processos da melhor forma, como citado anteriormente, importante ressaltar a importância da equipe de RH em estar preparada e capacitada para avaliar sobre o que a empresa espera de um colaborador e saber exatamente todas as funções que serão exercidas naquela vaga, para que assim este processo de recrutamento atinja um grande impacto aos colaboradores presentes naquela seleção, desta forma, alcança-se uma segurança e vontade de fazer parte do quadro de funcionários da organização.

O recrutamento interno é a busca por colaboradores capacitados e preparados dentro da própria organização, onde os gestores de Recursos Humanos proporcionam oportunidades de crescimento na mesma área de atividade do funcionário, podendo ser utilizada de promoções de níveis hierárquicos ou até do mesmo cargo, mas com nível de responsabilidade e conhecimento maior que o cargo anterior.

O recrutamento é interno quando a empresa procura preencher determinada vaga ou oportunidade por meio do remanejamento de seus próprios funcionários que são promovidos (movimentação vertical) ou transferidos (movimentação horizontal) ou ainda transferidos com promoção (movimentação diagonal) (CHIAVENATO, 2009, p. 79).

Deve-se realizar este tipo de recrutamento quando realmente se encontrar a pessoa qualificada para o cargo em questão, pois se realizar este recrutamento com o intuito de somente valorizar os funcionários existentes pode acabar prejudicando a empresa ou até mesmo o empregado. (FRANÇA, 2012)

O recrutamento externo é a busca de colaboradores fora da organização, podendo ser elaborada de várias formas para atrair candidatos à vaga. Em primeira ocasião é necessário elaborar pesquisas de mercado, para saber as oportunidades que o mercado propõe a organização, como por exemplo, se tem universidades ou escolas preparatórias próximas na cidade ou região que proporcionam cursos voltados à vaga disponível na empresa e, dessa forma, conseguir mais candidatos qualificados. Realizar pesquisa de campo nesses locais de ensino para saber dos estudantes sobre os seus pensamentos a respeito da oferta e procura nas áreas de conhecimento que estão estudando e querem atuar, pode ser uma estratégia eficaz (CHIAVENATO, 2006).

Outra proposta é utilizar informações do IBGE sobre os desempregados

atuais. Outra maneira de se chegar ao candidato, pode ser por meio de anúncio em jornal, televisão, agências de empregos, cartazes e panfletos, contatos com outras empresas, internet, entre outros. Independente da escolha de como se irá atingir o candidato, há a necessidade de se avaliar os fatores que podem acontecer com este tipo de recrutamento, pelo fato do processo ser mais demorado e o custo é mais alto por conta das divulgações que são primordiais para a elaboração do recrutamento externo.

O recrutamento misto nada mais é do que os dois tipos de recrutamentos juntos, podendo ser feito o recrutamento externo e depois o recrutamento interno. São feitas pesquisas para avaliar e julgar a melhor forma de elaborar este tipo de recrutamento dentro da organização. Segundo Chiavenato, a melhor maneira de inserir o recrutamento misto é iniciando com o externo e, posteriormente, o interno na empresa, demonstrando assim que a organização pretende realizar o preenchimento da vaga o quanto antes, seja importando pessoas ou reaproveitando dos recursos que tem na empresa. (CHIAVENATO, 2006)

A empresa em nenhuma circunstância irá realizar um recrutamento interno sem pensar em fazer um recrutamento externo logo após, pois cada um tem a obrigação de complementar o outro, pelo fato de que se um funcionário é transferido ou muda de sua função, automaticamente abrirá uma nova vaga para ser preenchida, necessitando de outros profissionais capacitados e prontos para o posto disponível dentro da equipe.

Segundo reportagem do Portal do Empreendedor, divulgada em 11 de Outubro de 2016, há um novo modelo de recrutamento, por aplicativo, que é uma nova ferramenta utilizada pelo setor de Recursos Humanos, com o intuito de facilitar o andamento da contratação dos candidatos. São aplicativos que podem ser acessados do computador, *tablet* ou *smartphones* dos candidatos, onde o mesmo insere no sistema o seu currículo e informações sobre o cargo pretendido. Ao fazer esta etapa, o aplicativo proporciona que o candidato veja o andamento dos processos de seleção que está sendo realizado.

Outra forma de aplicativo para recrutamento é através de jogos e testes. Enquanto o candidato está realizando os testes ou até mesmo se divertindo com jogos, as empresas estão avaliando sua agilidade, pontuação, conhecimento rápido

e eficiente, entre outros pontos capazes de avaliar o perfil do candidato com mais perfeição do que somente com informações do currículo, pois nem sempre os candidatos conseguem escrever com clareza todas suas características, habilidades ao redigir o seu currículo para se candidatar no cargo desejado.

A utilização dos aplicativos, por parte das empresas, proporciona uma redução de tempo ao realizar os processos, pois, ao aderir o programa, eliminam-se algumas etapas de recrutamento e seleção, e reduz custos, pois não se tem a necessidade de muita divulgação da vaga disponível, pelo fato de estarem presentes várias pessoas cadastradas no aplicativo e que estão dispostas a trabalhar. O próprio aplicativo acaba por divulgar a vaga.

O estudo da seleção de pessoas como forma de análise do perfil dos candidatos

A seleção de pessoas baseia-se no estudo do comportamento, características, competências, entre outros aspectos dos candidatos que possuam requisitos necessários para determinados cargos a serem ocupados dentro das organizações.

Este processo vem se modificando nos últimos tempos, onde as empresas começam a selecionar as pessoas não somente para ocupar determinados cargos, mas procurando nelas um conjunto de características que possam tornar os candidatos mais qualificados a adaptações em várias funções e se inserindo com maior facilidade em equipes de trabalho. (FRANÇA, 2012)

A seleção de recursos humanos pode ser definida como a escolha do homem certo para o cargo certo, ou, mais amplamente, entre os candidatos recrutados, aqueles mais adequados aos cargos existentes na empresa, visando manter ou aumentar a eficiência e o desempenho do pessoal (CHIAVENATO, 2015, p. 174).

O processo seletivo age como um diagnóstico no qual aponta o nível da capacidade de aprendizagem e execução das tarefas que serão atribuídas aos candidatos, buscando prospectar quais serão os que terão maior probabilidade de se encaixar melhor na organização.

É fundamental no processo de seleção que se tenha conhecimento das especificações, características e competências individuais necessárias para as tarefas a serem exercidas pelo candidato na organização, pois a análise do perfil do candidato baseia-se necessariamente nas exigências para a ocupação do cargo.

Seleção é um processo decisório baseado em dados confiáveis para agregar talentos e competências capazes de contribuir no longo prazo para o sucesso da organização. (CHIAVENATO, 2014, p. 118)

Existem fontes fundamentais na coleta de informações que são importantes para traçar o perfil ideal dos candidatos nas vagas a serem preenchidas, tais quais:

- a) Descrição e análise do cargo: descrição detalhada do cargo, suas funções e importância, requisitos e características que possuem ocupantes do cargo;
- b) Aplicação da técnica dos incidentes críticos: Coleta de informações junto aos responsáveis pelo setor, superiores, sobre os melhores e piores desempenhos, sobre os atuais ocupantes do cargo e o que eles esperam do candidato ao exercer suas tarefas;
- c) Análise do cargo no mercado: Identificar qual o nível de atuação desses profissionais no mercado, inclusive em concorrentes;
- d) Competências individuais requeridas: Quais as competências que a empresa exige do candidato em relação ao cargo e sua filosofia de trabalho.

Essas ferramentas baseiam-se na teoria denominada de DISC, na qual procura identificar a predominância de fatores comportamentais representado pelas letras D para dominância, que indica a assertividade e competitividade, no I para influência, que indica confiança e otimismo, no S para estabilidade, que indica paciência e sociabilidade e o C para conformidade, que indica precisão e perfeccionismo.

Métodos e técnicas de seleção de pessoas aplicadas para obter bons candidatos para o quadro corporativo

São várias as técnicas utilizadas no processo de seleção de pessoas, no qual se procura identificar da melhor forma o perfil dos candidatos, seu conhecimento e suas competências para realizar as atividades que lhes serão cabíveis caso contratado. Entre estas técnicas, segundo Chiavenato, existe cinco grupos de técnicas muito importantes, a saber: entrevista de seleção, provas de conhecimento ou capacidade, testes psicométricos, teste de personalidade e técnicas de simulação.

As técnicas de seleção permitem o rastreamento das características pessoais do candidato pelas amostras de seu comportamento (CHIAVENATO, 2014, p. 127).

Entrevista de Seleção: É a técnica mais utilizada no processo de seleção de pessoas, pelo fato de ser aplicável a qualquer função e trazer informações relevantes na decisão pela vaga.

O processo da entrevista estabelece quais os pontos principais a serem abordados durante a entrevista com o intuito de extrair informações até mesmo sem que o entrevistado perceba, tornando assim as informações mais verdadeiras. Durante a entrevista abordam-se assuntos mais informais para que o entrevistado se sinta à vontade, podendo assim, adquirir com facilidade as informações sobre ele e suas capacidades.

Além das respostas propriamente ditas pelo entrevistado o entrevistador observa suas reações corporais que também trazem informações importantes para traçar o perfil comportamental do entrevistado.

A entrevista de seleção funciona como um processo de comunicação entre duas ou mais pessoas que interagem entre si e no qual as partes estão interessadas em se conhecer mutuamente. (CHIAVENATO, 2015, p. 129)

Outra técnica de seleção é através de provas ou testes de conhecimento ou capacidade, que compreendem testes dos conhecimentos e capacidade dos candidatos; os testes podem ser aplicados de várias formas, como exemplo, provas orais, provas escritas e provas de realização de tarefas.

Testes psicométricos, também conhecidos como teste de aptidão psicométricos; baseiam-se em comparações de padrões de reações e comportamento analisados diante de questionamentos ou exposição a algum tipo de situação, onde a forma de reação do candidato é analisada.

O teste de personalidade tem como objetivo analisar características e traços pertencentes ou adquiridos por cada candidato que demonstram a formação de sua personalidade.

Técnicas de simulação são introduzidas entre os candidatos através de dinâmicas em grupo, envolvendo-os em situações que possa analisar qual seria o papel dos candidatos em situações futuras dentro da organização.

Aplicabilidade do planejamento estratégico e a importância do setor de Recursos Humanos no estudo de caso da empresa Toyota Motor Corporation

Foi realizado um estudo de caso sobre a importância do setor de Recursos

Humanos no Planejamento Estratégico, baseado em informações publicadas em um artigo da revista exame em 18 de Fevereiro de 2011, sobre a empresa Toyota Motor Corporation do setor de auto indústria do Japão.

A Toyota é líder da indústria automobilística, ficando à frente da americana GM que é a segunda colocada no ranking mundial. A consciência do valor que o planejamento bem elaborado e sem pressa para ser executado, mostra a sua capacidade de conhecimento dos benefícios que pode gerar em longo prazo na organização.

Esta dedicação ao Planejamento Estratégico demonstra a importância de um trabalho minucioso e detalhista, em que os gestores estudam todas as etapas dos processos separadamente, para que auxilie na tomada de decisão antes de ser implantado.

Na elaboração do Planejamento Estratégico, são coletadas informações interna ou externa da organização, tornando possível elaborar relatórios necessários para proporcionar um cenário atual da organização e um cenário futuro, baseando-se nesses relatórios.

Algo que pode ser notado muito forte dentro da Toyota é a importância que a empresa dá em fazer com que todos compreendam e absorvam a sua cultura e filosofia que gira em torno da busca obsessiva pela qualidade, produção enxuta e buscando sempre reduzir, quase eliminar erros, a qual recebe o nome de filosofia Toyota de produção, também chamada de Kaizen.

Tais fatores, mencionados acima, evidenciam o quanto a participação do setor de Recursos Humanos é fundamental para o sucesso da empresa. Seus processos de recrutamento e seleção, apesar de serem exaustivos, colocam profissionais extremamente preparados para exercer as suas funções determinadas, isso sem contar na longevidade profissional, onde se pode perceber que o índice de rotatividade é baixíssimo, quase nulo, o que também evita transtornos e perda de produção.

Este processo pode chegar a durar até cinco meses, nos quais 30 dias são dedicados à cultura Toyota, dois meses em uma fábrica para ver de perto como os carros são produzidos e o restante dentro de uma concessionária, tudo isso para que todos saibam exatamente qual é o seu papel nesta perfeita engrenagem.

A empresa fornece e trabalha bastante no melhor ambiente de trabalho possível, para que todos se sintam parte do sistema e também do resultado. A valorização do capital humano é bem nítida na Toyota, mesmo sendo uma empresa bem conservadora e distinta nos seus benefícios de salários e promoções, enquanto em outras indústrias a diferença do salário de um operário para o presidente chega até 100 vezes maior, já na Toyota não chega a 10 vezes mais; tem-se a impressão de uma maior igualdade entre todos os integrantes da empresa.

Todos são bem vistos e capacitados para crescerem dentro da empresa e exercer funções com maiores responsabilidades, o que evidência uma preferência pelo recrutamento interno, valorizando sua mão de obra já existente, até mesmo pela dificuldade de recrutar tal mão de obra especializada externamente, por conta da imensa capacitação necessária a fim de oferecer todas as condições e requisitos para se inserir dentro do grupo, o que também, demanda grande disponibilização de tempo e recursos.

Outro fato interessante é quanto à escolha de seus executivos, onde a empresa prefere formar seus próprios profissionais ao invés de procurar executivos já prontos, os quais são recrutados logo após o término da faculdade e treinados pela organização desde o início, inserindo-os assim, em sua cultura e filosofia, sem que traga vícios e costumes próprios.

Analisa-se que a empresa Toyota utiliza ferramentas do setor de Recursos Humanos no seu planejamento, o que mostra sua eficiência a cada ano alcançada, através de seus processos implantados, sempre afirmando sua metodologia de trabalho capaz de gerar resultados positivos e motivando outras empresas a aderirem a este tipo de processo.

Conclusão

Conclui-se que um planejamento bem elaborado e estruturado com pesquisas e informações de dados concretos em relação a tudo que envolve sua atividade e o que pode afetar seu segmento, proporciona credibilidade aos relatórios, aos quais servirão como base para tomar as devidas decisões.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados, ao analisar que o conceito de Planejamento Estratégico nada mais é que a construção dos cenários presentes para

projeção futura, no qual, com o auxílio do setor de Recursos Humanos e suas ferramentas como o processo de seleção de pessoas, pode influenciar na qualidade do planejamento estratégico, colocando em prática tudo o que foi planejado, recrutando e selecionando pessoas com capacidade de exercer as tarefas, inserindo-as dentro dos conceitos e filosofia da empresa e as capacitando para cumprir da melhor forma seu papel dentro da organização.

Com os processos de recrutamento e seleção, a empresa adquire pontos positivos como a redução de tempo e recursos investidos, melhoria de produção, processo produtivo e a qualificação permanente de seu quadro de empregados.

O Estudo de Caso feito sobre a Toyota empresa japonesa líder no setor automobilístico mostrou o quanto o papel do setor de Recursos Humanos é fundamental na implantação e expansão de sua filosofia por todo o mundo e que hoje seu sistema de produção é exemplo para todas as montadoras.

Seu processo de recrutamento e seleção de pessoas é complexo e minucioso, tendo como finalidade a certeza de estar inserindo dentro da organização profissionais capacitados e que se encaixem no perfil da empresa. Tudo isso para obter uma equipe de alta qualidade.

O trabalho trouxe a confirmação do pressuposto teórico, mostrando que a gestão do setor de Recursos Humanos na aplicação do processo de seleção traz benefícios como a redução de tempo e recursos investidos nos processos, menor índice de rotatividade e aumento de produtividade.

Junto com o planejamento da empresa é possível elaborar planos estratégicos para auxiliar nos objetivos da tomada de decisão, com realocação de mão de obra, treinamentos para especialização e reciclagem para novas técnicas, tudo isso voltado à missão, visão e valores da organização.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, Allan C. Q., Relações de Trabalho e Recursos Humanos em Busca de Identidade. **Pensatas**, Edição Especial Minas Gerais, v.45, p. 121 126, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto, **Gerenciando com as pessoas transformando o executivo em um excelente gestor de pessoas**. São Paulo: Campus, 2005.

_____. **Recursos Humanos o capital humano das organizações**. São Paulo: Campus, 2006.

_____. **Recursos Humanos o capital humano das organizações**. São Paulo: Campus, 2009.

_____. **Gestão de Pessoas o novo papel dos recursos nas organizações**. São Paulo: Manole, 2014.

_____. **Planejamento Estratégico fundamentos e aplicações**. São Paulo: Campus, 2015.

EMPREENDEDOR, Lançado o primeiro aplicativo de recrutamento e seleção no Brasil, 11 out. 2016. Disponível em: <<http://empreendedor.com.br/noticia/lancado-primeiro-aplicativo-de-recrutamento-e-selecao-no-brasil/>>. Acesso em: 24 set. 2017.

EXAME, Por dentro da maior montadora do mundo, 18 fev. 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/por-dentro-da-maior-montadora-do-mundo-m0128084>>. Acesso em: 21 de maio 2017.

FRANÇA, Ana C., **Práticas de Recursos Humanos – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos**. São Paulo: Atlas, 2012.

KLOCNER, Luciano, CAMPOS, Jorge, **Nova Retórica e Rádio informativo**. São Paulo: Edples, 2011.

MAXIMIANO, Antônio C. A., **Introdução à administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

RIBEIRO, Helena, O que a ferramenta DISC?. **Portal do RH**, 02 set. 2015, Disponível em: <<http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/o-que-a-ferramenta-disc/>> Acesso em: 27 nov. 2017.

A influência da Responsabilidade Social no desempenho de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba, junto à comunidade

The influence of Social Responsibility on the performance of a company in the energy sector in the Araçatuba region, with the community

Rafaela Pires Gomes¹
Sueli Ditadi²
José Carlos Lorenzetti³
Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

A Responsabilidade Social tem seu desenvolvimento a partir de uma consciência voltada para o social, que ocorre quando as empresas aplicam ações sociais através de projetos realizados juntamente com o trabalho voluntário de seus colaboradores e com o investimento espontâneo de recursos financeiros. Esse procedimento traz benefícios para a sociedade, tendo em vista que há a necessidade desse trabalho diante da carência governamental junto à sociedade, que vem crescendo ano após ano. Desenvolver a Responsabilidade Social ativa, nos empreendimentos, é um enorme desafio, haja vista o cenário brasileiro, caracterizado por uma cultura do interesse próprio, ao invés do próximo, o que dificulta a sua implantação com sucesso, entretanto, várias empresas adotam o trabalho social, permitindo ser um diferencial no mercado.

Palavras-chave: Competitividade, Comunidade, Desempenho, Projetos Sociais, Voluntariado.

ABSTRACT

Social Responsibility has its development based on a social consciousness that occurs when companies apply social actions through projects carried out together with the voluntary work of their employees and the spontaneous investment of financial resources. This procedure brings benefits to society, given the need for this work in the face of the government's lack of service to society, which is growing year after year. Developing active social responsibility in enterprises is a long-standing challenge, taking into account the Brazilian scenario with a culture of self-interest rather than the next, which makes it difficult to implement successfully, however, several companies adopt this social work, allowing them to be a differential in the market.

¹ Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

³ Administrador, (Especialização, Mestrado ou Doutorado) em Administração; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

Keywords: Competitiveness, Community, Performance, Social Projects, Volunteering.

Introdução

O trabalho de pesquisa bibliográfica teve como tema a Responsabilidade Social com delimitação na influência em relação à comunidade no desempenho de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba - SP. O Estudo de Caso destacou uma das empresas de maior competitividade mundial no ramo de energia, que em seus valores, contribui para o desenvolvimento econômico do país com ética, respeito às pessoas e ao meio ambiente, atuante na realização de projetos sociais voltados à comunidade, resultando em benefícios.

No objetivo geral evidenciou-se a Responsabilidade Social de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba/SP. Como objetivo específico, priorizou-se a análise da influência da Responsabilidade Social para com seus colaboradores, que foi identificado nos projetos desenvolvidos de forma incentivada ou pelo envolvimento voluntário de seus colaboradores.

Foram relatados, de forma exemplificada no Estudo de Caso, os trabalhos e projetos sociais disponíveis realizados, identificando os benefícios e desempenhos alcançados com o desenvolvimento de tais projetos, envolvendo os colaboradores da empresa. O pressuposto teórico apontou que o incentivo à sociedade através das atividades sociais é motivado pela participação voluntária dos colaboradores da empresa, independentemente do desempenho empresarial, proporcionando benefícios satisfatórios a todos envolvidos, através de sua Responsabilidade Social.

O papel das empresas na sociedade

O desenvolvimento da sociedade em relação ao cenário negocial pode ser descrito de muitas maneiras. Para uma empresa progredir e desenvolver deve nutrir relações com as partes interessadas são elas: funcionários, clientes e fornecedores, a mídia, as autoridades, o comércio, sindicatos e a sociedade, as quais são de fundamental importância para a sobrevivência da empresa e estes incluem.

A complexificação das questões sociais requer respostas mais integrais e integralizadas. O cidadão já não quer ser reconhecido como um somatório de demandas e direitos; deseja atenções integrais e integralizadas em torno das demandas existentes nos territórios, como eixos de um desenvolvimento sustentável.

De fato, “humanizar as cidades” emerge como uma das diretrizes difundidas mundialmente para enfrentar as mazelas da desigualdade, pobreza e exclusão, e pressupõe uma perspectiva integral e multidimensional na promoção de maior equidade, de forma duradoura. (CARVALHO, 2014, p.45)

A sobrevivência em longo prazo das empresas depende em parte da manutenção de relações de confiança. A deterioração de tais relacionamentos compromete o desenvolvimento contínuo. A empresa então agrega em seus valores a ideia da boa cidadania corporativa, com uma identidade clara e seus conceitos, convertidos em ações que transmitem a boa índole em transparência e a verdadeira missão da mesma para com a comunidade. As empresas, no formato de cidadania, possuem uma ligação de contribuição direta no tocante à sociedade por meio de suas atividades comerciais, programas de filantropia, investimento no social, compromisso com políticas públicas e éticas sem focalizar uma necessidade específica, como por exemplo a educação. Envolve a totalidade sociocultural, trazendo conhecimento cultural, garantindo melhorias em sua moradia, inserindo as famílias em ensinos técnicos e tecnológicos que irão possibilitar oportunidades sociais e profissionais. São diferentes atividades que serão responsáveis por diminuir a desigualdade vivida por muitas famílias carentes.

Para Cavalcanti (2008, p. 61-62) [...] *é um conjunto importante de experiências de gestão social que vão sendo acumuladas dentro da empresa na prática de ações comunitárias.* A empresa que tem uma ação cidadã busca assumir diferenciais competitivos em relação aos concorrentes, em consequência da prioridade que atribui a política de responsabilidade social e ao empenho de tornar essa política uma realidade efetiva. É parte integrante da rotina da empresa, pois exerce uma forte influência nos negócios, visto que a matriz da empresa possui capital aberto.

As práticas de cidadania são, em partes, uma cobrança da sociedade que espera uma postura ativa das empresas, tornando-se assim uma vantagem competitiva para a mesma. Acompanhar o colaborador no seu dia-a-dia, por meio dos meios de comunicação disponíveis, é uma forma de possibilitar melhorias ou ajustes para que o funcionário sinta-se parte da empresa e tenha orgulho disso.

Responsabilidade social versus filantropia

A seriedade da Responsabilidade Social se prende às ideias de consciência social e de dever cívico, não tendo como objetivo o indivíduo, porque é mais ampla, reflete a postura de uma empresa em favor da cidadania. No entendimento de Melo Neto; Froes (2001, p. 26) *Responsabilidade Social é um estágio mais avançado no exercício da cidadania corporativa*. Ela se diferencia, no entanto, da ideia de filantropia, embora, como afirmam os mesmo autores, *tudo tenha começado com a prática de ações filantrópicas*.

Segundo Kanitz (2002 apud PIMENTA; SARAIVA; CORRÊA, 2005. p. 248) *filantropia significa amor à humanidade, ao contrário do amor a si próprio ou egoísmo. Surge da mesma raiz de filosofia, amor ao conhecimento*. A filantropia não escolhe quais as causas mais importantes, muito menos o que será feito com o dinheiro. O amor à humanidade é a essência da filantropia e este amor só pode ser vindo do ser humano, através de um trabalho voluntário ou doação.

Conforme Melo Neto; Froes (2004, p. 29), *as ações sociais podem ser diversificadas, relacionando áreas de trabalho e emprego, cidadania, justiça, entre outras; bem como, contemplar apenas cada uma dessas áreas, separadamente*. Os autores consideram ainda que possam ser desenvolvidas de duas formas distintas: por projetos sociais que são formas de empreendimento na busca por soluções dos problemas sociais existentes nas populações que apresentam necessidades precárias urgentes; ou por ações comunitárias que envolvam a participação da empresa em campanhas ou projetos sociais, realizados por parte do governo, entidades voluntárias ou pela própria comunidade.

Ainda de acordo com Melo Neto; Froes (2004 p.29), *a Responsabilidade Social Corporativa compreende ações voltadas para a sociedade, tratamento adequado aos funcionários e bom relacionamento com clientes e fornecedores*. Essas ações exigem que sejam executadas periodicamente, que tenham um planejamento e uma supervisão pois o que se busca é uma sustentabilidade própria das comunidades. É uma necessidade presente mais para as empresas do que para sociedade. Devido a fatores como baixa remuneração da população, educação precária e a violência, a empresa adquire uma consciência social, porque de maneira direta ou indireta, esses fatores acabam por prejudicar o desenvolvimento do negócio.

A ética da responsabilidade social empresarial

A ética é condição indispensável na vida de qualquer empresa. Se não estiver presente, jamais se chegará ao patamar de ser socialmente responsável, seja na pessoa física ou na jurídica. Ou seja, a palavra ética não tem espaço para adjetivos, o que não possibilita a existência de uma empresa meio-ética. Ser ética é condição para permanência em mercado. A Responsabilidade Social e a ética devem existir em primeiro lugar, voltada aos colaboradores da empresa e seus familiares em um conjunto de ações que promovam ganhos e benefícios, pois seria incoerente planejar projetos filantrópicos e assistenciais à comunidade sem antes voltar o olhar à equipe que compõe o ambiente interno da empresa, fazendo com que evoluam e fiquem satisfeitos em suas necessidades mais importantes, atenciosos na execução de suas atividades e na jornada diária de trabalho, sobretudo para que se possa proporcionar melhoria de produção e reflexos no retorno lucrativo. Consequentemente, quando há uma satisfação com as políticas internas e ações da empresa voltadas à valorização do funcionário, ao surgirem os projetos sociais, estes estarão dispostos, voluntariamente, a participar e tornar o planejamento viável.

A ética é como a disciplina ou campo do conhecimento que trata da definição e avaliação de pessoas e organização, e a disciplina que dispõe sobre o comportamento adequado e os meios de implementá-lo levando-se em consideração os entendimentos presentes na sociedade ou em agrupamentos sociais particulares. (MAXIMIANO, 1974, p.294)

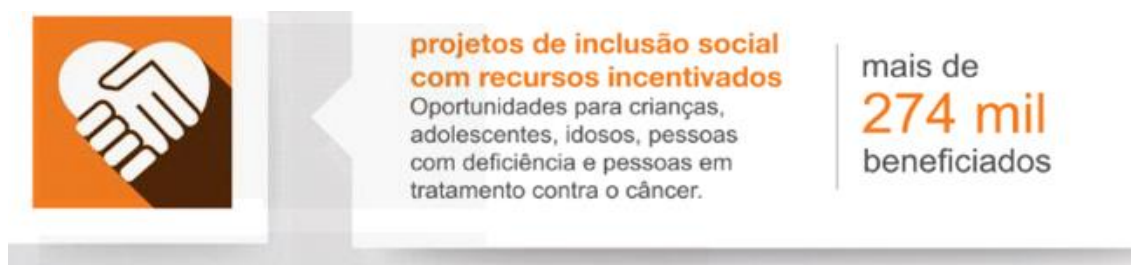
Para melhor entendimento, a ética é conhecida como uma consciência respeitosa que se tem às regras e princípios morais em situações cotidianas. Moreira (2001) ressalta que, o comportamento ético nas empresas faz com que seja uma das maneiras de se obter lucro, visto que a sociedade confia e busca consumir produtos de marcas de empresas que realizam suas ações com ética, pois estabelece uma relação de confiança com seus colaboradores, seus fornecedores, clientes, entre outros que estejam envolvidos nas atividades rotineiras da organização.

Estudo de Caso

Para exemplificar o que foi abordado em pesquisa bibliográfica sobre o tema Responsabilidade Social, realizou-se um Estudo de Caso com base em informações retiradas do *site* de uma empresa do ramo de energia e a divulgação dos trabalhos realizados, evidenciando as ações sociais desenvolvidas com recursos incentivados

ou de forma voluntária, bem como, informações gerais do segmento de mercado aplicado nas unidades produtoras, inclusive na região de Araçatuba - SP, local escolhido pelo fato de possibilitar o acesso às informações coletadas através de seus colaboradores.

Figura 1: Projetos de inclusão social



Fonte: Estudo de Caso (2017)

O Estudo de Caso neste segmento foi realizado sobre uma das empresas do ramo de energia mais competitiva do mundo; aposta na inovação, tecnologia e talento de cerca de 30 mil funcionários distribuídos em 24 unidades produtoras para gerar soluções que contribuem para o desenvolvimento econômico do país de forma ética, com respeito às pessoas e ao meio ambiente, seguindo valores e padrões de conduta que condizem com a posição de liderança hoje ocupada. Presente em cinco cidades da região de Araçatuba – SP, dispõe de um núcleo de atendimento denominado Fundação na cidade de Valparaíso – SP voltado para projetos socioeducativos a toda comunidade ao redor, mantendo o compromisso de acreditar no futuro de jovens e adolescentes. Foi criada em 2002 e sua gestão é feita pela área de Responsabilidade Social Corporativa.

Figura 2: Fundação



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Além de engajar o público interno, oferece qualificação profissional, educação e cidadania por meio de projetos que já beneficiaram aproximadamente

13.000 alunos e mais de 1 milhão de pessoas em ações realizadas nas cidades em que está presente ao longo de sua existência desde que foi criada.

Ações da Fundação

Promove o atendimento a crianças, adolescentes, jovens e adultos dentro dos seguintes projetos: infantil, socioeducativo e profissionalizante, em ações na defesa da ética, cidadania e desenvolvimento em todas as formas no âmbito educacional, na preparação e integração para o mercado de trabalho até mesmo em cidades onde não está presente, pois conta com o Núcleo Móvel de cursos profissionalizantes. Além disso, também atua em programas de Pessoa com Deficiência PcD e menor aprendiz. Realiza campanhas que envolvem a comunidade, abordando diferentes temas ligados à educação, cultura, saúde e cidadania.

Figura 3: Inclusão Profissional



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Em todas as unidades produtoras da empresa do Estudo de Caso, a área de Responsabilidade Social desenvolve projetos destinados a mobilizar os colaboradores em atividades de cidadania e participação social, e tem como objetivo incentivar o desenvolvimento de ações transformadoras, com prioridade a temas relevantes que beneficiem a sociedade. Para engajar os colaboradores e estreitar o relacionamento com as instituições, foi criado o Portal do Voluntariado que permite ao colaborador ter contato direto com as instituições cadastradas com a possibilidade de inscrever-se para a realização de trabalhos voluntários de acordo com suas aptidões ou que seja de seu interesse nas horas alheias às de jornada de trabalho. As instituições cadastram-se no site e ali expressam suas necessidades,

seja para digitação de notas fiscais à venda ou até mesmo na ajuda em eventos beneficentes.

Quando iniciado em 2015, o projeto era composto por um mini grupo de 20 colaboradores e hoje já ultrapassa o número de 140. Na cidade de Araçatuba – SP, existe cadastro do Abrigo Ismael, trabalho com crianças e adolescentes para realização de diversas atividades; Asilo São Vicente de Paulo, digitação de notas fiscais do asilo e ARCA, com atividade lúdica com as crianças atendidas que estejam ociosas, através da aptidão de contar histórias.

Além do Portal do Voluntariado, a empresa executa em períodos específicos do ano algumas campanhas com participação direta dos colaboradores que beneficiam as crianças que frequentam as entidades municipais e a comunidade em geral, ao qual citam-se três exemplos:

- a) Campanha do Agasalho - praticada em parceria com o Fundo de Promoção Social, onde os colaboradores doam peças que destinadas às famílias carentes cadastradas no departamento;
- b) Campanha de Natal - atende a uma determinada entidade, podendo ser creche, casa abrigo, APAE ou outra semelhante que atue no município. A campanha segue a seguinte dinâmica: a criança descreve o que gostaria de ganhar no Natal em cartas que são expostas aos colaboradores, que as lê e, de livre vontade, atende AP pedido da criança, dessa forma, se mantém vivo o espírito natalino;
- c) Projeto Amigo Leal - tem como objetivo incentivar os colaboradores a reverter até 6% do valor devido de sua declaração de imposto de renda completa para ações solidárias a projetos sociais cadastrados no Fundo da Criança e do Adolescente, na busca de engajar os colaboradores em causas sociais e ressaltar a importância de estarem integrados com as ações da companhia.

Figura4: Voluntariado



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Exemplificando projeto com recursos incentivados

Durante o período do Estudo de Caso foi possível observar a realização de algumas ações nas cidades da região de Araçatuba – SP onde há unidades produtoras, inclusive na própria cidade. Através da Lei 12.268 de Incentivo ProAc ICMS em parceria com o departamento de cultura e turismo municipal, realizou-se o projeto Em cena Brasil, conduzido pela companhia teatral especializada Cia Abaré. Na programação de dois dias para cada cidade, houve atividades como oficina de dobraduras, contagem de histórias, apresentações de espetáculos teatrais e circenses para crianças e adultos bem como sessões de cinemas, proporcionando momentos culturais para toda a comunidade.

Concomitantemente à realização deste estudo de caso, foi possível assistir a este evento, principalmente para validar os aspectos pesquisados para o Estudo de Caso. Observou-se que houve a presença em massa de colaboradores, acompanhados de seus familiares e amigos bem como de pessoas da comunidade em geral desde crianças de colo até mesmo membros da terceira idade e também de pessoas ocupantes de cargos de liderança da empresa na qualidade de representantes da mesma, reafirmando assim, o apoio aos projetos realizados nas cidades da região.

Análise da Responsabilidade Social através dos projetos sociais realizados

Faz-se necessário que as organizações tenham em seu entendimento que a empresa, juntamente com seus colaboradores, representa um importante papel na sociedade, portanto, o desempenho de um bom exemplo através das ações realizadas de forma transparente é essencial para atingir satisfatoriamente os

objetivos da Responsabilidade Social, que visam construir relacionamentos éticos com todos envolvidos, estabelecendo um desenvolvimento sustentável que beneficia as famílias, preservando o ambiente em que todos vivem e proporcionando uma melhor qualidade de vida até mesmo para as futuras gerações. Constata-se uma ampla divulgação a respeito dos projetos feitos pela empresa e os benefícios para toda a sociedade, que de fato comprova o comprometimento em suas ações sociais, onde não somente os que são favorecidos ganham algo, mas resulta-se também um sentimento recíproco, voltado então ao princípio da filantropia, servindo de estímulo para aqueles que fazem parte dos projetos, ou seja, o bem ao próximo e o sentimento de dever cumprido pelas boas condutas.

Observa-se que, quando realizado um projeto e que nele são descritas as metas e percebe-se que os colaboradores, seus familiares e a própria comunidade ao entorno estão diretamente envolvidos, os resultados formam uma cadeia circular em que todos os envolvidos se beneficiam, fazendo com que desperte o instinto de amor e respeito ao próximo, convívio harmonioso e solidário para com seus semelhantes e isso é observado nas rotinas diárias de trabalho, acima de tudo porque a autoestima é elevada e a produtividade aumenta, pois quando a prática do bem transforma pessoas o reflexo fica evidente nos atos diários inclusive ao desenvolver suas atividades fazendo com que a melhoria dos resultados seja evidente.

Conclusão

Conclui-se, com base nos dados obtidos por meio da realização do Estudo de Caso de uma empresa do ramo de energia na região de Araçatuba, relacionado à temática da Responsabilidade Social, que os objetivos foram alcançados no desenvolvimento deste projeto e corrobora com a afirmação de que há uma inquestionável influência positiva da Responsabilidade Social, por parte das empresas junto à comunidade em que ela se insere, reafirmando que, tanto na teoria como na prática, uma ação social transforma a rotina de uma empresa e a vida pessoal de todos os envolvidos. Ainda é possível observar que, por meio dos projetos realizados, a empresa traz consigo a postura de um olhar social, auxiliando na evolução da Responsabilidade Social no mundo corporativo e na sociedade.

O presente estudo também confirma a ideia de que os projetos sociais, que envolvem os próprios colaboradores das empresas, e os motivam a participarem ativamente, também trazem muitos benefícios, principalmente, quando são realizados de forma voluntária. São nítidas as transformações que provocam na vida de todos os envolvidos, nem que por um curto período de tempo.

Discorrer sobre Responsabilidade Social requer cuidados para não ser compreendida de forma errônea pela sociedade, a qual se beneficia destes projetos e não haja confusão entre os negócios da empresa e sua contribuição para com o desenvolvimento e crescimento daqueles que dela se beneficiará com seus projetos que visam promover uma sociedade mais justa e igualitária.

Para que os projetos sejam eficazes e tragam retornos satisfatórios faz-se necessário um planejamento com objetivos bem delineados, onde cada etapa seja seguida, traga os resultados esperados, e haja comprometimento de todos os envolvidos.

Como Proposta de Intervenção para a empresa estudada neste artigo, sugere-se dar continuidade no desenvolvimento de ações promotoras de mudança na realidade escassa, vivida por muitos em nosso país. Demonstrou-se, através do Estudo de Caso, uma demasiada capacidade dos projetos, em trazer inúmeros benefícios, para a empresa, seus colaboradores, e, principalmente para própria comunidade, a qual, em algum momento, venha a necessitar destas demandas, não levando em conta o assistencialismo, mas sim a prática do amor ao próximo.

Ciente do papel desempenhado na sociedade, a área de Responsabilidade Social tem o objetivo de construir e promover um relacionamento solidário junto às comunidades, contribuindo para o desenvolvimento social e aumentando as oportunidades para todas as faixas etárias, intensificando sua presença positiva no meio no qual está inserida.

É necessário observar o ambiente ao redor na sociedade e quais são suas necessidades. Isso irá garantir que os projetos tenham assertividade, trazendo diversos benefícios para a relação estabelecida entre empresa e comunidade, promovendo maior desenvolvimento social e, por fim, a diminuição das diferenças sociais existentes nas populações desfavorecidas.

Referências Bibliográficas

BRASIL, Lei nº 12.268, de 20 de fevereiro de 2006. Institui o Programa de Ação Cultural - PAC, e dá providências correlatas. **Diário Oficial Executivo República Federativa do Brasil**, Brasília, 21 fev. 2006, p. 1, Seção I, pt 1.

CARVALHO, Maria C. B. **Gestão social e trabalho social: desafios e percursos metodológicos**. São Paulo: Cortez, 2014.

CAVALCANTI, Luiz O. **Cidadania e responsabilidade social**. Espírito Santo: Ex Libris, 2008.

COSTA, Ivonete L. **Ética, ética empresarial, moral e responsabilidade social**. 2011. Disponível em:
<<https://www.administradores.com.br/artigos/marketing/etica-etica-empresarial-moral-e-responsabilidade-social/57698/>> Acesso em: 28 jun. 2017.

FUNDAÇÃO RAÍZEN, **Voluntariado**. Disponível em:
<<http://www.fundacaoraizen.org.br/voluntariado/Home.aspx>> Acesso em: 06 nov. 2017.

GOVERNO MUNICIPAL, **Projeto 'Emcena Brasil' se apresenta em Mirandópolis neste fim de semana**. Disponível em:
<<https://www.mirandopolis.sp.gov.br/noticias/projeto-emcena-brasil-se-apresenta-em-mirandopolis-neste-fim-de-semana/>> Acesso em: 02 jun. 2017.

KANITZ, Stephen. Responsabilidade Social – Uma Abordagem Crítica. In: PIMENTA, Solange M.; SARAIVA, Luiz A. S.; CORRÊA, Maria L. **Terceiro setor: dilemas e polêmicas**. São Paulo: Saraiva, 2006.

MAXIMIANO, Antonio C. A. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 1974.

MELO NETO, Francisco P.; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOREIRA, Joaquim M. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Editora Pioneira Thomson Leatning, 2001.

NORÉN, Göran. The Role of Business in Society. **Svenskt Näringsliv**, Estocolmo, julho, 2004. Disponível em:
<https://www.svensktnaringsliv.se/english/publications/the-role-of-business-in-society_565757.html> Acesso em: 13 jul. 2017.

RAÍZEN, **Sociedade e sustentabilidade: atuação na sociedade**. Disponível em:
<<https://www.raizen.com.br/sobre-raizen/patrocinios-e-investimento-social?page=1>> Acesso em: 05 ago. 2017.

CIENCIAS CONTABEIS

Gestão Financeira como instrumento de controle para microempresas

Financial management as a control tool for small businesses

Carla Aparecida Heck de Oliveira¹

Larissa dos Anjos Santos²

Luís Henrique Zanardo da Silva³

Ronaldo José Rosa Jr⁴

Cleide Henrique Avelino⁵

Fabiane Cristina Spironelli⁶

RESUMO

A Gestão financeira é um importante instrumento de controle para os microempreendedores. O controle compreende o planejamento da empresa, como conjunto de medidas aplicadas por uma organização para permitir precisão aos dados contábeis, financeiros e econômicos, o qual ocasionará efetividade operacional, ou seja, não existe uma gestão eficiente sem os controles internos. O presente trabalho buscou esclarecer procedimentos simples, mas indispensáveis a qualquer porte de empresa, pois demonstram, de maneira fácil, as informações necessárias para uma gestão eficaz, através de um estudo de caso com sede em Dracena no interior de São Paulo.

Palavras-chave: Controle interno; Gestão financeira; Microempresas.

ABSTRACT

Financial management is a really important control tool for small business owners. The control involves the business planning as a set of measures taken by an organization, in order to precise demonstrated accounting, financial and economical data, resulting in operational effectiveness, that is, there isn't efficient management without any internal/company controls. The current work aims at clarifying simple procedures, however indispensable for all sorts of companies, as they demonstrate in an easy way necessary information for efficient management, through a case study, from Dracena, a city in the State of São Paulo.

Keywords: Internal control; Financial management; Small businesses.

Introdução

1 Acadêmica do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

2 Acadêmica do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

3 Acadêmico do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

4 Matemático; Especialização em Docência do Ensino Superior, Mestrando em Matemática. Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium Campus Araçatuba.

5 Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

6 Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano.

Neste trabalho, será abordada a temática da Gestão Financeira como instrumento de controle para microempresas a fim de demonstrar aos gestores maneiras mais eficientes, bem como maiores informações sobre o gerenciamento financeiro, que auxiliam para eventuais tomadas de decisões que reduzam o risco de erro e contribuam para que a empresa alcance o sucesso administrativo.

O objetivo geral do trabalho foi verificar se os controles financeiros são eficazes no apontamento de informações sobre a atual situação financeira da empresa, bem como no direcionamento para futuras tomadas de decisões.

O primeiro objetivo específico foi demonstrar que as ferramentas utilizadas pela empresa do estudo de caso são importantes para o gerenciamento de seus resultados e no alerta de riscos futuros.

O segundo objetivo específico foi analisar como a gestão financeira auxilia no controle de microempresas.

A pergunta problema: O conhecimento detalhado sobre o ciclo e o controle financeiro da empresa influencia na gestão de seus resultados?

O pressuposto teórico confirmou que o conhecimento detalhado sobre o ciclo e o controle financeiro de uma empresa é de suma importância para a gestão de todos os seus resultados.

O desenvolvimento do trabalho teve como metodologia a pesquisa bibliográfica em livros, artigos e leis, através de um estudo de caso realizado em uma empresa no interior de São Paulo.

Gestão Financeira

Com o advento do capitalismo e as conseqüentes mudanças no meio empresarial, a Gestão Financeira desponta como um conjunto de ações que envolvem o planejamento, a análise e o controle das atividades financeiras, a fim de maximizar o lucro e nortear os gestores nas tomadas de decisões.

O objetivo básico da GF é a maximização do lucro, ou seja, incrementar o valor de mercado do capital dos proprietários ou acionistas de uma empresa seja ela firma individual, sociedade de pessoas por ações. Em toda empresa, uma boa decisão financeira aumenta o valor de mercado do capital de seus proprietários (CHIAVENATO, 2014, p.13).

Para obter sucesso em seus empreendimentos, as empresas necessitam de forças e flexibilidade financeira e econômica como base de seus planos de consolidação e expansão de seus negócios. O equilíbrio entre força e flexibilidade é auferido quando há possibilidade, por meios de dados financeiro-contábeis, de vislumbrar e até mesmo projetar o futuro de mercado e empresarial.

Tófoli (2012), ressalta que o executivo financeiro avalia as demonstrações do contador, desenvolve dados adicionais e toma decisões com base em análises subsequentes (as decisões são baseadas em suas avaliações que deverão contemplar os riscos e retornos inerentes).

As avaliações de demonstrações contábeis, juntamente com o planejamento das organizações, são importantes ferramentas utilizadas pelos gestores na condução das empresas rumo à excelência, para obtenção do sucesso empresarial.

Contabilidade Gerencial

Segundo Crepaldi; Crepaldi (2017, p.7), *Contabilidade gerencial é o ramo da contabilidade que tem por objetivo fornecer instrumentos aos administradores de empresas que os auxiliem em suas funções gerenciais*. Dessa forma, o gestor encontrará, através das informações contábeis gerenciais, a forma mais benéfica para o desenvolvimento da organização, baseado em dados reais apurados.

De acordo com Marion; Ribeiro (2011), a contabilidade gerencial pode ser separada em pelo menos três funções principais, sendo uma delas a operacional, que fornece informações para decisões rápidas em relação ao pessoal que lida com a linha de frente, colaboradores e área de vendas, para obter, dessa forma, um retorno sobre a eficácia das atividades realizadas; outra seria a função gerencial, que tem como papel fornecer informações para tomadas de decisões de pouca duração e média, referentes ao desempenho do gestor; e a terceira, sendo a função estratégica, que tem como objetivo fornecer informações para tomadas de decisões referentes ao desempenho da empresa em longo prazo, ou seja, pensar no futuro da organização.

As microempresas normalmente possuem, como gestores, os próprios donos que, em geral, não dispõem de formação profissional em áreas pertinentes a gestão

de um empreendimento, levando ao encerramento e problemas judiciais logo em seus primeiros anos de atividade.

Controle Interno Financeiro

As empresas necessitam de planejamento, organização e controle para guiarem suas atividades com o intuito de atingirem seus objetivos traçados. O controle interno financeiro consiste em dar suporte à empresa sobre os procedimentos executados internamente, como ações de proteger os ativos.

De acordo com Almeida (2003), o controle interno é composto por rotinas, procedimentos e métodos que dão credibilidade aos dados contábeis e adotam medidas de proteção aos ativos. O gestor irá adaptar os controles internos baseados nas necessidades da empresa, o qual acompanhará de perto as operações para verificação da coerência das informações a serem registradas e, se estão interligados entre as áreas da empresa, para apropriação adequada das informações entre elas.

O modo como o sistema de controle funciona costuma mudar dia após dia, pois são muitos os fatores que exercem influências sobre a rotina de uma empresa, como a alteração do quadro de colaboradores, recursos escassos, eventuais erros ocorridos, entre demais possibilidades de interferências.

A existência e o bom funcionamento de um sistema de controle, devidamente auditado, podem evitar à empresa elevados custos com fraudes, erros e omissões, pois um gestor munido de um bom controle interno possui maior probabilidade de acertar continuamente o processo decisório e atingir a eficácia almejada, tornando de fácil percepção o ganho que poderá ter a empresa, com a implantação da normatização dos controles internos, que, além das demais vantagens do regimento, possibilitará finalmente maior confiabilidade em relação aos procedimentos adotados (CREPALDI; CREPALDI, 2017, p.91).

Um sistema de controle devidamente elaborado é de suma importância para a gestão de uma organização, pois possibilita ao administrador um campo de visão maior em relação aos processos operacionais e financeiros, o qual irá reduzir a probabilidade de que ocorram eventos adversos, os quais podem provocar alguma alteração desagradável aos planos da empresa; a possibilidade de proteger e analisar os próximos passos traz maior credibilidade aos procedimentos.

Demonstração do Resultado do Exercício - DRE

A Demonstração do Resultado do Exercício - DRE é um instrumento de controle que permite apresentar o fluxo das receitas e despesas resultantes do aumento/redução do patrimônio líquido de duas datas. A demonstração deve ser realizada de forma dedutiva, ou seja, da receita bruta deduzem-se os custos e despesas; o resultado obtido será o lucro líquido.

A demonstração de resultados do exercício (DRE) visa fornecer, de maneira esquematizada, os resultados (lucro ou prejuízo) auferidos pela empresa em de terminado exercício social, os quais são transferidos para contas do patrimônio líquido. O lucro (ou prejuízo) é resultante de receitas, custos e despesas incorri- dos pela empresa no período e apropriados segundo o regime de competência, ou seja, independentemente de que tenham sido esses valores pagos ou recebidos (ASSAF NETO, 2015, p. 83).

A DRE trata-se da transparência da empresa com o Governo Federal, imposta pela Lei nº 6.404/76, através do confronto das receitas, custos e resultados. Sua principal finalidade é garantir que o lucro conquistado seja dividido entre os sócios e acionistas ou mesmo a divisão do prejuízo. Para isto, o texto diz que as empresas deverão, na Demonstração do Resultado do Exercício, discriminar as receitas bruta e líquida das vendas e serviços, bem como seus devidos abatimentos, impostos, deduções e custos; deverá também apresentar o resultado bruto e operacional, além de demonstrar as participações de debêntures, empregados e gestores.

Fluxo de Caixa - FC

O Fluxo de Caixa - FC é o registro da saída e entrada monetária para que se possa controlar a rentabilidade do empreendimento. A saída se caracteriza pelo pagamento efetuado aos fornecedores, prestadores de serviços, funcionários e manutenção. Já a entrada se dá exclusivamente pelo serviço prestado ou venda de um produto. Assim, é possível apurar se a empresa tem *déficit* ou *superávit*, e calcular lucros e investimentos.

Pode ser criado um fluxo de caixa somente para o setor de compras, que pode ser chamado de fluxo de caixa por atividade. Já o fluxo de caixa global, ou seja, aquele que abrange todas as transações da empresa exige disciplina e metodologia (MORAES; OLIVEIRA, 2011, p.53).

É necessário que cada empresa faça uma adaptação do FC de acordo com suas necessidades. Dessa maneira, o gestor precisa ter conhecimento de todo o ciclo

financeiro da empresa, suas receitas e despesas para montar um fluxo de caixa adequado para a empresa.

Para obter maior controle e conhecimento, é importante que o gestor fique atento aos lançamentos diariamente. Vale salientar que o caixa exige atenção, e deve-se observar o saldo, contas a receber/pagar, despesas operacionais, tributos entre outros.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2008), quando há *déficit*, pode significar que a empresa está gastando mais que a capacidade da empresa. As causas podem ser:

- a) Os prazos dados aos clientes para pagamentos são maiores que os prazos oferecidos pelos fornecedores;
- b) Os valores das parcelas das compras realizadas em datas festivas com maior circulação, como Natal, Dia das Mães/Pais, dos namorados são mais altas que o saldo de caixa;
- c) A reposição do estoque está muito alta referente ao giro de estoque;
- d) As retiradas de pró-labore estão altas em relação à capacidade que a empresa possui;
- e) Os juros bancários estão em constante crescente, devido as operações de descontos de cheques pré-datados, duplicatas ou/e adiantamento de crédito.

No entanto, se o saldo for positivo, supõe-se que a empresa honrará com todas as suas obrigações adquiridas durante determinado período, desde que se faça todo esse processo de maneira adequada.

Balanço Patrimonial - BP

O Balanço Patrimonial - BP é considerado o relatório mais importante da contabilidade, pois evidencia, de maneira qualitativa e quantitativamente, a real situação econômica e financeira da organização e permite a análise das informações em determinada data.

O Balanço Patrimonial proporciona uma interpretação e análise mais adequada da situação patrimonial e financeira da organização, pois uma de suas funções é apresentar as informações referentes ao patrimônio líquido, contas a pagar e valores a receber.

Segundo Araújo (2009), no Balanço Patrimonial, estão descritos o ativo, passivo e o patrimônio líquido da empresa, sendo estes:

Ativo: formado pelo conjunto de bens e direitos que a empresa possui, dividido em ativo circulante que é representado pelo dinheiro disponível ou realizável a curto prazo, duplicatas a receber, giro do estoque e ativo não circulante que são os realizáveis a longo prazo, investimentos, imobilizados e intangíveis.

Passivo: obrigações ou exigibilidades da empresa junto a terceiros, dividido em passivo circulante que são as dívidas a curto prazo, fornecedores, salários, impostos e passivo não circulante, composto por obrigações a longo prazo.

Patrimônio Líquido: resultado das atividades da empresa, ou seja, a diferença entre o ativo e passivo, ou ainda o investimento na sociedade, além do lucro ou prejuízo.

O Patrimônio da empresa é respresentado através de seus bens, direitos e obrigações, a disposição desses grupos de contas proporciona a facilidade de serem apresentados em um único relatório de maneira clara e objetiva, o qual torna a análise do gestor mais precisa e equilibrada.

Estudo de Caso

O estudo de caso foi realizado em uma empresa com sede em Dracena/SP, franqueada de uma grande rede varejista localizada no Noroeste Paulista; teve início em 2002. O Proprietário vendia seus produtos de porta em porta e começou a identificar que um item determinado tinha mais saída do que a soma dos demais produtos vendidos. Foi a partir dessa observação que surgiu a ideia de montar um negócio apenas com um produto a preço único. Abriu a primeira loja na cidade de Birigui – SP, a qual vendeu, em um único dia, o que havia sido programado para vender em um mês.

O empresário enxergou a prosperidade de seus negócios e, juntamente com seu filho, investiu na abertura de mais lojas pela região, com a intenção de crescer cada vez mais nesse ramo de atividade. O gestor teve a visão de iniciar o trabalho com franquias com o objetivo sendo levar o empreendimento para todos os estados do Brasil; hoje já conta com uma rede de 60 lojas espalhadas no Estado de São Paulo e Mato Grosso.

Índices Financeiros

As empresas de sucesso normalmente são as que analisam os dados auferidos nas demonstrações contábeis com certa periodicidade. Esse processo de observar e interpretar as informações levantadas, proporcionam aos gestores a possibilidade de tomarem decisões que oferecem menores riscos para a empresa, tendo em vista que as análises, além de fornecerem uma visão global da situação econômica e financeira da organização, permitem visualizações mais claras do passado e fornecem bases para inferir o que poderá acontecer no futuro.

Nível de Endividamento

Um dos apontamentos de seguidas análises que merecem uma interpretação mais crítica e que desperta o interesse de investidores e dos sócios das Pessoas Jurídicas, são os relacionados aos níveis de endividamento. Pode-se dizer, em uma linguagem mais popular, o quanto a empresa depende de gerar dívidas para manter o negócio.

Quadro 1: Nível de endividamento da empresa.

Participação de Capital de Terceiros	Composição do Endividamento	Imobilização do Patrimônio Líquido
$\frac{\text{Exigível Total}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	$\frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Exigível Total}}$	$\frac{\text{Ativo Fixo}}{\text{Patrimônio Líquido}}$
$\frac{120.625,21}{10.000,00} = 12,06$	$\frac{69.520,41}{120.625,21} = 0,5763$	$\frac{1.268,50}{10.000,00} = 0,1268$

Fonte: Estudo de Caso (2017).

Observando, de forma isolada, o resultado apurado do índice referente à participação de terceiros, a análise seria desanimadora. Entretanto, neste caso específico, é oportuno ressaltar que a organização a qual forneceu os dados para estudo está em seu primeiro ano de atividade, demonstrando, como capital, próprio apenas o Capital Social.

O quociente aponta que, para 12,06 investidos por terceiros, os sócios empenharam 1,00. Isto é justificável devido ao fato de que, para começar os seus processos de trabalho, a empresa buscou recursos através de empréstimos. Mesmo que seja normal, a empresa recorrer a capital de terceiros para crescer, é

fundamental analisar se os retornos alcançados estão suprindo as taxas e encargos desta captação.

A composição do endividamento indica a maior concentração de obrigações vencendo em curto prazo, o que pode implicar em problemas, visto que, em um momento de revés, normalmente é necessário tempo para melhor se estruturar e resolver possíveis impasses financeiros. O que ameniza este quociente tanto quanto desfavorável é que grande parte do exigível em curto prazo é composto pelos valores de mercadorias em estoque; ainda assim é pertinente que se altere a gestão de fornecedores para que a empresa não seja forçada a fazer uma liquidação de estoque.

O resultado apurado em relação à imobilização do patrimônio líquido demonstra que pouco se investiu até o momento em imobilizado, conquanto a atividade principal da organização em estudo não exige que se tenha grande quantidade de ativo imobilizado.

Índices de Liquidez

As empresas de sucesso normalmente são as que analisam os dados auferidos nas demonstrações contábeis com certa periodicidade. Esse processo de observar e interpretar as informações levantadas, proporcionam aos gestores a possibilidade de tomarem decisões as quais oferecem menores riscos para a empresa, tendo em vista que as análises, além de fornecerem uma visão global da situação econômica e financeira da organização, permitem visualizações mais claras do passado e fornecem bases para inferir o que poderá acontecer no futuro.

De acordo com Silva (2013, p.284), [...] *os índices de liquidez visam fornecer um indicador da capacidade da empresa de pagar suas dívidas a partir da comparação entre os direitos realizáveis e as exigibilidades.*

Quadro 2: Índices de liquidez.

Liquidez Corrente	Liquidez Seca	Liquidez Imediata	Liquidez Geral
$\frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$	$\frac{\text{Ativo circulante-Estoque}}{\text{Passivo Circulante}}$	$\frac{\text{Disponibilidades}}{\text{Passivo circulante}}$	$\frac{\text{Ativo Circulante+Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante+Passivo não Circulante}}$
$\frac{147.099,25}{69.520,41}$	$\frac{147.099,25 - 74.679,00}{69.520,41}$	$\frac{19.565,03}{69.520,41}$	$\frac{147.099,25 - 1268,50}{69.520,41 + 51.104,80}$
=	=	=	=
2,116	1,042	0,2814	1,2089

Fonte: Estudo de Caso (2017).

Após a análise dos dados apresentados, é possível aferir que, de maneira geral, demonstra ser uma empresa sólida, a qual consegue honrar com suas obrigações. Além disso, é notório que o ciclo operacional, desde aquisição de mercadorias até o recebimento das vendas, está sendo habilmente realizado de maneira correta.

A apuração da liquidez seca aponta que, a curto prazo, mesmo que a organização sofresse alguma eventualidade a qual paralisasse suas vendas ou ainda que seu estoque se tornasse obsoleto, seria possível pagar suas dívidas com vencimento a curto prazo, apontando assim uma boa gestão financeira na qual a empresa não está totalmente presa ao giro de seu estoque.

Chama atenção o resultado abaixo de 1,00 do cálculo da liquidez imediata; vale-se para colocar os gestores e proprietários alerta, pois, se algum imprevisto negativo acontecesse e obrigasse a empresa a quitar suas obrigações imediatamente, já não seria possível, entretanto, vale lembrar que ativo disponível parado sofre perda de liquidez em tempos de inflação, ou seja, não é aconselhável manter grande quantidade de recurso nas disponibilidades.

A empresa estudada aponta solvência satisfatória a curto e longo prazo, demonstrando assim exercer uma gestão inteligente de seus ativos e um controle consciente de seus passivos. A política financeira e operacional realizada com êxito é uma forte aliada para o crescimento da organização.

Rentabilidade dos Negócios

Conforme Chiavenato (2014, p.15), *rentabilidade é a capacidade de um capital aplicado ou investido render dividendos ou ganho em dinheiro e pode ser expressa pela porcentagem de lucro em relação ao investimento total.*

Quadro 3: Rentabilidade da empresa.

Giro do Ativo Total	Retorno sobre o Investimento	Retorno sobre o Patrimônio Líquido:
<u>Vendas Líquidas</u>	<u>Margem líquida</u>	<u>Lucro Líquido</u>
Ativo total Médio	Giro do Ativo Total	Patrimônio Líquido
<u>157.111,19</u>	<u>0,2463</u>	<u>37.011,54</u>
173.467,75	0,9057	10.000,00
=	=	=
0,9057	0,2356	3,7011

Fonte: Estudo de caso (2017).

O quociente auferido sobre o Giro do Ativo supõe que, mesmo que tenha iniciado recentemente suas atividades, a empresa possui rotatividade satisfatória de processos financeiros e econômicos.

A organização alcançou, em seu primeiro semestre, uma taxa de retorno sobre o investimento de aproximadamente de 23,56 %. Partindo deste resultado, é possível afirmar que há uma boa relação entre preço e quantidade, ou seja, entre margem e produtividade.

O retorno do capital investido pelos sócios, se analisado em particular, pode impressionar devido ao alto quociente; no entanto, é fundamental salientar que, em contrapartida ao baixo capital próprio investido, há obrigações estabelecidas com terceiros que requerem consideráveis empenhos de recursos provenientes, em grande maioria, da atividade comercial da empresa.

Ciclo Financeiro

Enquanto o ciclo operacional se inicia no momento da aquisição dos materiais, o ciclo de caixa (ou ciclo financeiro) compreende o período de tempo entre o momento do desembolso inicial de caixa para pagamento dos materiais e a data do recebimento da venda do produto acabado (ASSAF NETO, 2015, p.201).

Quadro 4: Ciclo Financeiro

Prazo médio de estocagem	Prazo médio de recebimento de vendas	Prazo médio de pagamento de compras
$\frac{\text{Estoques médios} \times 180}{\text{CMV}}$	$\frac{\text{Clientes médios} \times 180}{\text{Receita operacional liq}}$	$\frac{\text{Fornecedores médios} \times 180}{\text{CMV}}$
$\frac{1.845 \times 180}{83.533,86}$	$\frac{25.023,01 \times 180}{157.111,19}$	$\frac{76.984,71 \times 180}{83.533,86}$
= 4 dias	= 28 dias	= 165 dias
Ciclo Financeiro = (PME + PMRV) – PMPC = (4 + 28) – 165 = -133 dias		

Fonte: Estudo de Caso (2017).

De acordo com o quadro acima, a empresa do estudo de caso dispõe de um prazo médio de estocagem de 4 dias; durante um ano inteiro, a mesma gira seu estoque aproximadamente 90 vezes. O índice demonstra o tempo médio que os estoques permanecem dentro das instalações. São muitos os fatores que podem contribuir para que uma empresa tenha prazos médios de estocagem elevados.

O índice de prazo médio de pagamento de vendas mostrará o tempo médio que ela irá demorar a receber. A empresa divide suas vendas em até três vezes e, de acordo com a tabela, a mesma consegue receber esses pagamentos em até 28 dias.

Com o índice de prazo médio de pagamento de compras, é possível analisar em quanto tempo, em média, a empresa paga suas mercadorias. Na empresa em questão, a mesma paga seus fornecedores com uma média de 165 dias, sendo que seu ciclo financeiro é de 133, tornando-a adequada, pois a mesma consegue receber de seus clientes com 28 dias e vai realizar o pagamento de seus fornecedores só com 165 dias em média, podendo utilizar esse dinheiro para novos investimentos.

EBITDA e EBIT

Fernandes (2010, p. 7) *ressalta que as demonstrações financeiras tem o objetivo primordial de fornecer informações sobre a posição patrimonial e financeira, o desempenho e as mudanças na posição financeira da empresa.*

Dentre as principais demonstrações financeiras utilizadas para extrair importantes dados sobre a situação financeira da empresa, são utilizadas, com constância para fatores gerencias, as seguintes:

- a) EBITDA que representa o Lucro Antes dos Juros, Impostos sobre Renda, incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização.
- b) EBIT onde é demonstrado o Lucro Antes dos Juros e Impostos sobre a Renda, incluindo Contribuição Social sobre o Lucro Líquido.

Quadro 5: EBITDA e EBIT

Receita Bruta	R\$ 173.943,30	Lucro Líquido	R\$ 37.011,54
Deduções da Receita	(R\$ 16.832,11)	Impostos	R\$ 0,00
Receita Operacional Líquida	R\$ 157.111,19	Receitas Financeiras	(R\$ 621,17)
CMV	(R\$ 83.533,86)	Despesas Financeiras	R\$ 507,40
Lucro Bruto	R\$ 73.577,33	EBIT	R\$ 36.897,77
Despesas Operacionais	(R\$ 30.734,98)	Depreciação	R\$ 21,50
Despesas Administrativas	(R\$ 5.923,08)	EBITDA	R\$ 36.919,27

Depreciação	(R\$ 21,50)		
Despesas Financeiras	(R\$ 507,40)		
Receitas Financeiras	R\$ 621,17		
Lucro Operacional	R\$ 37.011,54		
Impostos	R\$ 0,00		
Lucro Líquido	R\$ 37.011,54		

Fonte: Estudo de Caso (2017).

Conforme as demonstrações apuradas através das informações da organização objeto de estudo de caso, é possível observar o lucro de uma maneira mais ligada ao resultado de natureza operacional, auferido que não inclui resultados financeiro, dividendos ou juros sobre o capital próprio, resultado por equivalência patrimonial.

Margem de Contribuição

O gestor deve identificar, na margem de contribuição, qual o produto está proporcionando maior retorno para a empresa.

Segundo Silva (2013, p.33), a *Margem de contribuição é a diferença entre a receita líquida de vendas e os respectivos custos e despesas variáveis*.

Quadro 6: Margem de Contribuição Total – 1º Semestre/2017.

Margem de Contribuição Total - 1º Semestre/2017					
Produtos	Custos e Desp Variáveis	Preço de Venda	Qtde Vendida	Marge de Contrib	Índice
34 a 38 Masc.	R\$ 27,34	R\$ 56,90	180	R\$ 5.320,80	5,89%
40 a 44 Masc.	R\$ 27,31	R\$ 56,90	560	R\$ 16.570,40	18,33%
46 a 48 Masc.	R\$ 27,33	R\$ 56,90	420	R\$ 12.419,40	13,74%
50 a 60 Masc.	R\$ 27,32	R\$ 56,90	250	R\$ 7.395,00	8,18%
34 a 38 Fem.	R\$ 27,32	R\$ 56,90	205	R\$ 6.063,90	6,71%
40 a 44 Fem.	R\$ 27,33	R\$ 56,90	580	R\$ 17.150,60	18,97%
46 a 48 Fem.	R\$ 27,33	R\$ 56,90	490	R\$ 14.489,30	16,03%
50 a 60 Fem.	R\$ 27,33	R\$ 56,90	372	R\$ 11.000,04	12,17%
TOTAL			3057	R\$ 33.066,90	100,00%

Fonte: Estudo de Caso (2017).

Com a aplicação da pesquisa, verificou-se que a empresa possui uma margem de contribuição positiva que varia de 5,89 % (34 a 38 masc.) a 18,97% (40 a 44 fem.), identificando assim o produto que possui maior grau de contribuição para o lucro da empresa, uma vez a margem de contribuição sendo a diferença entre a receita e o custo variável de cada produto. O que pode ser atribuído sem erro.

A margem de contribuição mostrou-se fundamental como um instrumento de controle para a gestão financeira da empresa, pois possibilitou-lhe, de forma clara, informações indispensáveis para a tomada de decisão, como por exemplo, possibilitou ao gestor identificar qual produto deve ser reduzido ou aumentado, assim como ajudou na formação de preço e avaliação do desempenho operacional.

Conclusão

Conclui-se, com o estudo realizado, que a utilização dos instrumentos de controle torna a gestão financeira nas empresas mais eficiente, a qual auxiliará o gestor nas tomadas de decisões e assim poderá diminuir os riscos de decisões equivocadas, confirmando, desse modo, o pressuposto teórico.

O estudo de caso evidenciou, através dos instrumentos de controle utilizados pela empresa, principalmente pela análise dos índices financeiros de liquidez corrente, seca e geral, que a empresa estudada conseguiu honrar seus compromissos com relativa folga financeira, tanto a curto prazo como a longo prazo, sem depender de seus estoques para solver seus compromissos.

A verificação do grau de endividamento é uma ferramenta importante nos dias atuais para os negócios, pois dessa maneira o gestor pode acompanhar a sua evolução e grau de comprometimento com o capital de terceiros. Através da análise da composição do endividamento, a empresa apresenta um resultado de 57,63% no primeiro semestre de 2017, revelando que pouco mais da metade são recursos de terceiros com vencimento em curto prazo, o que supõe, para a organização, uma análise criteriosa quanto a origem de seus recursos com objetivo de que não venha a ficar altamente dependente de terceiros.

Para medir a capacidade econômica da empresa, os quocientes de rentabilidade demonstram o grau de sucesso alcançado pelos recursos investidos, através da análise desses quocientes de rentabilidade. A empresa demonstrou, através do giro do ativo, que, apesar de ter iniciado suas atividades recentemente, possui rotatividade satisfatória de processos financeiros e econômicos. Em relação ao retorno sobre o investimento, a empresa alcançou uma taxa de 23,56%, revelando uma boa relação entre preço e quantidade. Já a margem de contribuição revelou ao gestor o produto que merece maior atenção, pelo alto número de vendas.

O ciclo financeiro mostrou o quão rápido a empresa transformou seus estoques em vendas, e estas em dinheiro, conquanto o tempo que foi utilizado para pagar os fornecedores.

Mesmo em breve análise sobre as demonstrações do EBITDA e EBIT é notório que a empresa não é dependente de atividades não operacionais.

Dessa forma, este trabalho teve por objetivo a verificação dos controles financeiros como instrumentos eficazes no apontamento de informações sobre a situação da empresa, bem como um direcionamento para as tomadas de decisões.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Marcelo C. **Auditoria**: um curso moderno e completo. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ARAÚJO, Inaldo P. S. **Introdução à contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

ASSAF, Alexandre N. Estrutura e Análise de Balanços: Um Enfoque Econômico-financeiro, 11. ed. Atlas, 2015.

BRASIL. **Lei nº 6.404**, de 15 de dezembro de 1976. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6404compilada.htm>. Acesso em: 10 out 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão Financeira**: uma abordagem introdutória. 3. ed. Barueri: Manole, 2014.

CREPALDI, Silvio A.; CREPALDI, Guilherme S. **Contabilidade Gerencial**: Teoria e prática. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

FERNANDES, Edison C. **Demonstrações financeiras**: gerando valor para o acionista. Atlas, 2010.

MARION, José. C.; RIBEIRO, Osni M. **Introdução à Contabilidade Gerencial**. 1. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2011.

MORAES, Rafael C.; OLIVEIRA, Wdson. **A importância da gestão financeira nas empresas**. UNAR (Centro Universitário de Araras), Revista Científica, v. 5, n. 1, p. 51-58, Araras, São Paulo, 2011.

RIBEIRO, Osni M.; RIBEIRO, Juliana M. **Auditoria fácil**. São Paulo: Saraiva, 2011.

SEBRAE. **Gestão de custos**. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná – SEBRAE/PR, vol 2, 2008. Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Gest%C3%A3o%20de%20Custos.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2017.

SILVA, José P. **Análise Financeira das Empresas**. 12.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

TÓFILI, Irso. **Administração financeira empresarial**. 1. ed. São José do Rio Preto-SP: Raízes Gráficas e Editora, 2012.

Análise dos índices de estrutura e rentabilidade da instituição financeira Bradesco S/A

Analysis of the structure and profitability indexes of the financial institution Bradesco S/A

Cintia Dos Santos Batista¹
Jéssica Elias Pires²
Walcir Gonçalves de Lima³
Cleide Henrique Avelino⁴
Fabiane Cristina Spironelli⁵

RESUMO

Dentro de uma Organização, os gestores precisam tomar decisões importantes que, conseqüentemente, afetarão o futuro da empresa. A pesquisa desenvolvida neste artigo aborda a situação econômica e financeira da instituição Bradesco S. A, utilizando-se dos índices de estrutura e rentabilidade, com foco no retorno do capital de terceiros e no retorno do capital dos sócios. No decorrer do trabalho, o resultado desses índices de retorno demonstraram que, mesmo com uma leve diminuição no lucro referente ao exercício de 2016, decorrente do aumento das despesas, o banco continuou gerando resultados atrativos para seus acionistas. A metodologia utilizada foi pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

Palavras-chave: Gestão, Retorno de capital e Tomada de decisão.

ABSTRACT

Within an organization, managers need to make important decisions that will consequently affect the future of the company. The research developed in this article addresses the economic and financial situation of the Bradesco S/A institution using the structure and profitability indices, focusing on the return of third-party capital and on the return of shareholders' equity. In the course of the work, the result of these return rates showed that, even with a slight decrease in the profit for the year 2016 due to the increase in expenses, the bank continued to generate attractive results for its shareholders. The methodology used was bibliographic research and study of case.

Keywords: Management, Capital Return and Decision Making.

Introdução

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmica do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

³ Contador; Mestrado em Contabilidade Avançada; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁵ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

Este trabalho foi desenvolvido com o objetivo de analisar o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício da instituição financeira Bradesco S.A, comparando o seu desempenho para verificar qual sua situação econômica e financeira. A análise das demonstrações contábeis é uma ferramenta importante para os gestores que se utilizam dos seus resultados para tomada de decisões. Nesta pesquisa, foi analisado se os investimentos de capital de terceiros e os investimentos dos acionistas estavam sendo aplicados com eficiência e trazendo o retorno esperado.

O trabalho visa analisar, como objetivo geral, a importância das demonstrações contábeis. Como objetivos específicos, deve-se comparar os índices de estrutura e rentabilidade do Bradesco S/A nos de 2015 e 2016, coletando dados junto a instituição financeira, podendo assim dizer qual sua situação econômica.

A pergunta problema que direcionou esta pesquisa foi: A análise dos índices de estrutura e rentabilidade do Bradesco S/A no período de 2015 e 2016 traz informações para a tomada de decisões e demonstra a real situação econômica e financeira da instituição? Para responder a pergunta problema e alcançar os objetivos traçados, foi realizado estudo de caso e pesquisa bibliográfica no período de fevereiro a novembro de 2017.

Contabilidade

A contabilidade oferece informações para a tomada de decisão, gerando relatórios através do registro e controle do patrimônio; e as informações obtidas através desses relatórios são utilizadas pelos gestores da instituição.

No conceito de Hilário Franco, 1997,P.21:

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

Demonstrações Contábeis

As Demonstrações Contábeis representam a situação patrimonial e financeira das instituições, expondo sua capacidade de pagamento e o retorno do

capital aplicado; tem como objetivo fornecer informações para a tomada de decisão. Conforme Assaf Neto (2000, p.48), pode-se:

Verificar se a capacidade de pagamento (liquidez) encontra-se numa situação de equilíbrio ou insolvência; se a atividade operacional da empresa oferece uma rentabilidade que satisfaz as expectativas dos proprietários de capital.

As demonstrações contábeis estão dadas em Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício – DRE, Demonstrações de Mutações do Patrimônio Líquido – DMPL, Demonstração dos Fluxos de Caixa – DFC, Demonstração do Valor Adicionado – DVA, Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados – DLPA, Notas Explicativas, Demonstração do Resultado Abrangente – DRA e Ebitda.

Balanço Patrimonial - BP

O Balanço Patrimonial é apresentado em duas colunas denominadas ativo e passivo. Sua ordem de classificação começa com as contas que possuem maior liquidez para as de menor liquidez.

O ativo é classificado em circulante composto pelas contas do exercício atual, vencíveis até o exercício seguinte e não circulante que compreende as contas vencíveis após o próximo exercício. O passivo classifica-se como circulante e não circulante; nele estão contidas as contas que demonstram as obrigações da empresa. Logo abaixo, encontra-se o patrimônio líquido onde estão destacadas as contas de capital social, as reservas e o lucro ou prejuízo, ou seja, o capital próprio.

Segundo Marion (2005, p. 42), o Balanço Patrimonial:

É a principal Demonstração Contábil. Reflete a Posição Financeira em determinado momento, normalmente no fim do ano ou de um período prefixado. É como se tirássemos uma foto da empresa e víssemos de uma só vez todos os bens, valores a receber e valores a pagar em determinada data.

Demonstração do Resultado do Exercício – DRE

A DRE é regulamentada pelo artigo 187 da lei 6404/76; nela estão contidas as contas de receita e despesa que podem aumentar ou diminuir o Patrimônio

Líquido, avaliando se, no período, houve lucro ou prejuízo. Para chegar a este valor, é deduzido das receitas as despesas obtidas no período.

As Receitas representam normalmente aumento do Ativo, através de ingresso de novos elementos, como duplicatas a receber ou dinheiro proveniente das transações. Aumentando o Ativo, aumenta o Patrimônio Líquido. As despesas representam redução do Patrimônio Líquido, através de um entre dois caminhos possíveis: redução do Ativo ou aumento do passivo exigível. (MATARAZZO, 1995, p. 47)

Análise das Demonstrações Contábeis

A análise das demonstrações contábeis é uma ferramenta de comparação e interpretação dos demonstrativos financeiros, onde é possível identificar a situação econômico-financeira de uma empresa, podendo, desta forma, fazer uma projeção para tomada de decisão.

De acordo com Iudícibus (1982, p.13),

A necessidade de analisar demonstrações contábeis é pelo menos tão antiga quanto a própria origem de tais peças. Nos primórdios da Contabilidade, quando esta se resumia, basicamente, à realização de inventários, já o 'analista' se preocupava em anotar as variações quantitativas e qualitativas das várias categorias de bens incluídos em seu inventário.

Tipos de Análises Contábeis

Análise horizontal verifica as mudanças dos elementos do balanço patrimonial e da demonstração do resultado do exercício que ocorreram de um ano para o outro. Para esta análise, determina-se um exercício como base e verifica-se a evolução dos outros exercícios, sempre tendo como parâmetro o exercício base.

Análise Horizontal: É uma análise temporal do crescimento da empresa, que permite avaliar a evolução das vendas, custos e despesas; o aumento dos investimentos realizados nos diversos itens ativos; a evolução das dívidas, etc. (ASSAF NETO, 2000, p. 55)

Análise Vertical é feita dentro do mesmo ano, conhecida como análise de estrutura, pois facilita a compreensão do balanço patrimonial e da demonstração do resultado do exercício. No BP, demonstra-se a porcentagem de cada conta em relação ao ativo total e do passivo. Na DRE, esta análise é feita tendo como base o total da receita líquida, podendo assim saber a porcentagem de cada conta dentro da demonstração.

Análise Vertical: Permite conhecer a estrutura financeira e econômica da empresa, ou seja, a participação relativa de cada elemento patrimonial e de resultados. Por exemplo, qual a porcentagem das vendas que representa lucro líquido; do total de seu passivo quanto a empresa deve a curto e a longo prazos etc. (ASSAF NETO, 2000, p. 55)

Análise dos Índices econômico-financeiro

A análise econômica e financeira mostra a saúde da empresa e, para isso, utiliza-se dos índices da contabilidade no qual mostrará se os negócios estão gerando lucro ou prejuízo e se o caixa da empresa está sendo o suficiente para honrar com as obrigações mais urgentes e as contas a pagar do período.

[...]Índice é a relação entre contas ou grupo de contas das Demonstrações Financeiras, que visa evidenciar determinado aspecto da situação econômica ou financeira de uma empresa[...]. (MATARAZZO,1992, p. 96)

Os índices econômico - financeiros estão agrupados em três categorias, sendo eles indicadores de endividamento, liquidez e rentabilidade que são utilizados para mostrar o desempenho econômico financeiro da empresa.

Os indicadores financeiros, segundo Teixeira; Melo (2011, p. 1):

[...] servem como identificadores que demonstram a potencialidade da empresa. São eles que dizem qual a liquidez da empresa de dispor de recursos para saldar suas dívidas, qual o endividamento da empresa com terceiros, qual o retorno sobre os investimentos dos acionistas, [...], entre muitas outras singularidades ativas de análise.

Índices de estrutura ou endividamento

Os Índices de Estrutura ou de Endividamento medem o grau de endividamento no curto e longo prazo, verificando se a empresa é mais dependente do seu próprio capital - Patrimônio Líquido, ou de capital vindo de terceiros -Passivo Circulante e Passivo não Circulante.

Estes quocientes relacionam as fontes de fundos entre si, procurando retratar a posição relativa do capital próprio com relação ao capital de terceiros. São quocientes de muita importância, pois indicam a relação de dependência da empresa com relação a capital de terceiros. (IUDÍCIBUS, 1998 p.103).

Endividamento Total = [(Passivo Circulante + Passivo Exigível a Longo Prazo) /Ativo Total]

Demonstra o quão dependente a empresa está de recursos oriundos de terceiros - bancos, fornecedores, recursos trabalhistas e tributários.

Matarazzo (1995) diz que, para a obtenção de lucro, pode ser vantajoso trabalhar com capitais de terceiros se os juros pagos a esses capitais de terceiros forem menor do que o lucro conseguido com a sua aplicação.

Composição do Endividamento = [Passivo Circulante/ (Passivo Circulante + Passivo Exigível a Longo Prazo)]

Demonstra se as dívidas da empresa estão mais concentradas no curto ou longo prazo, considerando que as dívidas de curto prazo geralmente vencem até o fim do próximo exercício, enquanto as dívidas de longo prazo são aquelas que vencem após o final do exercício seguinte. Se a composição do endividamento apresentar significativa concentração no Passivo Circulante - curto Prazo, a empresa poderá ter reais dificuldades em um momento de reversão de mercado - o que não aconteceria se as dívidas estivessem concentradas no longo prazo.

Imobilização do Patrimônio Líquido = [Ativo Fixo/ Patrimônio Líquido]

Este índice mostra quanto a empresa possui de ativo imobilizado para cada R\$ 1,00 de patrimônio líquido. Se for igual a 1, significa que os recursos próprios estão inteiramente imobilizados; se for maior que 1, significa que a empresa está utilizando capital de terceiros para financiar o seu giro.

Segundo Matarazzo (1995, p. 164) [...] *O ideal em termos financeiros é a empresa dispor de Patrimônio Líquido suficiente para cobrir o Ativo Permanente e ainda sobrar uma parcela para financiar o Ativo Circulante [...]*

Imobilização dos Recursos não Circulantes = [Ativo Fixo/ (Patrimônio Líquido + Passivo Exigível a Longo Prazo)]

Demonstra o quanto dos recursos não circulantes estão no ativo fixo.

Conforme Assaf Neto (2008, p. 124): [...], *revela a porcentagem dos recursos passivos a longo prazo (permanentes) que se encontra imobilizada em itens ativos, ou seja, aplicados no ativo permanente[...]*

Índices de Rentabilidade

A rentabilidade demonstra o retorno que a empresa obteve em relação ao Capital dos Sócios e do Capital de Terceiros. Seus índices são:

Giro do Ativo = [Vendas Líquidas/ Ativo Total Médio]

Esse índice relaciona o total das vendas produzidas com o ativo da empresa, ou seja, a empresa usa todo patrimônio financeiro e busca a melhor alternativa de investimento.

Para Assaf Neto (2002, p. 216), este índice [...] *indica o número de vezes que o ativo total da empresa girou (transformou-se em dinheiro), em determinado período, em função das vendas realizadas [...]*.

Margem Líquida = [Lucro Líquido/ Vendas Líquidas]

Representa a relação entre o lucro líquido e a receita de vendas; mede a eficiência e viabilidade da empresa durante o exercício social; demonstra a porcentagem de cada R\$ 1,00 de venda que resultou em lucro após a dedução de todas as despesas, inclusive o imposto de renda. Segundo Matarazzo (1998, p. 183), [...] *este índice indica quanto a empresa obtém de lucro para cada \$ 100 vendidos; quanto maior, melhor [...]*

Retorno sobre Investimento = [Lucro Líquido/ Ativo Total Médio]

O Retorno sobre Investimento - ROI é usado para medir os rendimentos obtidos a partir de uma determinada quantia de recursos investidos.

Para Franco (1989, p. 182), [...] *é a comparação entre o lucro líquido e o ativo total, revelando o quociente de rentabilidade total do ativo aplicado na movimentação econômica do exercício [...]*.

Retorno sobre o Patrimônio Líquido = [Lucro Líquido/ Patrimônio Líquido Médio]

Demonstra a rentabilidade que está sendo gerada com os recursos do patrimônio líquido. ROE é um indicador financeiro percentual que se refere à capacidade de uma empresa em agregar valores utilizando os seus próprios recursos.

Segundo Assaf Neto (2009, p. 231), [...] *deve ser comparado sempre com a taxa de retorno mínima exigida pelo acionista [...] todo o investimento deve oferecer uma rentabilidade pelo menos igual à taxa de oportunidade [...]*.

Estudo de Caso da Instituição Financeira Bradesco S/A

Os dados utilizados para a realização do estudo de caso da Análise das Demonstrações Contábeis com foco no retorno do Capital Próprio e Capital de Terceiros foram obtidos no endereço eletrônico do Banco Bradesco S/A, companhia aberta do ramo financeiro que atua em áreas de serviços bancários e serviços de seguros, administração de planos de previdência complementar e títulos de capitalização. Fundada em 1943 na cidade de Marília- SP, atualmente sua sede está localizada no núcleo administrativo denominado Cidade de Deus, situado na Vila Yara, no município e comarca Osasco, estado de São Paulo.

No segundo semestre de 2016, o Bradesco tornou-se uma das maiores redes bancárias do país com a incorporação das agências brasileiras do HSBC. Hoje são mais de quatro mil agências distribuídas pelo Brasil, com uma ampla rede de atendimento ao cliente.

Foram tomados como base para a realização desta pesquisa, o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício correspondente aos períodos de 2015 e 2016.

Tabela 1 - Balanço Patrimonial

Ativo	2016	2015
Caixa e disponibilidades em bancos	72.554.651	72.091.764
Ativos financeiros para negociação	213.139.846	159.623.449
Ativos financeiros disponíveis para venda	113.118.554	117.695.450
Investimentos mantidos até o vencimento	43.002.028	40.003.560
Ativos financeiros cedidos em garantia	155.286.577	144.489.921
Empréstimos e adiantamentos a instituições financeiras	94.838.136	35.620.410
Empréstimos e adiantamentos a clientes, líquido de provisão para perdas	367.303.034	344.868.464
Ativos não correntes mantidos para venda	1.578.966	1.247.106

Investimentos em coligadas e <i>joint ventures</i>	7.002.778	5.815.325
Imobilizado de uso	8.397.116	5.504.435
Ativos intangíveis e ágio	15.797.526	7.409.635
Impostos a compensar	7.723.211	6.817.427
Impostos diferidos	45.116.863	45.397.879
Outros ativos	47.170.370	40.118.697
Total do ativo	1.192.029.656	1.026.703.522
Passivo		
Recursos de instituições financeiras	301.662.682	293.903.391
Recursos de clientes	232.747.929	194.510.100
Passivos financeiros para negociação	13.435.678	19.345.729
Recursos de emissão de títulos	151.101.938	109.850.047
Dívidas subordinadas	52.611.064	50.282.936
Provisões técnicas de seguros e previdência	215.840.000	170.940.940
Outras provisões	18.292.409	15.364.317
Impostos correntes	2.130.286	2.781.104
Impostos diferidos	1.762.948	772.138
Outros passivos	96.965.515	78.038.058
Total do passivo	1.086.550.449	935.788.760
Patrimônio líquido		
Capital social	51.100.000	43.100.000
Ações em tesouraria	(440.514)	(431.048)
Reservas de capital	35.973	35.973
Reservas de lucros	50.027.816	49.920.020
Capital integralizado adicional	70.496	70.496
Outros resultados abrangentes	(398.708)	(4.002.724)
Lucros acumulados	4.907.381	2.096.710
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	105.302.444	90.789.427
Participação de acionistas não controladores	176.763	125.335
Total do patrimônio líquido	105.479.207	90.914.762
Total do passivo e patrimônio líquido	1.192.029.656	1.026.703.522

Fonte: Demonstrações Contábeis Consolidadas de acordo com as Normas Internacionais de relatório financeiro,(2016).

Tabela 2 - Demonstração do Resultado do Exercício

	2016	2015
Receita de juros e similares	147.700.375	127.048.252
Despesa de juros e similares	(91.037.386)	(71.412.210)
Resultado líquido de juros	56.662.989	55.636.042

Receita de serviços e comissões	20.341.087	17.856.873
Despesa de serviços e comissões	(36)	(36.203)
Resultado líquido de serviços e comissões	20.341.051	17.820.670
Ganhos/(perdas) líquidos de ativos e passivos financeiros para negociação	16.402.770	(8.252.055)
Ganhos/(perdas) líquidos de ativos financeiros disponíveis para venda	(1.341.400)	(671.810)
Ganhos/(perdas) líquidos de operações em moeda estrangeira	150.757	(3.523.095)
Resultado de seguros e previdência	4.155.763	5.497.505
Receitas operacionais	19.367.890	(6.949.455)
Perdas por redução ao valor recuperável de empréstimos e adiantamentos	(15.350.278)	(14.721.152)
Despesas de pessoal	(17.003.783)	(14.058.047)
Outras despesas administrativas	(16.149.563)	(13.721.970)
Depreciação e amortização	(3.658.413)	(2.942.003)
Outras receitas/(despesas) operacionais	(14.004.162)	(12.988.553)
Despesas operacionais	(66.166.199)	(58.431.725)
Resultado antes dos impostos e participações em coligadas	30.205.731	8.075.532
Resultado de participação em coligadas e <i>joint ventures</i>	1.699.725	1.528.051
Resultado antes da tributação sobre o lucro	31.905.456	9.603.583
Imposto de renda e contribuição social	(13.912.730)	8.634.322
Lucro líquido do exercício	17.992.726	18.237.905
Atribuível aos acionistas:		
Controladores	17.894.249	18.132.906
Não controladores	98.477	104.999
– Lucro por ação ordinária	3,08	3,12
– Lucro por ação preferencial	3,39	3,43

Fonte: Demonstrações Contábeis Consolidadas de acordo com as Normas Internacionais de relatório financeiro, (2016).

Analises dos índices de estrutura ou endividamento

Tabela 3 – Índices de estrutura ou endividamento

Índices	Fórmula	2015	2016
Endividamento Total	CT/AT	0,9114 ou 91,14%	0,9115 ou 91,15%
Composição de Endividamento	PC/CT	1	1
Imobilização do PL	AP/PL	1,22	1,24
Imobilização Recursos Não Circulantes	AP/(PL+PELP)	1,22	1,24

Fonte: Estudo de Caso, (2017).

Tabela 4 - Análise Horizontal 2016/2015

Participação Capital de Terceiros	Passivo Circulante: 116,11%	Ativo Total: 116,10%
Composição de Endividamento	Passivo Circulante: 116,11%	Passivo Exigível a Longo Prazo: 0
Imobilização do PL	Ativo Permanente: 118,14%	Patrimônio Líquido: 116,02%
Imobilização Recursos Não Circulantes	Ativo Permanente: 118,14%	Patrimônio Líquido: 116,02%

Fonte: Estudo de Caso, (2017).

Analisando o índice de capital de terceiros, nota-se que, no exercício social de 2015 e 2016, o resultado foi o mesmo nos dois períodos, pois a relação entre o capital vindo de terceiros e o ativo total demonstra que, para cada R\$ 1,00 aplicado no ativo, R\$ 0,91 foi financiado por terceiros. Isso mostra que a empresa possuía uma grande dependência de recursos alheios financiando seu ativo; porém, a instituição financeira poderia utilizar o capital externo para gerar uma grande alavancagem financeira e trabalhar para que os juros pagos fossem bem menores que os lucros obtidos com a aplicação desse dinheiro em suas atividades operacionais.

Realizando a análise horizontal desse índice, verifica-se que houve um aumento tanto no passivo circulante quanto no ativo total de 16,11% e 16,10% respectivamente; isso justifica o índice ter sido o mesmo para os dois anos.

O resultado obtido no índice de composição do endividamento mostra que, no exercício de 2015 e 2016, 100% das dívidas da Instituição estavam no curto prazo. Segundo a análise horizontal, embora no ano de 2016 as dívidas tenham aumentado, esse fato não influenciou no resultado da análise, pois a estrutura manteve-se a mesma neste exercício, continuando com 100% de suas dívidas concentradas a curto prazo, ou seja, deveriam ser liquidadas até o final do exercício seguinte, deixando claro que a empresa não possuía passivo exigível a longo prazo.

Na imobilização do patrimônio líquido, nota-se que, no exercício social de 2015, o índice obtido foi de 1,22 e, em 2016 aumentou para 1,24. Isso revela que o capital próprio estava inteiramente imobilizado e que o ativo fixo foi financiado com aporte de capital de terceiros. Sendo assim, no ativo circulante não existia a participação do capital dos sócios, pois 100% do investimento do passivo não exigível foi utilizado para financiamento do ativo fixo. De acordo com a análise horizontal, a imobilização do Patrimônio Líquido demonstra que, em 2016 o aumento desse índice decorreu dos 18,14% a mais de capital de terceiros dentro do ativo fixo.

No índice de imobilização de recursos não circulantes, nota-se que, no exercício social de 2015, a imobilização dos recursos não circulantes foi de 1,22, isso demonstra que todos os recursos não circulantes foram imobilizados. Em relação ao ano de 2016, verifica-se que manteve a mesma estrutura de financiamento do ativo fixo, pois a imobilização dos recursos não circulantes foi de 1,24. Segundo a análise horizontal dos recursos não circulantes, o aumento em 2016 é decorrente do fato do ativo fixo ter aumentando em maior proporção que o patrimônio líquido. A justificativa desse índice ser igual ao índice de imobilização do patrimônio líquido deve-se ao fato da inexistência de exigível a longo prazo.

Análises dos Índices de Rentabilidade

Tabela 5 – Índices de rentabilidade

Índice	Fórmula	2015	2016
Giro do Ativo	VL/ ATM	0,075	0,069
Margem Líquida	LL/V	24,83%	23,37%
Rentabilidade do Ativo	LL/AT	0,0186 ou 1,86%	0,0162 ou 1,62%
Rentabilidade do Patrimônio Líquido	LL/PLM	0,2106 ou 21,06%	0,1832 ou 18,32%

Fonte: Estudo de Caso, (2017).

Tabela 6 - Análise horizontal 2016/2015

Giro do Ativo	Venda Líquida: 104,83%%	Ativo Total 113,36	Médio:
Margem Líquida	Lucro Líquido: 98,66%	Venda Líquida: 113,36%	
Rentabilidade do Ativo	Lucro Líquido: 98,66%	Ativo Total 113,36	Médio:
Rentabilidade do Patrimônio Líquido	Lucro Líquido: 98,66%	Patrimônio Líquido Médio: 113,39%	

Fonte: Estudo de Caso, (2017).

No giro do ativo, nota-se que, no exercício de 2015, o ativo de vendas girou 0,075. No ano de 2016, a variação foi de 0,069. O ativo diminuiu seu giro, mas não se pode dizer que os recursos estavam sendo investidos com ineficiência, pois, como mostra a análise feita no ROI, os investimentos geraram um lucro de 74%.

De acordo com a análise horizontal do giro do ativo, o resultado menor desse índice deve-se pelo fato das contas não terem aumentado na mesma proporção, pois o ativo total médio aumentou 13,36%, enquanto a venda líquida aumentou apenas 4,83%.

O resultado do índice da margem líquida, no ano de 2015, foi de 24,83% e, no exercício seguinte, ocorreu uma diminuição para 23,37%. Embora as vendas líquidas tenham aumentado de R\$ 73.456.712 milhões para R\$ 77.004.040 milhões, houve um decréscimo no lucro líquido que passou de R\$ 18.237.905 milhões para R\$ 17.992.726 milhões. Realizando a análise horizontal, percebe-se que o lucro líquido decaiu 1,34%, enquanto a venda líquida aumentou 13,36%, acarretando a diminuição do índice neste exercício. A média deste índice nestes dois períodos foi de R\$ 0,24 para cada R\$ 1,00 de venda líquida.

A rentabilidade do Ativo indica que, no ano de 2015, o investimento total rendeu um retorno de 1,86%. Em 2016, o retorno obtido diminuiu para 1,62% em razão da redução do lucro líquido, como demonstra a análise horizontal, que diminuiu 1,34% e o acréscimo no ativo total médio em 13,36. Mesmo que, no exercício de 2016, o resultado líquido tenha sido menor que o ano anterior, analisando os dois períodos simultaneamente, pode-se dizer que os recursos foram investidos com eficiência, pois alcançou um coeficiente médio de 1,74%. Realizando a análise horizontal, percebe-se que é igual a margem líquida.

A Rentabilidade do Patrimônio líquido mostra que, em 2015, o coeficiente obtido entre o lucro líquido e o patrimônio líquido médio foi de 21,06%. No exercício social seguinte, o capital injetado pelos sócios foi maior, mas o resultado líquido não acompanhou o crescimento, gerando um coeficiente de 18,32%, ou seja, para cada R\$ 1,00 investido pelos sócios nesse período, o retorno médio foi de R\$ 0,19.

Segundo a análise horizontal, a redução no lucro líquido e o consequente aumento no patrimônio líquido explica a diminuição do resultado do ROE.

Conclusão

Assim como todo o Brasil, as instituições financeiras também sentiram os efeitos da crise. O Bradesco, no ano de 2016, teve influências negativas em seu lucro devido as seguintes variáveis: aumento da inadimplência, aumento das despesas administrativas com a campanha salarial dos bancários, aumento das despesas de pessoal com a incorporação do Banco *Hong Kong and Shanghai Banking Corporation* - HSBC. Esses fatores fizeram com que a instituição fechasse o ano com 1,34% com menos lucro que no ano anterior.

Mas, embora o resultado líquido demonstre o decréscimo nos resultados auferidos pelo banco no exercício de 2016, a instituição continuou trabalhando com eficiência e rendendo grandes resultados com o capital nela depositado. O dinheiro investido no ativo total gerou um retorno de 1,62% e a aplicação dos sócios gerou um resultado positivo de 18,32%.

Os objetivos traçados de comparar os índices de estrutura e rentabilidade do Bradesco S/A e coletar dados junto a instituição financeira para análise das demonstrações contábeis foram alcançados levando a confirmação do pressuposto teórico: a análise dos índices de estrutura e rentabilidade da empresa Bradesco S/A, no período de 2015 e 2016, traz informações econômicas e financeiras da instituição, pois retrata, através das informações publicadas, sua real situação econômica.

Conclui-se, neste trabalho, que, mesmo diante do cenário apresentado pela instituição no segundo semestre de 2016, os resultados obtidos através dos índices podem ser usados como ferramenta para tomada de decisão e que a instituição financeira segue sendo atrativa, pois continua gerando ótimos retornos para seus investidores.

Referências Bibliográficas

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e análise de balanços**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque financeiro**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Finanças Corporativas e Valor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Curso de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 2009.

FRANCO, Hilário. **Estrutura, análise e interpretação de balanços: de acordo com a nova lei das S/A, Lei 6.404 de 15/12/76**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

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

IUDICIBUS, Sergio de. **Análise de balanços**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1982.

_____. **Análise de balanços**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARION, José C. **Contabilidade Empresarial**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

_____. **Análise das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MATARAZZO, Dante C.. **Análise financeira de balanços**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

_____. **Análise financeiras de balanços**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Análise Financeira de Balanços: Abordagem Básica e Gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

TEIXEIRA, E. C. B.; MELO, A. M. de. **Índices-padrão de indicadores econômico financeiros das empresas de capital aberto do seguimento de construção civil integrantes do novo mercado**. In: Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade, 4, 2011, Florianópolis. Anais. Disponível em: <<http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/anais/4CCF/20101220071108.pdf>>. Acessado em: 23 set 2017.

Impactos da Lei de Responsabilidade Fiscal no Controle de Endividamento do Município de Planalto – SP

Impacts of the Fiscal Responsibility Law on the Control of Indebtedness of the Municipality of Planalto

Érica Cristina da Silva Gomes¹
Thais Aparecida Camarim Dadda²
João Marcos Scaramelli³
Cleide Henrique Avelino⁴
Fabiane Cristina Spironelli⁵

RESUMO

O endividamento público sempre foi uma preocupação para os municípios. Isso acontece quando as despesas são superiores às receitas, gerando um desequilíbrio nas finanças públicas. Como solução para o problema do endividamento público, foi criada a Lei de Responsabilidade Fiscal, cujo objetivo é controlar as despesas e gerenciar as receitas para que ocorra diminuição de gastos desnecessários. A Lei de Responsabilidade Fiscal baseia-se na responsabilidade, transparência, controle e planejamento; assim, ela estabelece caminhos para conquistar uma excelente gestão. Neste trabalho, é possível verificar a análise das receitas e despesas do município de Planalto, e assim demonstrar as mudanças e benefícios trazidos pela Lei de Responsabilidade Fiscal.

Palavras – chave: Endividamento Público, Finanças Públicas, Lei de Responsabilidade Fiscal.

ABSTRACT

The public indebtedness has always been a concern for municipalities, this happens when the expenses of a municipality are higher than its revenues, generating an imbalance in the public finances. As a solution to the problem of public indebtedness, a Fiscal Responsibility Law was created, whose objective is to control expenses and manage as a liability payment so that there is a reduction of unnecessary expenses, the Fiscal Responsibility Law is based on responsibility, transparency, control and planning, so this law establishes ways to achieve excellent management. In the work carried out, one can analyze the income and expenses of the municipality of Planalto, thus being able to demonstrate the changes and benefits brought by the Fiscal Responsibility Law.

Keywords: Public indebtedness, Public finances, Fiscal Responsibility Law.

¹ Acadêmico do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmico do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

³ Contador, Especialização em Administração Pública, Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁵ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

Introdução

Com a crise econômica no Brasil, os setores públicos são atingidos de forma direta; isso faz com que os municípios sejam os mais prejudicados. Os gestores têm dificuldades de administrar devido à diminuição das receitas e também ao aumento das despesas, ocasionando, assim, o desequilíbrio financeiro dos municípios.

A gestão pública tem o intuito de administrar os bens, valores e o dinheiro público em favor da população; neste sentido, a lei de Responsabilidade Fiscal foi criada em 2000 para definir limites de gastos e controle das finanças públicas, e ainda punir os gestores que agirem de forma irresponsável com o patrimônio público.

Por isso, neste artigo, teve como pergunta problema, se a Lei de Responsabilidade Fiscal traz impactos para o controle e a limitação do endividamento dos municípios; obtendo, como pressuposto teórico, que os impactos trazidos pela Lei de Responsabilidade Fiscal são benéficos para o controle do endividamento dos municípios, pois sua base é o planejamento, a limitação dos gastos, o disciplinamento do uso dos recursos públicos no último ano de mandato e a limitação da dívida pública.

A Lei de Responsabilidade Fiscal trouxe uma importante mudança no regime fiscal. Nos últimos meses de mandato, o gestor público não deve contrair obrigação de despesas que não conseguirá liquidar no ano e, caso seja uma despesa parcelada nos anos seguintes, deverá ter disponibilidade de caixa. Esta medida soluciona problemas que perduraram anos nos poderes da federação.

Neste contexto será avaliado o município de Planalto/SP, onde será possível analisar os impactos da Lei de Responsabilidade Fiscal no controle de endividamento municipal, com o objetivo de verificar os mecanismos legais previstos na Lei de Responsabilidade Fiscal para o controle do endividamento municipal.

A partir dos métodos de cálculos da contabilidade pública, dos demonstrativos de gestão fiscal e do demonstrativo da dívida consolidada líquida, será possível verificar o teor do endividamento com o objetivo de demonstrar de que forma a lei de Responsabilidade Fiscal impactou a evolução do endividamento

no município de Planalto/SP.

Por meio de uma pesquisa bibliográfica, obteve-se também uma análise envolvendo o controle de finanças públicas através do planejamento desenvolvido pelo plano plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentárias e Lei Orçamentária Anual, todos com base na Lei de Responsabilidade Fiscal.

Conceito de administração pública

A administração é uma das mais recentes ciências que veio para abranger os conhecimentos relacionados com organizações e procedimentos administrativos.

E, a partir da necessidade de administrar bens, valores e o dinheiro público para fazer uma gestão que favorecesse o interesse público, surgiu a administração pública. [...] *Administrar é gerir os serviços públicos; significa não só prestar serviço, executa-lo, como também, dirigir, governar, exercer a vontade com o objetivo de obter um resultado útil.* [...] (KOHAMA, 2003, p. 29).

Os serviços públicos são aqueles prestados de forma direta à população; são essenciais e prestados de forma coletiva, tais como segurança, saúde, educação, entre outros. Há também os serviços de utilidade pública; são úteis e prestados à sociedade, mas não são considerados essenciais, como transporte e telefonia. É atribuição da Administração Pública, consolidar a distribuição dos serviços que serão prestados à população.

Conforme as Normas Brasileiras de Contabilidade 16.1, que têm aprovação pela Resolução nº 1.128/2008, a contabilidade pública é uma das ramificações da contabilidade; seu objeto de estudo é o patrimônio público, o qual deve apresentar informações dos acontecimentos contábeis ocorridos na instituição pública.

A contabilidade registra e permite o controle e análise dos atos e fatos administrativos e econômicos operados no patrimônio de uma entidade pública, possibilitando a geração de informações, variações e resultados sobre a composição deste, auferidos por sua administração e pelos seus usuários. (ANDRADE, 2012, p. 5).

O orçamento público é composto por três peças que contribuem para uma inexecutável gestão, que são: o Plano Plurianual, no qual ocorre o planejamento das despesas; a Lei de Diretrizes Orçamentárias, que define as metas e prioridades que serão executadas pelo município e tem o objetivo de orientar na elaboração dos

orçamentos fiscais; e a Lei Orçamentária Anual, que estipula as necessidades e prioridades as quais compõem o Plano Plurianual.

Por sua vez, na concepção do sistema orçamentário brasileiro - que diz respeito a estruturas, instrumentos, procedimentos, classificações necessárias ao cumprimento dessas funções e papéis -, são instrumentos do planejamento governamental, o plano plurianual, as diretrizes orçamentárias e os orçamentos anuais. Nesse sentido, os planos e os programas de cada esfera de governo serão em consonância com o respectivo plano plurianual. (PEREIRA, 2012, p. 298).

O Plano Plurianual é o meio de planejamento realizado em médio prazo mais utilizado pelo governo; estabelece as diretrizes a serem seguidas pelo gestor público a fim de alcançar os objetivos presentes neste plano.

Lei de responsabilidade Fiscal e benefícios trazidos aos municípios

A Lei Complementar nº 101, aprovada em 4 de maio de 2000, popularmente conhecida como Lei de Responsabilidade Fiscal, surgiu da necessidade dos governantes gerar, adquirir recursos e definir através de normas de finanças públicas, o controle dos gastos públicos. Assim, adota-se uma gestão fiscal responsável, evitando desperdícios com o dinheiro público, tentando diminuir dois dos principais gastos excessivos: as despesas com pessoal e o pagamento do serviço da dívida pública, já que somando essas despesas, sobrava pouco para as demais, ou seja, esta lei veio para controlar e limitar os gastos públicos.

A Lei de Responsabilidade Fiscal tem por base a responsabilidade, a transparência, o controle e o planejamento.

A Lei estabeleceu que todas as ações realizadas devem ser devidamente planejadas pelo gestor. Esse planejamento evita riscos que possam trazer desequilíbrio as contas públicas.

Conforme Lei Complementar nº 101,

A responsabilidade na gestão fiscal pressupõe a ação planejada e transparente, em que se previnem riscos e corrigem desvios capazes de afetar o equilíbrio das contas públicas, mediante o cumprimento de metas de resultados entre receitas e despesas e a obediência a limites e condições no que tange a renúncia de receita, geração de despesas com pessoal, da seguridade social e outras, dívidas consolidada e mobiliária, operações de crédito, inclusive por antecipação de receita, concessão de garantia e inscrição em Restos a Pagar. (BRASIL, 2000).

Em obediência às leis, são desenvolvidos projetos com metas a serem alcançadas. Dentro deste planejamento, são inseridas as despesas, diretas e indiretas e também estão presentes todos os investimentos que serão utilizados. Esse planejamento é desenvolvido com base no Plano Plurianual, Lei de Diretrizes Orçamentária e Lei Orçamentária Anual.

A transparência é exigida dentro da Lei de Responsabilidade Fiscal, e deve ser realizados através da divulgação dos planos, orçamentos, prestações de contas, relatório de gestão fiscal, entre outros, pelos meios de comunicação, podendo ser eletrônicos ou jornais.

A Lei de Responsabilidade Fiscal proporciona condições para que haja transparências nos recursos públicos. Todas essas informações disponibilizadas são de fácil entendimento, afinal os recursos administrados pelo setor público são provenientes da população, através de suas contribuições.

A transparência será garantida através do estímulo da atuação da população, realizadas por meio de audiências no decorrer da elaboração e discussão dos planos e metas.

Caso não seja realizada a divulgação de forma correta, cabe aos órgãos responsáveis pela fiscalização tomar as medidas cabíveis.

É imprescindível, por parte dos administradores, a criação e publicação de suas demonstrações financeiras utilizando meios eletrônicos, proporcionando à população, o acesso aos dados financeiros do controle de gastos e receitas.

Para evidenciar essa transparência a partir de dados gerados pela contabilidade, a Lei instituiu, dentro outros, o Relatório de Gestão Fiscal e Relatório Resumido da Execução Orçamentária. Através dos quais é possível analisar a Receita Corrente Líquida e a Dívida Consolidada Líquida. Além do mais, o Relatório de Gestão Fiscal designa as direções que devem ser tomadas no caso de exceder algum dos limites.

Conforme Lei Complementar nº 101, Art. 48,

São instrumentos de transparência da gestão fiscal, aos quais será dada ampla divulgação, inclusive em meios eletrônicos de acesso público: os planos, orçamentos e leis de diretrizes orçamentárias; as prestações de contas e o respectivo parecer prévio; o Relatório Resumido da Execução Orçamentária e o Relatório de Gestão Fiscal; e as versões simplificadas desses documentos. (BRASIL, 2000).

O Relatório de Gestão Fiscal controla, monitora e publica a execução por parte dos entes da federação, dos limites designados pela lei de Responsabilidade Fiscal. O Art. 20 da Lei complementar nº 101 estabelece os seguintes limites:

III - na esfera municipal:

a) 6% (seis por cento) para o Legislativo, incluído o Tribunal de Contas do Município, quando houver;

b) 54% (cinquenta e quatro por cento) para o Executivo. (BRASIL, 2000)

O Relatório Resumido de Execução Orçamentária deve conter dados fundamentais a respeito da execução orçamentária dos entes da federação, auxiliando na transparência da administração pública, na proporção em que disponibiliza à população as informações do recolhimento e das despesas governamentais, facilitando, assim, a execução do controle, seja ele interno ou externo. O Relatório Resumido de Execução é constituído segundo a Lei Complementar nº 101, Art. 53,

I - apuração da receita corrente líquida, na forma definida no inciso IV do art. 2º, sua evolução, assim como a previsão de seu desempenho até o final do exercício;

II - receitas e despesas previdenciárias a que se refere o inciso IV do art. 50;

III - resultados nominal e primário;

IV - despesas com juros, na forma do inciso II do art. 4º;

V - Restos a Pagar, detalhando, por Poder e órgão referido no art. 20, os valores inscritos, os pagamentos realizados e o montante a pagar. (BRASIL, 2000).

O referido demonstrativo é desenvolvido com base nos dados registrados pela Contabilidade Pública, que é de suma importância na disponibilização de informações.

A Receita Corrente Líquida está presente no Relatório Resumo da Execução Orçamentária e tem por objetivo demonstrar a receita líquida do mês em referência; seu desenvolvimento dentro do período de um ano e expectativa de seu desempenho no exercício. Esse demonstrativo está presente na Lei Complementar nº101 e deve ser exposto em até trinta dias ao final de cada bimestre. O objetivo primordial deste demonstrativo é ser uma referência para o valor da reserva de contingência, além de limitar os gastos com pessoal, dívida consolidada líquida, entre outros.

Conforme Lei Complementar nº 101, de 4 de maio 2000. *A receita corrente líquida será apurada, somando-se as receitas arrecadadas no mês em referência e nos onze anteriores, excluídas as duplicidades.* (BRASIL, 2000).

As orientações para criação dos demonstrativos dos limites estão presentes no Manual das Demonstrações Fiscais.

Na Receita Corrente Líquida, os municípios demonstram o seu montante consolidado que servirá de referência para limitar os gastos.

A Lei de Responsabilidade Fiscal instituiu os conceitos para apuração das deduções da Receita Corrente Líquida dos entes da federação. Na União, Distrito Federal, Estado e Municípios serão aceitas as transações constitucionais entre eles, conseguindo assim reconhecer a receita pertencente a cada ente.

A Dívida Consolidada Líquida é o total apurado das obrigações financeiras da dívida consolidada do município menos o disponível financeiro, o qual engloba valores líquidos certos a receber; e serão amortizadas acima de um ano e para as operações de crédito abaixo de doze meses, conforme as receitas orçamentárias.

Conforme Lei 4.320/64 e a Lei de Responsabilidade Fiscal, é considerada Dívida pública o total das obrigações financeiras a pagar adquiridas por meio de leis, contratos, convênios e efetivação das operações de créditos. A dívida pode ter sua classificação pelo prazo, forma e origem.

De acordo com a Lei de Responsabilidade Fiscal, não se pode realizar uma nova despesa continuada sem mencionar um meio de receita ou diminuir alguma despesa existente. O objetivo é fazer com que o gestor pague suas despesas sem prejudicar o orçamento.

A cada quadrimestre, o município deve emitir o relatório de gestão fiscal. Esses relatórios deverão compor as despesas, confrontando-as.

Segundo o Art. 55 da LRF, o relatório deve conter,

I - comparativo com os limites de que trata esta Lei Complementar, dos seguintes montantes:

a) despesa total com pessoal, distinguindo a com inativos e pensionistas;

b) dívidas consolidada e mobiliária;

c) concessão de garantias;

d) operações de crédito, inclusive por antecipação de receita;

e) despesas de que trata o inciso II do art. 4º;

II - indicação das medidas corretivas adotadas ou a adotar, se ultrapassado qualquer dos limites;

III - demonstrativos, no último quadrimestre:

- a) do montante das disponibilidades de caixa em trinta e um de dezembro;*
- b) da inscrição em Restos a Pagar, das despesas:*
 - 1) liquidadas;*
 - 2) empenhadas e não liquidadas, inscritas por atenderem a uma das condições do inciso II do art. 41;*
 - 3) empenhadas e não liquidadas, inscritas até o limite do saldo da disponibilidade de caixa; (BRASIL, 2000).*

A Lei também definiu limites de gastos com pessoal, com porcentagens das receitas para cada ente da federação. Sendo assim, o gestor público deve planejar para não exceder esses limites; caso ocorra o excesso, o administrador terá que tomar medidas para se ajustar em prazo definido por lei. Se não ocorrer a redução dos gastos, o gestor sofrerá penalidades. Conforme Lei Complementar nº 101, art. 19.

Para os fins do disposto no caput do art. 169 da Constituição, a despesa total com pessoal, em cada período de apuração e em cada ente da Federação, não poderá exceder os percentuais da receita corrente líquida, a seguir discriminados:
I - União: 50% (cinquenta por cento);
II - Estados: 60% (sessenta por cento);
III - Municípios: 60% (sessenta por cento). (BRASIL, 2000).

Nos últimos meses de mandato, o gestor público não deverá adquirir despesas que não conseguirá liquidar no ano. Para adquirir uma despesa que será parcelada nos anos seguintes, deverão ser provisionadas disponibilidades de caixa. No último ano de mandato, o administrador público fica impossibilitado de fazer contratações de operações de créditos por adiantamento de receita orçamentária.

A Lei de Responsabilidade Fiscal trouxe uma importante mudança no regime fiscal e no âmbito da democracia, criando oportunidades no quesito do controle social e incentivando a participação da população.

A Lei Complementar estabeleceu mudanças significativas, sendo algumas delas evidenciadas por Pelicioli (2002 *apud* PEREIRA, 2015),

- a) a exigência de estabelecimento de metas fiscais trienais e de corte de despesas nos três Poderes, em caso de previsão de descumprimento das metas;*
- b) o mecanismo de compensação para renúncia de Receita e geração de despesas de caráter continuado;*
- c) a imposição de limites e exigências para as despesas de pessoal e para o endividamento, bem como para a recondução aos limites fixados;*
- d) a vedação de condutas consideradas indesejáveis, em especial no que se refere a endividamento entre entes da federação;*

- e) regras de transparência, incluindo a publicação freqüente e o acesso público aos relatórios que atestem o cumprimento das regras;
- f) finalmente, a imposição de penalidades, inclusive pessoais, aos administradores públicos que infringirem as regras acima.

Todas as medidas mencionadas aqui contribuem para o controle do endividamento público.

A aplicabilidade da Lei de Responsabilidade Fiscal no município de Planalto

Por volta de 1900, entre os rios Tietê e Santa Bárbara, a 75 Km de São José do Rio Preto, um grupo de pessoas deu início a um povoado chamado Lagoa que, em 22 de março de 1945, por meio do Decreto nº 6355, ganhou o nome de Planalto, cujo nome faz referência a topografia da região. e em 03 de abril de 1949, o município conquistou sua emancipação.

Atualmente, Planalto tem uma população de 5.067 habitantes e sua economia é voltada para agricultura e pecuária.

O estudo de caso apresentado neste artigo foi elaborado neste município e tem por objetivo analisar o endividamento público usando os demonstrativos de Relatório de Gestão Fiscal e Demonstrativo da Dívida Consolidada Líquida.

O Relatório de Gestão Fiscal foi elaborado em cumprimento às exigências da Lei de Responsabilidade Fiscal, com objetivo de trazer transparência à Gestão Fiscal. Na análise do Demonstrativo da Dívida Consolidada, serão verificados os limites da Dívida Consolidada que são definidos em porcentagem a partir do Demonstrativo da Receita Corrente Líquida.

Tabela 1 – Receita Corrente Líquida de 2010 a 2016.

	2010	2011	2012	2013
RECEITA CORRENTE LÍQUIDA	11.354.451,25	13.761.154,84	16.225.056,02	17.152.493,55

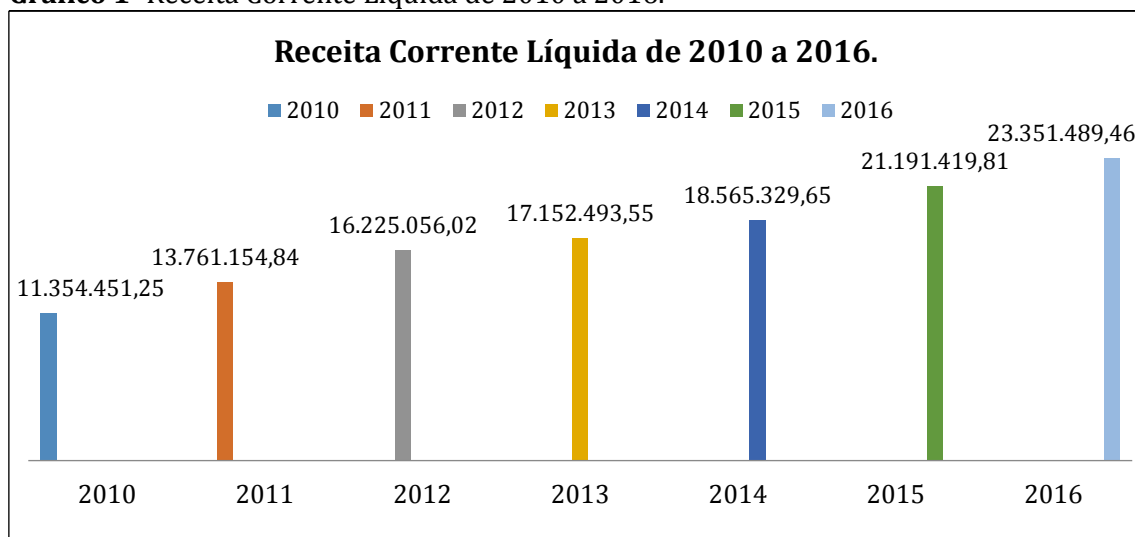
	2014	2015	2016
RECEITA CORRENTE LÍQUIDA	18.565.329,65	21.191.419,81	23.351.489,46

Fonte: Estudo de Caso (2017)

A Receita Corrente Líquida no período de 2010 a 2016 é representada na tabela 1. Percebe-se que, no ano de 2010, a Receita Corrente Líquida era de 11.354.451,25; já no exercício seguinte, era de 13.761.154,84, havendo um aumento da Receita Corrente Líquida em 21,20% em relação ao ano de 2010.

É possível verificar que, de 2010 a 2016, a receita corrente líquida aumentou em todos os exercícios. Em 2012, aumentou 42,90%; em 2013, 51,06%; 2014 seu aumento em porcentagem foi de 63,51%; e em 2015, o aumento em porcentagem foi de 86,64%. Comparado ao ano de 2010, no exercício de 2016, o valor da receita corrente líquida subiu para 23.351.489,46, obtendo um aumento de 105,66% em relação ao ano de 2010, havendo assim um crescimento da receita corrente líquida de 11.997.038,21 no período de 2010 a 2016, um crescimento muito satisfatório.

Gráfico 1- Receita Corrente Líquida de 2010 a 2016.



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Com os dados mencionados na tabela 2, pode-se analisar o endividamento total no período de 2010 a 2016, podendo analisar a evolução do endividamento do município de Planalto/SP.

Tabela 2 – Endividamento Total de 2010 a 2016.

	2010	2011	2012	2013
DIVIDA CONSOLIDADA	884.509,58	1.009.917,82	518.046,13	723.599,45

RESTOS A PAGAR	744.325,00	790.035,80	707.662,32	1.158.546,16
ENDIVIDAMENTO TOTAL	1.628.834,58	1.799.953,62	1.225.708,45	1.882.145,61

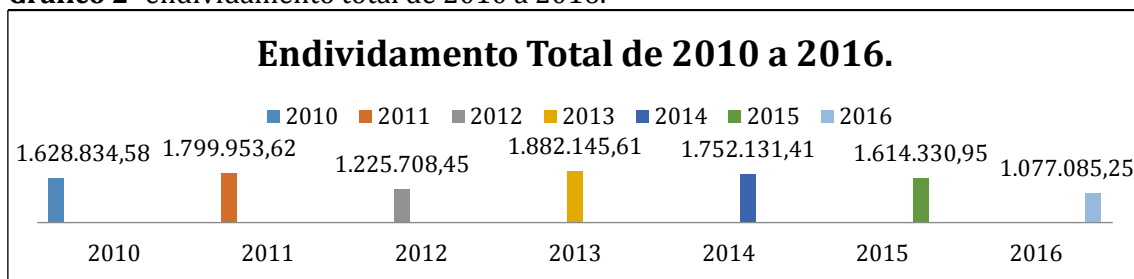
	2014	2015	2016
DÍVIDA CONSOLIDADA	656.597,85	550.933,49	584.452,52
RESTOS A PAGAR	1.095.533,56	1.063.397,46	492.632,73
ENDIVIDAMENTO TOTAL	1.752.131,41	1.614.330,95	1.077.085,25

Fonte: Estudo de Caso (2017)

Ao analisar o endividamento total, constatou-se que, em 2010, o endividamento era de 1.628.834,58, e em 2011, teve um aumento de 10,51%, totalizando 1.799.953,62. Em 2012, o endividamento era de 1.225.708,45 e, comparando com 2010, diminuiu o endividamento em 24,75%. No ano de 2013, houve um elevado aumento, totalizando o valor de 1.882.145,61, obtendo um aumento de 15,55% em relação ao ano de 2010. Em 2014, o endividamento estava em 1.752.131,41 e, confrontando com 2010, teve um aumento de 7,57%. Em 2015, o valor do endividamento total era 1.614.330,95, havendo uma queda de 0,9% em relação ao primeiro ano analisado. O ano de 2016 teve o índice mais baixo do período analisado, obtendo o valor de 1.077.085,25, com diminuição do endividamento total em 33,87% comparado ao ano de 2010.

Pode-se associar esta queda no índice da dívida consolidada ocorrida no ano de 2016 ao fato de que este era o último ano de mandato e, respeitando o art. 38, § IV da Lei Complementar nº 101 de 4 de maio de 2000, fica vedado ao gestor contrair operações de crédito no último ano de mandato

Gráfico 2- endividamento total de 2010 a 2016.



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Na tabela 3, pode-se observar a evolução da Receita Corrente Líquida, Dívida Consolidada e restos a pagar, podendo analisar o endividamento total.

Tabela 3 – Nível de Endividamento em relação a Receita Corrente Líquida de 2010 a 2016.

DEMONSTRATIVO DO NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO DO MUNICÍPIO DE PLANALTO	2010	2011	2012	2013
RECEITA CORRENTE LÍQUIDA	11.35 4.451, 25	13.761. 154,84	16.22 5.056, 02	17.152. 493,55
DIVIDA CONSOLIDADA	884.5 09,58	1.009.9 17,82	518.0 46,13	723.59 9,45
RESTOS A PAGAR	744.3 25,00	790.035 ,80	707.6 62,32	1.158.5 46,16
ENDIVIDAMENTO TOTAL	1.628. 834,5 8	1.799.9 53,62	1.225. 708,4 5	1.882.1 45,61
% DO ENDIVIDAMENTO TOTAL S/ A RCL	14,34 %	13,08%	7,55 %	10,97%
LIMITE PARA ENDIVIDAMENTO (120% DA RCL)	13.62 5.341, 50	16.513. 385,81	19.47 0.067, 22	20.582. 992,26

DEMONSTRATIVO DO NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO DO MUNICÍPIO DE PLANALTO	2014	2015	2016
RECEITA CORRENTE LÍQUIDA	18.56 5.329, 65	21.191. 419,81	23.35 1.489, 46
DIVIDA CONSOLIDADA	656.5 97,85	550.933 ,49	584.4 52,52
RESTOS A PAGAR	1.095. 533,5 6	1.063.3 97,46	492.6 32,73
ENDIVIDAMENTO TOTAL	1.752. 131,4 1	1.614.3 30,95	1.077. 085,2 5
% DO ENDIVIDAMENTO TOTAL S/ A RCL	9,44 %	7,62%	4,61 %
LIMITE PARA ENDIVIDAMENTO (120% DA RCL)	22.27 8.395, 58	25.429. 703,77	28.02 1.787, 35

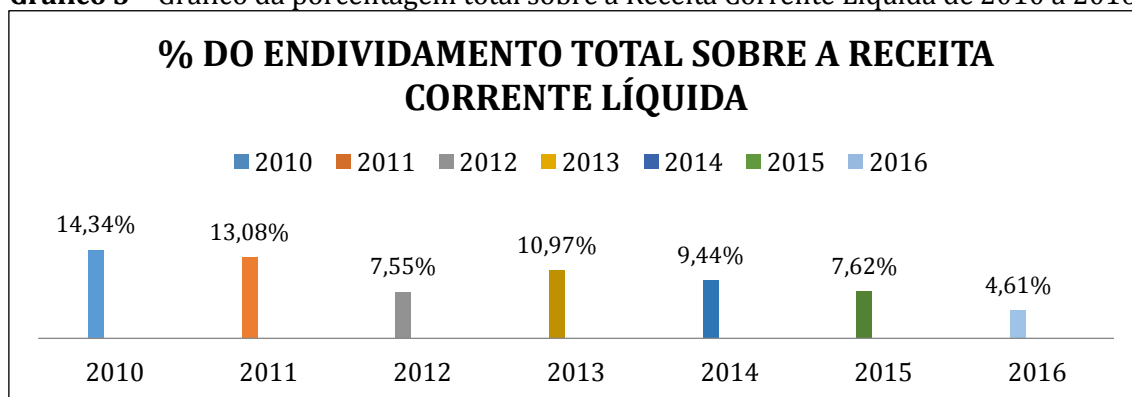
Fonte: Estudo de Caso (2017)

Ao verificar e analisar os restos a pagar, pode-se verificar que, no exercício de 2010, o saldo era de 744.325,00; no ano de 2011, teve um aumento, totalizando 790.035,80. Em 2012, o saldo era de 707.662,32; no ano de 2013, houve um crescimento significativo, totalizando 1.158.546,16; no ano seguinte, obteve-se uma

pequena queda, chegando ao valor de 1.095.533,56; o mesmo aconteceu com 2015. Somente em 2016 houve uma queda significativa, diminuindo o valor para menos da metade do exercício anterior, decorrente da liquidação dos restos a pagar, chegando ao saldo de 492.632,73, menor valor do período analisado.

Ao analisar as receitas e despesas do município, pode-se perceber que, a partir de 2013, obteve-se pouco crescimento da receita corrente líquida. Já o endividamento total cresceu de forma significativa nos anos de 2010 a 2011, havendo uma pequena queda no ano de 2012; no período de 2013 a 2015, houve um elevado aumento; no ano de 2016, o endividamento obteve uma queda significativa, sendo o menor valor dos anos analisados, assim pode-se relacionar o baixo crescimento da receita e o aumento das despesas, com a crise que afetou as finanças públicas e privadas durante o período analisado, causando uma instabilidade das finanças. Já em 2016, é possível perceber que o município aumentou suas receitas de forma satisfatória e diminuiu seu endividamento, gerando estabilidade ao município.

Gráfico 3 – Gráfico da porcentagem total sobre a Receita Corrente Líquida de 2010 a 2016



Fonte: Estudo de Caso (2017)

Ao estudar a porcentagem do endividamento total sobre a receita corrente líquida presente no gráfico acima, em 2010, a porcentagem do endividamento total sobre a receita corrente líquida no ano de 2010 era de 14,34%, obtendo uma pequena queda, chegando a porcentagem de 13,08%. Em 2012, pode-se analisar uma queda significativa, sendo sua porcentagem de 7,55%. No ano de 2013, a porcentagem subiu para 10,97%; pode-se observar que a porcentagem do

endividamento total sobre a receita corrente líquida entre os anos de 2014 a 2016, obteve uma queda, sendo a menor porcentagem em 2016, a menor porcentagem do período analisado, sendo 4,61%.

De uma forma geral, o município de Planalto está em concordância com o art. 3. Resolução Nº 40, de 2001, inciso II, ou seja, o saldo da Dívida Consolidada é inferior ao limite estabelecido que é 1,2 (um inteiro e dois décimos) vezes a receita corrente líquida.

A Lei de Responsabilidade Fiscal trouxe benefícios ao município de Planalto. Este veio aumentando ao longo dos anos sua receita corrente líquida, mesmo com o crescimento da dívida consolidada e o aumento dos restos a pagar no período analisado. O município estava dentro do limite concedido por lei, reduzindo suas dívidas ao longo do período; o município não aumentou suas despesas; nem adquiriu operações de crédito no último ano de mandato, cumprindo, assim, a Lei de Responsabilidade Fiscal.

A porcentagem da dívida consolidada sobre a receita corrente líquida encontra-se dentro do limite permitido pelo art. 3. Resolução Nº 40, DE 2001, mantendo uma distância do limite de alerta.

Assim, é possível afirmar que a Lei de Responsabilidade Fiscal no município de Planalto, foi benéfica visto que este se encontra dentro dos parâmetros definidos por esta lei, pois mesmo com o aumento das dívidas, o município se enquadrou no limite permitido por lei, não contraindo dívida no último ano de mandato.

Conclusão

A Lei de Responsabilidade Fiscal tem como objetivo instruir aos administradores a melhor forma de gerenciar os recursos financeiros e diminuir os gastos supérfluos, evitado, assim, o endividamento público, fazendo com que se conquiste uma gestão responsável e transparente.

O trabalho elaborado teve como objetivo geral, analisar os impactos da Lei de Responsabilidade Fiscal sobre o controle do endividamento público municipal e seus objetivos específicos são verificar os mecanismos legais previstos na Lei de Responsabilidade Fiscal para o controle do endividamento público municipal e

demonstrar de que de forma a lei de Responsabilidade Fiscal impactou a evolução do endividamento no município de Planalto/ SP.

A partir das considerações feitas durante este artigo, pode-se concluir que a Lei de Responsabilidade Fiscal trouxe mudanças para o controle do endividamento municipal. Esta conclusão deve-se à análise dos procedimentos prevista na Lei de Responsabilidade Fiscal para controlar o endividamento.

Esta lei gerou benefícios aos municípios, pois controla e limita os gastos públicos, portanto o pressuposto teórico se confirma.

Após a finalização deste trabalho, foi sugerido ao município de Planalto, onde foi realizado o estudo caso, que disponibilizem demonstrativos de fácil entendimento para que essas informações possam ser compreendidas por todos e também que explorem a evolução das tecnologias, implantado um sistema de controle interno para controle dos gastos públicos, com relatórios e gráficos que auxiliem

nas tomadas de decisão de maneira mais ágil, executando uma gestão de forma clara, facilitando a interpretação das informações e ajudando a descobrir os desperdícios e despesas desnecessárias.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Nilton A. **Contabilidade Pública na Gestão Municipal**. 4. ed. São Paulo. Atlas. 2012.

KOHAMA, Hélio. **Contabilidade pública e Prática**. 9. ed. São Paulo, atlas, 2003.

PEREIRA, Bruno S. **Impacto dos princípios da Lei de Responsabilidade Fiscal na gestão municipal**. 2015. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.54345>>. Acesso em: 05 set. 2017.

PEREIRA, José M. **Finanças Públicas: Foco na Política Fiscal, no Planejamento e Orçamento Público**. 6. ed. Editora Atlas, 2012.

BRASIL. Lei Complementar Nº 101, de 04 de maio de 2000. **Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências**. Brasília, DF, mai 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp101.htm> Acesso em: 26 jul. 2017.

Os Impactos orçamentários em virtude do endividamento público do Município de Birigui-SP

The budget impacts made of the public debt in the city of Birigui

Fabiele da Paixão Anacleto¹

Nathieli Martins Rocha²

João Marcos Scaramelli³

Cleide Henrique Avelino⁴

Fabiane Cristina Spironelli⁵

RESUMO

O endividamento da administração pública municipal reduz os recursos orçamentários disponíveis para a realização de investimentos, o que proporciona ao orçamento impactos relevantes; como consequência, dificulta a manutenção das atividades administrativas e a execução dos programas destinados à sociedade. O artigo mostra a importância da Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF para administração pública e como é composto o orçamento municipal, evidenciando a importância do controle orçamentário e financeiro das contas públicas, aumentando a eficiência na prestação dos serviços aos cidadãos e, desta forma estimulando o desenvolvimento econômico e social do município.

Palavras – chave: Administração Pública, Endividamento, Orçamento.

ABSTRACT

The Debt of the public council administration reduces the budgetary resources available to make investments, so that it provides relevant impacts to the budgets and as a consequence it makes the administrative activity maintenance and the accomplishment of programs destined for society. The Article shows the importance of the Fiscal Responsibility Law - FRL for the public administration and how the municipal budget is made, making the importance of the budget control and the public financial accounts evident, increasing the efficiency on the community services, and therefore stimulating the economic and social development of the town.

Keywords: Public Administration, Debt, Budget.

Introdução

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmica do 8º termo do curso de Ciências Contábeis no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

³ Contador; Especialização em Gestão de Cidades; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

⁵ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

Com o cenário econômico do país, houve grandes mudanças decorrentes dos prejuízos causados pela crise financeira, refletindo fortemente na gestão municipal, em especial na condução do encaminhamento dos recursos financeiros disponibilizados pelo governo. Desta forma, elevando o índice de endividamento da administração pública municipal.

De acordo com a Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF, o endividamento municipal se dá devido a realização das despesas maiores que às receitas, causando *déficits* e ocasionando o não pagamento das obrigações.

Este artigo aborda como tema a Contabilidade Pública, que é responsável pelo controle do patrimônio público, sendo um instrumento que proporciona a administração pública informações necessárias para a melhor condução dos processos de planejamento, orçamento e controle.

Na intenção de abordar a relevância do tema, foi realizada a pesquisa bibliográfica, atendendo a expectativa do objetivo geral em identificar os conceitos e ferramentas da Contabilidade Pública, possibilitando alcançar os objetivos específicos de demonstrar os dados orçamentários relativos às despesas e receitas do Município de Birigui entre os anos de 2015 e 2016, e relatar a composição do orçamento público municipal e suas limitações em virtude do endividamento do município de Birigui.

No desenvolvimento do trabalho, o artigo visa responder a seguinte pergunta: O alto índice de endividamento da administração pública municipal prejudica a alocação dos recursos orçamentários necessários para a realização de investimentos e para a manutenção das atividades da administração pública?

O estudo de caso foi realizado no município de Birigui-SP, e possibilitou identificar o quanto o endividamento, quando mal administrado, pode dificultar na execução dos programas que trazem benefícios a população, e também o quanto podem elevar os impostos e encargos a serem pagos pelo município para cobrir as obrigações municipais; de uma forma contrária, quando bem administrado, pode ampliar o bem-estar da sociedade e o bom funcionamento da economia.

Administração Pública

A Administração Pública é um conjunto de funções, normas e leis; segundo as

normas do direito e da moral, desempenhadas para organizar a administração do Estado. Tem como principal objetivo estabelecer o bem-estar comum, como saúde, segurança, habitação, lazer, cultura, entre outros, de acordo com seus princípios.

Segundo o artigo 37 da Constituição Federal,

A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. (BRASIL, 1988)

A Administração Pública divide-se em administração direta e indireta. Na Administração Direta, o Estado exerce suas funções através dos poderes Executivo, responsável por administrar o bem público; o Legislativo, que é quem cria as leis, e o poder judiciário, que tem a função de julgar de acordo com as regras constitucionais e leis criadas pelo poder Legislativo.

Já na Administração Indireta, o Estado transfere a execução de suas atividades a outras pessoas jurídicas ligadas a ele, ou seja, é a descentralização dos serviços públicos, com a mediação das autarquias, empresas públicas, sociedade de economia mista e fundações públicas, com recursos financeiros e orçamentários individuais.

Contabilidade Pública

A Contabilidade aplicada ao setor público é um ramo da Ciência Contábil, que aplica, na elaboração de informações, os princípios e normas de contabilidade para registro dos atos e fatos administrativos, elaborando resultados periódicos. Essa ciência tem como objeto o Patrimônio Público composto pelo conjunto de bens, direitos e obrigações a eles vinculados.

A contabilidade pública é uma especialização da Ciência Contábil que registra, controla e estuda os atos e fatos administrativos e econômicos no patrimônio de uma entidade pública, possibilitando a geração de informações, variações e resultados sobre a composição deste, auferidos por sua administração e pelos usuários. (ANDRADE, 2006, p. 29)

O objetivo da contabilidade pública é fornecer aos gestores e usuários informações exatas e atualizadas dos resultados alcançados para subsidiar as tomadas de decisão, disponibilizando para a sociedade conhecimento amplo sobre a gestão pública. Suas informações permitem o acompanhamento do cenário da

entidade; é uma ferramenta importante para o atingimento dos objetivos e possibilita uma contínua auto avaliação e autocorreção administrativa.

De acordo com Iudícibus (1997 *apud* SLOMSKI, 2003. p. 28), *o objetivo principal da Contabilidade (e dos relatórios dela emanados) é fornecer informação econômica relevante para que cada usuário possa tomar suas decisões e realizar seus julgamentos com segurança.*

O campo de aplicação da contabilidade pública limita-se as pessoas jurídicas de direito público - União, Estados, Distrito Federal, municípios que incluem também suas correspondentes autarquias, e também aos Conselhos Profissionais e Entidades sem fins lucrativos que recebem recursos públicos. Portanto, todos os entes federados devem seguir as normas gerais de direito financeiro estabelecidas na lei nº 4.320 de 17 de março de 1964, e as normas brasileiras aplicadas ao setor Público.

Controle do Orçamento Municipal

Na Constituição Federal de 1988, são definidos três instrumentos orçamentários que compõem o planejamento da administração pública de curto e médio prazo. Esses instrumentos são o Plano Plurianual - PPA, a Lei de Diretrizes Orçamentárias - LDO e a Lei do Orçamento Anual - LOA. Todas são peças que a administração pública precisa para planejar suas ações tanto nacional, estadual ou municipal; determinam as prioridades e metas, diretrizes de investimentos e obtenção de recursos.

Para viabilizar a concretização das situações Planejada no Plano Plurianual e, obviamente, transforma-las em realidade, obedecida a Lei de Diretrizes Orçamentárias, elabora-se o Orçamento Anual, onde são programadas as ações a serem executadas visando alcançar os objetivos determinados. (KOHAMA, 2003, p. 60)

O Plano Plurianual – PPA é um programa de trabalho elaborado pelo executivo que dá início no segundo ano de mandato e termina no primeiro ano de mandato do sucessor. E por meio dele que os municípios, Estados e União fazem seu planejamento governamental, que contemplam um período de quatro anos; dele derivam as leis de Diretrizes Orçamentárias e as leis de Orçamentos Anuais.

O plano plurianual é um plano de médio prazo, através do qual procura-se ordenar as ações do governo que levem ao atingimento dos objetivos e metas fixados para um período de quatro anos, ao nível do governo federal, e também de quatro anos ao nível dos governos estaduais e municipais. (KOHAMA, 2003, p. 57)

A Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO é um instrumento orçamentário em que são estabelecidas desde as prioridades das metas presentes no Plano Plurianual até as disposições sobre alterações na legislação tributária da união.

A Lei de Diretrizes Orçamentárias tem a finalidade de nortear a elaboração dos orçamentos anuais, compreendidos aqui o orçamento fiscal, o orçamento de investimento das empresas e o orçamento da seguridade social, de forma a adequá-los às diretrizes, objetivos e metas da administração pública, estabelecidos no plano plurianual. (KOHAMA, 2003, p. 59)

A Lei Orçamentaria Anual – LOA instrumento orçamentário onde se estimam as receitas e se fixam as despesas que serão realizadas no ano subsequente, trazendo o detalhamento das operações, devendo ser elaborada em compatibilidade com o PPA e com a LDO.

De acordo com o art. 2º da lei nº 4.320 de 17 de março de 1964,

A Lei do Orçamento conterá a discriminação da receita e despesa de forma a evidenciar a política econômica financeira e o programa de trabalho do Governo, obedecidos os princípios de unidade, universalidade e anualidade.

Assim, a Lei do Orçamento compreende todas as receitas, inclusive as de operações de crédito autorizadas em lei, não sendo consideradas somente as operações de crédito por antecipação de receita e outras entradas compensatórias no ativo e passivo financeiros.

Receitas Públicas

São consideradas receitas os ingressos de recursos financeiros aos cofres públicos, originários de receitas orçamentárias ou receitas extra orçamentárias que refletem no crescimento do patrimônio da instituição. As receitas orçamentárias são classificadas em receitas correntes e de capital. Receitas Correntes são as destinadas a atender as despesas das atividades governamentais.

De acordo com o art. 11, § 1º, da Lei nº 4.320/1964,

Define receita corrente como receitas tributárias, de contribuições, patrimonial, agropecuária, industrial, de serviços e outras, bem como as provenientes de recursos financeiros recebidos de outras pessoas de direito público ou privado, quando destinadas a atender despesas classificáveis em Despesas Correntes.

Como receitas correntes classificam-se as Receitas Tributárias: provenientes da arrecadação de impostos, taxas e contribuições de melhoria; Receita de Contribuições: são provenientes de contribuições sociais, que compreende a previdência social, a saúde e a assistência social; Receita Patrimonial: são provenientes da utilização do patrimônio; Receita Agropecuária: são provenientes da atividade ou da exploração agropecuária da origem vegetal ou animal, entre outras.

Receita de Capital são as destinadas a atender as despesas de capital oriundas de constituição de dívidas, ou seja, criam um aumento ao patrimônio público.

As receitas de capital, por seu turno – receitas por mutação patrimonial, no dizer de alguns autores -, constituem, em princípio, fatos meramente permutativos (inclusive, no caso das transferências, as doações e subvenções para investimentos), de que resulta aumento de um item do ativo (por ingresso de recursos) com redução de outro, ou com aumento simultâneo do passivo. (PICITELLI; TIMBÓ; ROSA, 2006, p. 129)

Como Receitas de Capital classificam-se as Operações de Crédito: são provenientes da colocação de títulos públicos ou da contratação de empréstimos internos ou externos; Alienação de Bens: são provenientes da alienação de bens móveis ou imóveis; Amortização de Empréstimos: são provenientes da amortização de empréstimos o financiamento; Transferência de Capital: são recursos recebidos de outras pessoas de direito público ou privado, para atender as despesas em investimentos ou inversões financeiras.

Estágios da Receita Orçamentária

A realização da receita pública reúne atividades que são classificadas em estágios que, segundo o Regulamento de Contabilidade Pública, dividem-se em previsão, lançamento, arrecadação e recolhimento.

Estágios da receita são etapas, períodos, operações, classificados para efeitos didáticos, que guardam relação com definições legais específicas e com a sistemática adotada pela administração financeira pública. (PICITELLI; TIMBÓ; ROSA, 2006, p. 131)

Sendo que a previsão implica em planejar e estimar a arrecadação das receitas orçamentárias que constarão na proposta orçamentária, o lançamento é o ato da repartição competente que verifica a procedência do crédito fiscal e a pessoa que lhe é devedora; a arrecadação é a entrega realizada pelos contribuintes ou devedores aos agentes arrecadadores ou bancos; e o recolhimento é a transferência dos valores arrecadados à conta específica do Tesouro.

Despesas Públicas

Define-se despesa toda saída de recursos financeiros realizados pelos entes públicos para pagar os serviços públicos – despesa corrente, ou para realização de investimentos – despesa de capital ou ainda as despesas extra orçamentárias.

Despesas correntes são as realizadas pela administração pública, que tem por finalidade promover o funcionamento e manutenção das atividades dos órgãos públicos.

Despesas Correntes são os gastos de natureza operacional, realizados pela administração pública para a manutenção e o funcionamento dos seus órgãos. (KOHAMA, 2003, p. 111)

Como despesas correntes, classificam-se as de Pessoal e Encargos sociais: Despesas com o pessoal ativo, inativo e pensionista, tais como vencimentos e obrigações patronais; as de Juros e Encargos da Dívida: Despesas juros e outros encargos financeiros de empréstimos e financiamentos; e as Outras Despesas Correntes: Despesas aquisição de material de consumo, pagamento de diárias, subvenções sociais, serviços prestados e outras de manutenção.

Despesas de capital são as relacionadas com aquisição de um bem, execução de obras; contribui para formação de capital ou a expansão de um bem já existente.

Despesas de Capital são os gastos realizados pela administração pública, cujo propósito é o de criar novos bens de capital ou mesmo de adquirir bens de capital já em uso, como é o caso dos investimentos e inversões financeiras, respectivamente, e que constituirão, em última análise, incorporações ao patrimônio público de forma efetiva ou através de mutação patrimonial. (KOHAMA, 2003, p. 113)

Como despesas de capital, classificam-se os Investimentos: despesas com obras e instalações, equipamentos e material permanente; Inversões Financeiras: despesas com a aquisição de imóveis ou bens de capital já em utilização por meio de contratos de locação; e Amortização da Dívida: despesas com o pagamento ou refinanciamento do principal e da atualização monetária da dívida pública.

Estágios das Despesas Públicas

A realização da despesa pública reúne atividades que são classificadas em estágios que, segundo o Regulamento de Contabilidade Pública, dividem-se em fixação da despesa, empenho, liquidação e pagamento.

A exemplo da receita, a despesa também apresenta diferentes estágios, que compreendem procedimentos, operações com finalidades específicas. (PICITELLI; TIMBÓ; ROSA, 2006, p. 176)

A fixação da despesa orçamentária insere-se no processo de planejamento; o Empenho é o ato emanado de autoridade competente que cria, para o Estado, obrigação de pagamento pendente ou não de implemento de condição. Consiste na reserva de dotação orçamentária para um fim específico; a Liquidação consiste na verificação do direito adquirido pelo credor, tendo por base os títulos e documentos comprobatórios do respectivo crédito; o Pagamento consiste na entrega de numerário ao credor.

Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF

A Lei de Responsabilidade Fiscal surgiu em um contexto de reforma para o Estado, com o procedimento de substituir a administração pública burocrática pela gerencial e assim aumentar a eficiência na prestação dos serviços pelo Estado.

Publicada em 04 de maio de 2000, a Lei complementar nº 101 determina as normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade fiscal, voltada para os administradores públicos de todo o país, valendo para os poderes executivo, legislativo e judiciário, e também para as esferas do governo Federal, Estadual, Municipal e Distrito Federal. Na gestão fiscal, supõe-se que toda ação deve ser planejada e transparente, fazendo com que não haja riscos que afetem o equilíbrio das contas públicas.

O propósito da LRF é elevar a transparência na gestão do gasto público, permitindo que os mecanismos de mercado e o processo político sirvam como instrumento de controle e punição dos governantes que não agirem de maneira correta. Ao mesmo tempo, espera-se que os bons administradores sejam premiados com o reconhecimento da população e do mercado, inclusive com maior acesso a crédito, (PEREIRA, 2010, p. 236)

Além de estabelecer regras na gestão fiscal, a Lei complementar nº 101 determina o cumprimento de seus princípios, pois assim como a Administração Pública, a Lei fiscal estabeleceu os princípios de Planejamento, Controle, Responsabilidade e Transparência.

Os limites e regras estabelecidas pela Lei de Responsabilidade geraram impactos para os governantes devido à nova gestão fiscal, que visa a uma administração responsável, eficiente, eficaz e transparente, possibilitando punições àqueles que não cumprirem com as determinações da lei, e também dando à sociedade o direito do acompanhamento através da divulgação de todos os demonstrativos.

Dentre os vários limites impostos pela LRF, pode-se citar como principal deles um teto para as despesas com pessoal, entendendo que o total das despesas com pessoal que é o somatório dos gastos do ente da Federação com os ativos, os inativos e os pensionistas, relativos a mandatos eletivos, cargos, funções ou empregos, com qualquer espécie remuneratória, com vencimentos e vantagens fixas e variáveis de qualquer natureza, bem como os encargos sociais e contribuições recolhidas pelo ente às entidades de previdência.

Além de estabelecer limites referentes às despesas com pessoal, a Lei de Responsabilidade Fiscal estabelece também limites referentes a dívida consolidada, limite de operações de crédito, inclusive por antecipação de receita e limite de inscrição em Restos a pagar.

Limites e controle do endividamento Municipal

A composição do endividamento municipal ocorre por conta da realização de despesas maiores que receitas no ente municipal, por meio apenas da autorização de crédito por terceiro, de forma voluntária ou não. A autorização do crédito de forma voluntária se dá pelos empréstimos obtidos em instituições financeiras, para

financiar a divergência entre receitas e despesas. Já a autorização de crédito por terceiros, de maneira involuntária, é referente aos gastos maiores do que as receitas, causando *déficits*, ocasionando o não pagamento das obrigações.

De acordo com a Lei de Responsabilidade Fiscal, determina que, no final de cada quadrimestre, seja emitido pelos titulares dos Poderes e Órgãos referidos no art. 20 o Relatório de Gestão Fiscal. O relatório abrangerá todos os Poderes e o Ministério Público e sua composição se dará por meio dos anexos de demonstrativo da Despesa de Pessoal, demonstrativo da dívida consolidada, demonstrativo das garantias e contra garantias de valores, demonstrativo das operações de crédito e demonstrativo da disponibilidade de caixa e dos restos a pagar.

O objetivo do Relatório de Gestão Fiscal é estabelecer a transparência na gestão fiscal do órgão realizada em determinado período, por meio da análise do cumprimento dos limites, e tem por finalidade mostrar a transparência à despesa com pessoal de cada órgão com autonomia administrativa, orçamentária e financeira analisada na forma da Constituição.

A Dívida Consolidada Líquida – DCL trata-se do anexo II do Relatório de Gestão Fiscal. Este demonstrativo contém informações sobre a dívida consolidada e deduções, dívida consolidada líquida e o percentual apurado com base na receita corrente líquida. Para demonstrar a transparência, o valor da dívida informada no anexo II deverá ser detalhado com os valores de Empréstimos, do Programa de Reestruturação Fiscal de Estados e Municípios, de financiamentos, de parcelamento e renegociação de dívidas, serão informados os valores do saldo do exercício anterior e do saldo do exercício de referência por quadrimestre.

As principais dívidas que compõem a DCL são os encargos sociais a pagar que são obrigações que devem ser pagas ao funcionário, além de seu salário como FGTS, INSS, PIS/PASED entre outros; Empréstimos a longo prazo, que é a conta a qual registra os empréstimos e financiamentos internos e externos do município; e a conta de outras obrigações a pagar que demonstra os fornecedores e os outros compromissos que devem ser pagos.

Portanto, com os limites baseados na Lei de Responsabilidade Fiscal, é possível ter um controle do endividamento Municipal com base nos anexos do Relatório da Gestão Fiscal, que demonstra o total da Receita Corrente Líquida e da

Dívida Consolidada Líquida; diante disso, a população tem uma base do que está sendo feito com os recursos destinados a melhoria do município.

Prefeitura Municipal de Birigui

O estudo de caso baseia-se no Município de Birigui - SP, o qual foi fundado em 1911 por Nicolau da Silva Nunes, possuindo, atualmente, cerca de 118.352 habitantes aproximadamente. O município de Birigui é um dos principais da noroeste paulista, sendo um polo industrial respeitado em todo território nacional, conhecida como a capital sul-americana do calçado infantil.

Além de sua principal atividade econômica calçadista, Birigui possui também outras atividades produtivas, como nos setores moveleiro, metalúrgico, têxtil, entre outras, que atraem mão de obra das cidades vizinhas.

Análise da Dívida Consolidada Líquida do Município de Birigui

O quadro a seguir ilustra a Demonstração da Dívida Consolidada Líquida da Prefeitura Municipal de Birigui nos anos de 2015 e 2016.

Quadro 1 – Dados da Demonstração da Dívida Consolidada Líquida do Município de Birigui nos anos de 2015 e 2016.

Dívida Consolidada Líquida	2015	2016	Variação
Encargos Sociais a Pagar	R\$ 4.607.599,66	R\$ 14.813.438,99	121,50%
Empréstimos a Longo Prazo – Interno e Externo	R\$ 10.210.835,16	R\$ 7.665.223,41	-24,93%
Outras Obrigações a Longo Prazo	-	R\$ 1.729.731,98	100%
Total Geral	R\$ 14.818.434,82	R\$ 24.208.394,38	63,37%

Fonte: Prefeitura Municipal de Birigui (2015 e 2016)

O quadro acima mostra o montante total dos compromissos assumidos pela Prefeitura Municipal de Birigui, como contratos e operações de crédito para

amortização em prazos superiores a 12 meses, para atender o desequilíbrio orçamentário financeiro.

Ao final do terceiro quadrimestre de 2015, a Dívida Consolidada (Dívida Fundada) do Município de Birigui alcançou R\$ 14.818.434,82 e no exercício de 2016 R\$ 24.208.394,38. Diante disso, pode-se observar que a variação total dos anos de 2015 e 2016 foi de 63,37%, o que corresponde a uma diferença elevada dos compromissos assumidos.

No exercício de 2016, observa-se que houve um aumento significativo na conta de encargos sociais, tendo uma diferença de 121,50% em relação ao ano anterior.

Na composição dos empréstimos a longo prazo, a principal conta é a de empréstimos e financiamentos que registra todos os compromissos financeiros internos e externos do município, a títulos de empréstimos contratuais. O saldo dos empréstimos a longo prazo no exercício de 2015 foi de R\$ 10.210.835,16. Percebe-se que, no ano de 2016, o saldo dos empréstimos a longo prazo foi de R\$ 7.665.223,41, sofrendo uma queda de -24,93% ;comparada a 2015.

Análise da Execução do Orçamento do município de Birigui

O quadro a seguir mostra as Receitas e Despesas orçamentárias que compõem a Execução do Orçamento do Município de Birigui nos anos de 2015 e 2016.

Quadro 2 – Dados do Balanço Orçamentário do Município de Birigui nos anos de 2015 e 2016.

Receitas e Despesas Orçamentárias	2015	2016	Variação
Receitas Orçamentárias	Realizada	Realizada	
Receita corrente	R\$ 247.268.792,74	R\$ 279.887.677,54	13,19%
Receita de capital	R\$ 4.406.742,47	R\$ 6.376.239,28	44,69%
Total	R\$ 251.675.535,21	286.263.916,82	13,74%

Despesas Orçamentárias	Liquidada	Liquidada	
Pessoal e Encargos Sociais	R\$ 121.126.737,73	R\$ 148.651.657,30	22,72%
Juros e Encargos da Dívida	R\$ 770.762,46	R\$ 605.388,27	-21,46%
Outras Despesas Correntes	R\$ 117.512.114,96	R\$ 113.905.606,18	-3,075
Investimentos	R\$ 4.037.375,37	R\$ 5.126.835,66	26,98%
Amortização da Dívida	R\$ 1.955.521,61	R\$ 3.616.657,40	84,95%
Total	R\$ 245.402.512,13	R\$ 271.906.144,81	10,80%

Fonte: Prefeitura Municipal de Birigui (2015 e 2016)

A Disponibilidade dos Recursos Orçamentários mediante o quadro acima, referente as Receitas Orçamentárias teve um aumento no total geral das receitas de 13,74%, o que significa que, devido a essa variação de 2015 para 2016, o Município de Birigui conseguiu atender as necessidades públicas, comparando o que foi realizado com o previsto descrito no Balanço Orçamentário.

As Receitas Correntes obtiveram uma variação de 13,19%, o que corresponde a uma diferença de R\$ 32.618.884,80 a mais do que foi realizado em 2015, ou seja, as receitas tributárias, de contribuições, entre outras tiveram um aumento significativo de um ano para o outro.

As Receitas de Capital, que são provenientes de Operações de Crédito, alienações de bens, amortizações de empréstimos entre outros, também tiveram um aumento significativo de 44,69%, o que corresponde a uma diferença de R\$ 1.969.496,81 a mais que 2015.

As Despesas Orçamentárias, comparando o ultimo quadro tiveram uma variação total de 10,80%, o que corresponde a uma diferença de R\$ 26.503.632,68, ou seja, teve uma variação de 2015 para o ano de 2016 significativa para custear os serviços públicos do Município.

Mediante essa comparação observa-se o quanto evoluem as Despesas com Juros somados a Amortização, comparando com os investimentos do período em que teve um aumento de 26,98% comparado a 2015, pois nesse ano, suas Despesas com Juros e encargos da dívida, somados a Amortização da dívida, eram de R\$2.726.284,07 comparados a um investimento de R\$ 4.037.375,37; Já em 2016, houve uma diminuição das Despesas com Juros e encargos da dívida e um aumento da Amortização da dívida que totalizou R\$ 4.222.045,67, para um investimento de R\$ 5.126.835,66, que também teve um aumento de 2015 para 2016; ou seja, os Juros e Encargos da dívida, somados a amortização da dívida, tiveram um aumento de 54,86%.

Com isso, percebe-se que o Município de Birigui conseguiu arrecadar mais do que gastar, pois teve um *Superávit* nos exercícios de 2015 e 2016; sendo assim em 2015, um Superávit de R\$ 6.273.023,08 e, em 2016, um Superávit de R\$ 14.357.772,01.

Conclusão

O presente artigo alcançou os objetivos pretendidos, identificando os conceitos e ferramentas da Contabilidade Pública, demonstrando os dados orçamentários do município de Birigui entre os anos de 2015 e 2016 e relatando a composição do orçamento público municipal e suas limitações em virtude do endividamento do município de Birigui.

A pesquisa bibliográfica possibilitou confirmar o pressuposto teórico, evidenciando que, com o alto índice de endividamento da administração pública municipal, elevaram-se as obrigações como pagamento de encargos financeiros que incidem sobre essa dívida, o que, por consequência, reduz os recursos orçamentários disponíveis para a realização de investimentos, bem como para a manutenção das atividades administrativas, entre outros.

De acordo com o estudo de caso realizado através de demonstrativos contábeis do Município de Birigui, destaca-se que a maior porcentagem de evolução entre os anos de 2015 e 2016 foi nas despesas com Amortização da Dívida, que foi decorrente do aumento do endividamento. Entende-se que, devido ao aumento da

dívida, o município utilizou a maior parte do orçamento para liquidação das mesmas, influenciando no orçamento geral do município, ou seja, ao aumentar a destinação do orçamento para amortizar as dívidas, conseqüentemente, deixou-se de realizar investimentos em prol da sociedade.

Assim, o artigo mostrou a importância da Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF para a administração pública, evidenciando a importância do controle orçamentário e financeiro das contas públicas e, desta forma aumentando a eficiência na prestação dos serviços à sociedade, incentivando o crescimento e o desenvolvimento econômico e social do município. Com isso, apesar do aumento do endividamento de 2015 para 2016 do Município de Birigui, todas as despesas liquidadas estavam de acordo com o que foi previsto, atendendo assim a Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF.

Portanto, sugere-se, como proposta de intervenção, que o Município de Birigui, de maneira geral, redefina prioridades da administração para melhor enquadramento às disponibilidades financeiras e orçamentárias no município, de forma que este não necessite de empréstimos ou financiamentos, e ainda trabalhe para reduzir os gastos e/ou busque o aumento da arrecadação de maneira que não sejam necessários novos endividamentos, permitindo assim que a dívida atual seja quitada e, por consequência, sobre recursos para outras áreas do orçamento.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Nilton A. **Contabilidade Pública na Gestão Municipal**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. Decreto-lei nº 101, de 4 de maio de 2000. Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências. **Presidência da República**, Brasília, 4 maio 2000, 179º da Independência e 112º da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp101.htm>. Acesso em: 20 jul. 2017.

_____. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Presidência da República**, Brasília, 5 out. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 20 jul. 2017.

KOHAMA, Helio. **Contabilidade Pública**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PEREIRA, Bruno S. **Impacto dos Princípios da Lei de Responsabilidade Fiscal na Gestão Municipal**. Disponível em:<
<http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,impacto-dos-principios-da-lei-deresponsabilidade-fiscal-na-gestao-municipal,54345.html>>. Acesso em: 12 ago. 2017.

PEREIRA, José M. **Finanças Públicas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

_____. **Manual de Gestão Pública Contemporânea**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PISCITELLI, Roberto B.; TIMBÓ, Maria Z. F.; ROSA, Maria B.; **Contabilidade Pública**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PORTAL DO MUNICÍPIO DE BIRIGUI. **Contas Públicas: LRF**. Disponível em:<
http://www.birigui.sp.gov.br/birigui/servicos/contas_publicas.php?tipo=LRF#lista>. Acesso em: 31 ago. 2017.

SLOMSKI, Valmor. **Manual de Contabilidade Pública**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

DIREITO

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI: Análise do Exercício Singular da Empresa à luz da Lei n.º 12.441/2011

Individual Limited Liability Company - EIRELI: Analysis of the Singular Exercise of the Company in light of Law no. 12.441 / 2011

Marcelo Selingardi Corrêa¹
Renata Cortez Parladore²
Fabiola Aparecida Delben Costa³

RESUMO

O presente trabalho tem por finalidade analisar, com base na pesquisa bibliográfica, os principais aspectos da Lei nº 12.441/2011, que introduziu, no ordenamento jurídico brasileiro, a figura da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI. Com o escopo de reduzir o número de empresários irregulares e de sociedades limitadas fictícias, a Lei nº 12.441/2011 implantou uma nova pessoa jurídica que permite o exercício da atividade empresarial por um único empreendedor e com limitação da responsabilidade patrimonial. Entretanto, atecnia, omissões e obstáculos apresentados pelo texto legal culminaram em interpretações divergentes relativas ao novo instituto. Por essa razão, pretende-se examinar a EIRELI com o objetivo de saber se a estrutura conferida a ela pelo legislador atendeu aos reclamos da comunidade empresarial.

Palavras-chave: Responsabilidade Limitada; Empresa Individual de Responsabilidade Limitada; EIRELI.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze, based on bibliographical research, the main aspects of Law nº 12.441/2011 that introduced in the Brazilian legal system the figure of the Individual Company of Limited Liability - EIRELI. With the scope of reducing the number of irregular entrepreneurs and fictitious limited companies, Law nº 12.441/2011 implemented a new legal entity that allows the exercise of business activity by a single entrepreneur and with limited liability for equity. However, the techniques, omissions and obstacles presented by the legal text culminated in divergent interpretations of the new institute. For this reason, it is intended to examine EIRELI in order to know whether the structure conferred on it by the legislator has complied with the demands of the business community.

Keywords: Limited Liability; Individual Limited Liability Company; EIRELI.

Introdução

¹ Acadêmico do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

² Professora do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

³ Professora do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

O presente trabalho tem por finalidade analisar os principais aspectos da Lei n.º 12.441/2011, que introduziu, no ordenamento jurídico brasileiro, a figura da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI, acrescentando-a ao rol de pessoas jurídicas de direito privado, e provocando alterações no Código Civil Brasileiro, de modo a possibilitar a limitação da responsabilidade patrimonial daquele que exerce, individualmente, a atividade empresarial.

Originalmente, o Código Civil de 2002 trouxe apenas duas formas de exploração da atividade empresarial: individualmente, por meio da figura do empresário individual, e coletivamente, através dos tipos de sociedades empresárias. Na primeira forma, o empresário tem de suportar todos os riscos da atividade. Já em relação às sociedades, ocorre a união de esforços de no mínimo duas pessoas, com os mesmos objetivos, sendo que somente através das sociedades limitadas e anônimas é que seria possível a limitação da responsabilidade de seus titulares.

Ora, a diferenciação legal existente entre as sociedades de responsabilidade limitada e o empresário individual, no que concerne à extensão da responsabilidade patrimonial, culminou em inúmeros casos de sociedades fictícias, sendo que apenas um dos sócios era, de fato, o empreendedor, enquanto que o outro, normalmente ligado àquele por traços familiares ou afetivos, somente figurava na sociedade para dar cumprimento ao comando normativo que exige a pluralidade de sócios.

Por essa razão, a comunidade jurídica brasileira clamava pela limitação da responsabilidade patrimonial do empresário individual que respondia ilimitadamente, tanto pelas dívidas assumidas através do exercício da atividade comercial, quanto pelas dívidas civis assumidas em sua vida pessoal.

Assim, na tentativa de reduzir o número de empresários irregulares e de sociedades limitadas fictícias, a Lei n.º 12.441/2011 instaurou uma nova pessoa jurídica que permite o exercício da atividade empresarial por um único empreendedor e com limitação da responsabilidade patrimonial, proporcionando assim, um marco para o Direito Comercial.

Entretanto, impropriedades conceituais e técnicas, omissões e obstáculos apresentados pela lei instituidora da EIRELI, tais como a nomenclatura do instituto, sua natureza jurídica, fixação do capital mínimo com base no salário mínimo,

ausência de clareza relativa à legitimidade de sua constituição por pessoa jurídica, resultaram em diversas interpretações divergentes em relação ao novo ente empresarial.

Sendo assim, sob a ótica do Direito, especificamente do Direito Comercial, pretende-se examinar, através deste trabalho, de forma geral, o instituto da EIRELI, criada pela Lei n.º 12.441/2011, tendo por objetivo específico saber se a estrutura conferida a ela pelo legislador atendeu aos reclamos da doutrina empresarial, bem como analisar os diversos aspectos obscuros e controvertidos da lei em comento.

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada

Promulgada em 11 de julho de 2011, a Lei n.º 12.441, que passou a vigorar a partir de 09 de janeiro de 2012, decorridos os 180 dias de *vacatio legis*, instituiu a Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, ou simplesmente EIRELI.

Dessa forma, com a promulgação da referida lei que alterou o Código Civil, finalmente o legislador infraconstitucional viabilizou, para o ordenamento jurídico brasileiro, a figura da limitação da responsabilidade do empresário individual, surgindo, assim, uma nova alternativa para quem quer se formalizar, mas não possuir, a figura do sócio.

No que concerne à natureza jurídica da EIRELI, a corrente majoritária caracteriza-a como uma nova pessoa jurídica diversa das sociedades pelos seguintes fundamentos abaixo sintetizados:

- a) ao inserir o inciso VI no rol do art. 44, do CC, o legislador infraconstitucional expressamente conferiu à EIRELI a modalidade de pessoa jurídica de direito privado;
- b) estabeleceu um Título autônomo para dispor sobre a EIRELI (Título I-A do Livro II da Parte Especial), apartando-se daquele que trata das sociedades (Título II);
- c) o art. 980-A, § 6.º do CC prevê que à empresa individual de responsabilidade limitada aplicam-se as regras previstas para as sociedades limitadas, no que couber. Ao dispor desse modo, verifica-se que a EIRELI não foi considerada, pelo legislador, uma forma de sociedade;
- d) o art. 981 do CC manteve-se incólume com o advento da lei 12.441/2011,

permanecendo inalterado o conceito de sociedade, da mesma forma que permanece o requisito da pluralidade de pessoas para a sua constituição; e) a alteração do parágrafo único do art. 1.033 do Código Civil pela lei 12.441/2011, que passou a prever que, diante da falta de pluralidade de sócios, aquele que remanescer poderá requerer, no Registro Público de Empresas Mercantis, a transformação do registro da sociedade para Empresa Individual de Responsabilidade Limitada.

Corroborando com esse posicionamento, o Conselho da Justiça Federal, através do enunciado de n.º 469 da V Jornada de Direito Civil (2012), assim dispôs *in verbis*: Arts. 44 e 980-A: *A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) não é sociedade, mas novo ente jurídico personificado*. E, no enunciado de n.º 472, da mesma jornada, assim se firmou: *Art. 980-A: É inadequada a utilização da expressão “social” para as empresas individuais de responsabilidade limitada*. Reafirmando esse entendimento, o enunciado de n.º 3 da I Jornada de Direito Comercial (2013), assim estabeleceu: *A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI não é sociedade unipessoal, mas um novo ente, distinto da pessoa do empresário e da sociedade empresária*.

Além do mais, é preciso ressaltar que EIRELI, pessoa jurídica que é, não substitui, nem se confunde com o empresário individual, pessoa natural.

Ademais, por força do que dispõem os arts. 45 e 967, ambos do Código Civil (VADE, 2017), a EIRELI começa sua existência legal a partir da inscrição de seu ato constitutivo na Junta Comercial do Estado que situará a sua sede.

Por outro turno, considerando que a EIRELI é destinada a pequenos e médios empreendimentos, é certo que seu sujeito instituidor seja uma pessoa que queira explorar a atividade comercial limitando os riscos da perda de seu patrimônio.

Em se tratando da capacidade de seu agente instituidor, a Instrução Normativa DREI n.º 38, de 2 de março de 2017 (BRASIL, 2017), que instituiu os manuais de registro de Empresário Individual, Sociedade Limitada, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI, Cooperativa e Sociedade Anônima, no item 1.2.5 do Anexo V – Manual de Registro da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, dispõe que gozam de capacidade para ser titular de

EIRELI, o maior de 18 (dezoito) anos, brasileiro(a) ou estrangeiro(a), que estiver em pleno gozo da capacidade civil e o menor emancipado, vedando, assim, a instituição de EIRELI por menor que não goza de capacidade plena.

Assunto altamente controvertido sobre a EIRELI é a possibilidade de sua instituição por pessoa jurídica, dividindo, assim, opiniões na doutrina especializada.

Com efeito, de acordo com o *caput* do art. 980-A do Código Civil (VADE, 2017, p. 217), inovação no ordenamento jurídico através da Lei n.º 12.441/2011 que diz: *a empresa individual de responsabilidade limitada será constituída por uma única pessoa titular da totalidade do capital social, devidamente integralizado, que não será inferior a 100 (cem) vezes o maior salário mínimo vigente no País.*

Assim, de acordo com o Enunciado n.º 468 da V Jornada de Direito Civil (2012), promovida pelo Conselho da Justiça Federal, *A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada só poderá ser constituída por pessoa natural.*

Por outro lado, cumpre ressaltar que a Instrução Normativa DREI n.º 38, de 2 de março de 2017 (BRASIL, 2017) que instituiu os manuais de registro de Empresário Individual, Sociedade Limitada, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI, Cooperativa e Sociedade Anônima, no item 1.2.5 do Anexo V – Manual de Registro da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, permite que pessoa jurídica, natural ou estrangeira, possa ser titular de EIRELI, desde que não haja impedimento legal.

Em se tratando do capital da EIRELI, o art. 980-A do Código Civil (VADE, 2017) exige dois requisitos: que não seja inferior a 100 (cem) vezes o maior salário-mínimo vigente no País e que seja completamente integralizado no ato da inscrição, não sendo permitida a sua instituição com dotação patrimonial inferior para que, no futuro, o restante seja complementado.

Ademais, restou aprovado o enunciado de n.º 4 da 1.ª Jornada de Direito Comercial (2013), que foi promovido pelo Conselho da Justiça Federal, *verbis: Uma vez subscrito e efetivamente integralizado, o capital da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada não sofrerá nenhuma influência decorrente de ulteriores alterações no salário mínimo.*

Deveras, a integralização do capital proporciona uma maior segurança nas relações com terceiros, em especial com os fornecedores, credores, instituições

financeiras e demais pessoas que venham a se relacionar com a empresa.

Quanto ao nome empresarial da EIRELI, o § 1.º do art. 980-A do Código Civil (VADE, 2017, p. 217), assim dispôs sobre o nome empresarial da EIRELI, *verbis*: *O nome empresarial deverá ser formado pela inclusão da expressão “EIRELI” após a firma ou a denominação social da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada.*

Dessa maneira, permite-se o uso de dois tipos de nomes pela EIRELI, a firma ou a denominação.

Ressalta-se, por fim, que, em qualquer caso, deverá o nome empresarial ser seguido da expressão EIRELI, conforme estabelecido no texto legal supracitado, como forma de dar publicidade e, por conseguinte, conceder segurança jurídica a quem vier negociar com a pessoa jurídica, de que assim estará procedendo com uma EIRELI e não diretamente com o empresário individual. Assim sendo, na hipótese do empresário explorar sua atividade através de EIRELI, mas omitir referida sigla, responderá ilimitadamente pelas obrigações decorrentes da atividade empresarial.

Paradoxos da limitação da responsabilidade na disciplina da lei 12.441/2011

Através da criação da EIRELI, buscou o legislador a diminuição do número de sociedades empresárias constituídas simplesmente para limitar a responsabilidade do verdadeiro empreendedor, através de sócios minoritários ou fictícios.

Entretanto, em que pese a saudável iniciativa do legislador, não se pode desprezar que a lei 12.441/2011 se apresentou falha em diversos aspectos relativos à técnica e à definição de elementos fundamentais à estrutura e ao próprio funcionamento da EIRELI, abrindo margem para incertezas e controvérsias na seara empresarial.

Por essa razão, analisar-se-á o modelo de limitação de responsabilidade do empresário individual que era almejado pela doutrina, bem como o modelo criado pelo legislador, abordando suas técnicas e principais críticas doutrinárias quanto ao novel instituto e, por conseguinte, os aspectos positivos que a Lei 12.441/2011 proporcionou no sistema jurídico interno.

Nesse compasso, conforme destaca Marlon Tomazette (2017), com a finalidade de limitar os riscos no exercício individual da empresa, foram desenvolvidas, ao longo dos tempos, algumas técnicas, podendo destacar três

modelos extraídos das experiências mundiais: as sociedades unipessoais; a afetação de um patrimônio; e a empresa individual de responsabilidade limitada com personalidade própria, técnicas essas que se passa a analisar.

Para os defensores da sociedade unipessoal como forma de limitação da responsabilidade do empresário individual, seria possível a criação de uma sociedade com apenas um sócio, estendendo-se a ele a mesma limitação de riscos dos sócios das sociedades limitadas.

Com efeito, é inegável que a sociedade unipessoal apresenta, de antemão, um antagonismo, uma incongruência conceitual. De fato, até o próprio Código Civil, em seu art. 981, prevê a necessidade de pluralidade de pessoas para celebrar um contrato de sociedade.

Dessa forma, não se vislumbra a possibilidade de sociedade unipessoal para a limitação de riscos, ante a necessidade da pluralidade de sócios para a configuração de uma sociedade, sob pena de um patente desvirtuamento das disposições do direito societário, o que não se faz preciso para a EIRELI, uma vez que existem outras técnicas no ordenamento jurídico pátrio que melhor se adequam ao caso.

Outra modalidade empregada para a limitação dos riscos no exercício singular da empresa é a criação de um patrimônio de afetação. Nesse caso, não se cria um novo ente jurídico, mas tão somente, separa-se parte do patrimônio do titular para vinculá-lo à exploração da atividade econômica.

Após a promulgação da Lei n.º 12.441/2011, Wilges Bruscato (2016, p. 60), defensora da corrente de que o patrimônio de afetação seria a melhor técnica que poderia adotar o legislador, assim versa:

No modelo da afetação patrimonial a pessoa se mantém inalterada, apenas apartando bens ou valores de seu patrimônio com uma destinação específica e prévia: a exploração da atividade empresarial. É a forma mais direta e simples de tratar a questão. Daí por que a denominação mais apropriada seria empresário individual de responsabilidade limitada.

De qualquer forma, não foi esta a opção do legislador infraconstitucional, uma vez que não há, na Lei n.º 12.441/2011, qualquer dispositivo legal que faça alusão à segregação patrimonial.

Por outro giro, através de uma espécie de personificação da empresa, tem-se

admitido, ainda, a utilização de um novo tipo de pessoa jurídica como forma de limitar os riscos advindos da exploração individual da atividade econômica.

Nesta técnica, atribui-se personalidade jurídica à empresa individual, com o objetivo de reunir, em volta do sujeito de direito, que é distinto da pessoa do empreendedor, as relações jurídicas advindas da exploração da atividade econômica.

Após diversas tentativas, o legislador inovou no ordenamento jurídico pátrio, introduzindo, no Código Civil, a Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI, pela Lei n.º 12.441, de 11 de julho de 2011, como outro sujeito apto a exercer a atividade empresarial.

A promulgação da Lei 12.441/2011 provocou diversas críticas em relação ao novo instituto. Em primeiro lugar, destaca-se sobre a sua natureza jurídica, quando se trata de sociedade empresária ou uma nova pessoa jurídica.

Repetidas vezes, a Lei instituidora da EIRELI utiliza expressões peculiares que são mais adequadas quando aludidas às sociedades, como por exemplo, sócio, capital social, denominação social e quotas.

Ademais, a previsão legal de aplicação supletiva das regras insculpidas para as sociedades limitadas à EIRELI, é outro fator que fundamenta a tese daqueles que entendem possuir a Empresa Individual de Responsabilidade Limitada uma natureza jurídica de sociedade.

Contudo, ao inserir o inciso VI no art. 44 do CC, o legislador integrou a EIRELI no rol das pessoas jurídicas de direito privado, ao lado das associações, sociedades, fundações, organizações religiosas e partidos políticos.

Ato contínuo, a Lei em comento inseriu o Título I-A ao Livro II do Código Civil, separando as normas que se referem à EIRELI do regramento previsto para o empresário individual e para as sociedades empresárias.

Dessa maneira, em que pese a sugestão de parte da doutrina de que a sociedade unipessoal seria uma forma viável para a limitação da responsabilidade do exercício individual da empresa, essa não foi a técnica acolhida pelo legislador. Tampouco quis o legislador optar pelo sistema de patrimônio de afetação, uma vez que, em nenhuma parte da Lei instituidora da EIRELI, faz-se alusão à segregação patrimonial.

Corroborando com esse entendimento, insta mencionar o posicionamento do Conselho da Justiça Federal, consolidado no enunciado de n.º 469 da V Jornada de Direito Civil (2012), que assim dispõe: *Arts. 44 e 980-A: A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) não é sociedade, mas novo ente jurídico personificado*. E, no enunciado de n.º 472, da mesma jornada, assim se firmou: *Art. 980-A: É inadequada a utilização da expressão “social” para as Empresas Individuais de Responsabilidade Limitada*. Consolidando esse entendimento, o enunciado de n.º 3 da I Jornada de Direito Comercial (2013), assim firmou: *A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI não é sociedade unipessoal, mas um novo ente, distinto da pessoa do empresário e da sociedade empresária*.

Assim, diante da modificação do art. 44, é clarividente que a Lei 12.441/2011 inovou no ordenamento jurídico ao instituir uma nova pessoa jurídica de direito privado. Entender de outra forma seria, na verdade, adotar um posicionamento *contra legem*, uma vez que não haveria necessidade de acréscimo de inciso, caso se se tratasse de sociedade unipessoal, visto que a EIRELI estaria englobada pelo inciso II do art. 44 do Diploma Civilista.

Por outro turno, a nomenclatura adotada pelo legislador também é falha sob a ótica da técnica.

Nesse sentido, Paulo Leonardo Vilela Cardoso (2012), autor do projeto que antecedeu a Lei 12.441/2011, afirma que a intenção era denominar o novo sujeito como Empresário Individual de Responsabilidade Limitada – EIRL –, tornando-o uma espécie vinculada ao tipo Empresário, previsto no art. 966 do Código Civil. Dessa forma, o Empresário Individual de Responsabilidade Limitada seria uma subespécie de empresário, sendo que a única diferença consistiria na proteção do patrimônio do empreendedor, o que não ocorre com o tipo principal. Ademais, conforme aduz o autor, aplicar-se-ia, nos casos omissos, as regras relativas ao Empresário.

Contudo, o Deputado Marcos Montes Cordeiro, ao receber o projeto, alterou o título Empresário Individual de Responsabilidade Limitada para Empresa Individual de Responsabilidade Limitada.

Ora, é cediço que, na práxis empresarial, é comum haver confusão em relação à acepção do vocábulo empresa, atribuindo-se a ela conceitos distintos.

A propósito, a teoria poliédrica de Alberto Asquini traça quatro perfis na empresa, que são assim sintetizados por Fábio Ulhoa Coelho (2014, p. 34-35):

Ele divisa, por conseguinte, quatro perfis na empresa: subjetivo, funcional, patrimonial (ou objetivo) e corporativo. Pelo primeiro, a empresa é vista como empresário, isto é, o exercente de atividade autônoma, de caráter organizativo e com assunção de risco. Pelo perfil funcional, identifica-se a empresa à própria atividade. Pelo terceiro perfil, corresponde ao patrimônio azindal ou estabelecimento. E, por fim, pelo perfil corporativo, ela é considerada uma instituição, na medida em que reúne pessoas – empresário e seus empregados – com propósito comuns.

Destarte, de acordo com a sistemática do ordenamento jurídico brasileiro, o legislador adotou para a empresa o perfil funcional da teoria poliédrica de Asquini, tornando-a objeto de direito. Empresa é, portanto, a atividade econômica organizada para a produção e circulação de bens e serviços. Sujeito de direito, por sua vez, consiste em um atributo, uma característica pertencente ao empresário e à sociedade empresária, que exploram a empresa (perfil subjetivo).

Diante disso, verifica-se que a adoção do nome empresa individual foi, a princípio, incoerente. Conforme visto alhures, o vocábulo empresa refere-se à atividade exercida pelo empresário individual ou pela sociedade empresária. Todavia, o legislador infraconstitucional revigorou a teoria poliédrica de Alberto Asquini ao instituir a EIRELI dentro do contexto do perfil subjetivo, vindo a transformar a empresa em sujeito de direito.

Ademais, outra inconsistência na designação dada à nova pessoa jurídica refere-se à responsabilidade limitada. Nesse compasso, Wilges Bruscato (2016, p. 92), ao tratar do assunto em comento, assim assevera:

E já no nomen juris uma imprecisão. A empresa é individual, mas não é de responsabilidade limitada. A empresa, a pessoa jurídica adredemente criada, responde ilimitadamente pelas obrigações que constituir. Ela não pode limitar sua responsabilidade: enquanto houver obrigações e patrimônio, este será consumido para pagar aquelas. Também, a rigor, não há limitação da responsabilidade do seu instituidor: há separação patrimonial.

Desse modo, a responsabilidade da empresa individual é ilimitada, sendo que todo o seu patrimônio poderá ser empregado para fazer cumprir as obrigações por ela assumidas. Quanto ao seu titular, a proteção dos bens pessoais se dá pela separação patrimonial a partir do momento da criação da pessoa ficcional. Contudo, situações excepcionais poderão responsabilizar diretamente os agentes

instituidores da EIRELI, como nos casos de negócios realizados em desacordo com a lei ou objeto principal da EIRELI, bem como diante de fraude caracterizada pelo desvio de finalidade ou confusão patrimonial.

Assim sendo, o mais correto seria se o legislador tivesse adotado a denominação de Empresário Individual de Responsabilidade Limitada para o novel instituto.

Outra particularidade da Lei 12.441/2011, que tem sido objeto de variados questionamentos, é a possibilidade, ou não, da instituição da EIRELI por pessoa jurídica.

Com efeito, a gênese da problemática está contida na redação do art. 980-A do Código Civil (VADE, 2017, p. 217), que assim dispõe, *verbis*: *A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada será constituída por uma única pessoa titular da totalidade do capital social [...]*.

Por sua vez, o Enunciado n.º 468 da V Jornada de Direito Civil (2012), promovida Conselho da Justiça Federal, assim firmou: *A empresa individual de responsabilidade limitada só poderá ser constituída por pessoa natural*.

Nesse compasso, Frederico Garcia Pinheiro (2011) aduz que *muitos têm defendido que a EIRELI somente pode ser constituída por pessoa natural, sob o argumento de que a intenção do Legislador (mens legislatoris) era essa quando da apresentação do projeto de lei que resultou na promulgação da Lei n. 12.441/2011*.

Contudo, operando uma interpretação sistemática do art. 980-A do Código Civil, não há qualquer restrição por parte do legislador quanto à instituição da EIRELI por pessoa jurídica, nem há qualquer especificação quanto ao tipo de pessoa que poderá instituí-la. Ademais, se a especificação das pessoas naturais constava nos projetos de lei e posteriormente foi retirada quando da promulgação da Lei 12.441/2011, é porque aludida restrição não deveria prevalecer.

Ademais, pelo princípio da legalidade, insculpido no art. 5.º, II da CF (VADE, 2017, p. 6) *ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei*. Ora, se a Lei 12.441/2011 não aborda qualquer restrição à instituição da EIRELI por pessoa jurídica, não cabe ao intérprete proibi-la.

Por derradeiro, visando dirimir o assunto, a Instrução Normativa DREI n.º 38, de 2 de março de 2017 (BRASIL, 2017), que instituiu os manuais de registro de

Empresário Individual, Sociedade Limitada, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI, Cooperativa e Sociedade Anônima, no item 1.2.5 do Anexo V – Manual de Registro da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, permite, expressamente, que pessoa jurídica, natural ou estrangeira, possa ser titular de EIRELI desde que não haja impedimento legal.

De mais a mais, questão que também é alvo de crítica doutrinária diz respeito ao requisito do capital da EIRELI estar inteiramente integralizado no ato de sua instituição, não podendo ser inferior a 100 (cem) vezes o maior salário mínimo vigente no país, nos termos do *caput* do art. 980-A do Diploma Civilista (VADE, 2017).

Ora, a grosso modo, a fixação de capital mínimo na quantia determinada, juntamente com a obrigatoriedade de sua total integralização quando da constituição da EIRELI, aparenta colidir, de certa forma, com o incentivo à regularização de empresários informais e sociedades limitadas fictícias, impedindo-os de beneficiarem-se do recente instituto do Direito Comercial, bem como dificulta uma oportunidade para o desenvolvimento de pequenos e médios empreendimentos.

Travassos (2015) vislumbra como positiva a exigência de capital mínimo para a constituição da EIRELI como forma de assegurar sua capacitação inicial para o desempenho de suas atividades em contrapartida à limitação de responsabilidade do instituidor, embora o valor estipulado pelo legislador seja demasiadamente exagerado. Veja o que aduz a autora:

A primeira grande questão que se coloca em relação ao capital mínimo refere-se ao valor aleatoriamente previsto pelo legislador no montante de 100 (cem) vezes o maior salário mínimo vigente no país. Considera-se este valor demasiadamente exagerado e eventual óbice a que a EIRELI seja realmente adotada por pequenos e médios empresários como forma de organização jurídica para exploração de atividade econômica (TRAVASSOS, 2015, p. 209-210).

Além do mais, outra indagação que é suscitada quando o assunto é a exigência de capital mínimo para a constituição da EIRELI diz respeito à suposta inconstitucionalidade da vinculação do montante do capital ao valor do salário mínimo, que afrontaria o artigo 7.º, IV, parte final da Constituição Federal.

Marcela Maffei Quadra Travassos (2015, p. 212-13), calcando-se na decisão

do Supremo Tribunal Federal, proferida na ADI 3934/DF, de relatoria do Ministro Ricardo Lewandowski, entende não haver qualquer vício de inconstitucionalidade na referida norma que dispõe a vinculação do capital da EIRELI ao salário mínimo, uma vez que o valor expresso em salário mínimo funciona como mero referencial.

Por conseguinte, outro questionamento levantado a respeito do capital mínimo diz respeito se o maior salário mínimo vigente no país significa o salário mínimo federal ou o maior salário mínimo em vigor entre o federal e os estaduais. Nesse diapasão, merece destaque o magistério de Márcio Xavier Coelho (2014):

Relativamente ao salário mínimo aplicado, realmente será aquele fixado nacionalmente e não aquele fixado por cada Estado da Federação em razão da autorização da Lei Complementar n.º 103, de 14 de julho de 2000 (Autoriza os Estados e o Distrito Federal a instituir o piso salarial a que se refere o inciso V do art. 7.º da Constituição Federal, por aplicação do disposto no parágrafo único do seu art. 22), sendo esta a melhor leitura do art. 980-A, caput do Código Civil, muito embora possa ocorrer que em determinado Estado o salário mínimo lá fixado seja maior do que o nacional, enfim, deve-se preferir a padronização nacional dos atos de comércio ao invés da particularização regional.

Por fim, merece consignar ainda o enunciado de n.º 4 da 1.ª Jornada de Direito Comercial (2013), promovido pelo Conselho da Justiça Federal, que assim firmou: *Uma vez subscrito e efetivamente integralizado, o capital da empresa individual de responsabilidade limitada não sofrerá nenhuma influência decorrente de ulteriores alterações no salário mínimo.*

Por outro norte, em que pesem as atecniais provocadas pelo legislador, não se pode negar que a Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI é, sem sombra de dúvidas, de grande relevo para o incentivo e crescimento da economia no país, consistindo um marco para o empreendedorismo no Brasil.

Com efeito, dentre os principais aspectos positivos da Lei 12.441/2011 pode-se ressaltar a possibilidade da exploração da atividade empresarial por uma só pessoa, sem comprometimento de seu patrimônio pessoal, ressalvado as disposições legais.

Por essa razão é que se verifica uma tendência a reduzir a informalidade, bem como a figura do sócio ficto, isto é, o sócio que somente emprestava seus dados para a composição da sociedade limitada, mas que, de fato, não participava da atividade empresária.

Desse modo, através da EIRELI, é possível o pleno e livre exercício da exploração individual da atividade econômica, dispensando a necessidade de associar-se a terceiros e criar sociedades fictícias que tinham apenas o intuito de resguardar o patrimônio dos sócios pelas eventuais dívidas contraídas decorrentes da gestão dos negócios.

Outro benefício da EIRELI é a possibilidade do exercício individual do empresário como pessoa jurídica. Com efeito, a figura do empresário individual não ostenta a personalidade jurídica, caso em que exerce suas atividades no *status* de pessoa natural, o que, por conseguinte, não proporciona a separação de seu patrimônio pessoal do patrimônio empresarial, ocorrendo, assim, uma responsabilidade ilimitada. Através da EIRELI, a separação desses patrimônios torna-se possível ante a diferenciação entre a pessoa natural do empreendedor e a pessoa jurídica da EIRELI.

Considerações Finais

A inserção, no cenário jurídico brasileiro, da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI assume uma relevante importância perante a economia e o desenvolvimento social, porquanto se apresenta como mais um mecanismo para o exercício da atividade empresarial.

Não obstante as técnicas deixadas pelo legislador, é certo que a EIRELI apresenta-se como um mecanismo eficaz para atrair o interesse de pequenos e médios empreendedores dispostos a explorar atividades econômicas. Além do mais, é um eficiente meio de transformação para gerar a regularidade de muitos empreendedores individuais que estão na esfera da informalidade e, com isso, provocar o avanço da atividade comercial, gerando mais segurança aos pequenos e médios empresários e, por via de mão dupla, propiciar o desenvolvimento da economia do país. Partindo desse pressuposto, caberá ao intérprete, em especial à jurisprudência, suprir as lacunas da lei para dar concretude ao novo instituto do Direito Comercial.

Referências Bibliográficas

Departamento de Registro Empresarial e Integração. **Instrução Normativa 38**

DREI: Anexo V Manual de Registro EIRELI. Brasília, 2017.

BRUSCATO, Wilges. **Empresa individual de responsabilidade limitada-EIRELI: comentários à lei 12.441/2011.** São Paulo: Malheiros, 2016.

CARDOSO, Paulo L. V. **O empresário de responsabilidade limitada.** São Paulo: Saraiva, 2012.

COELHO, Fábio U. **Curso de direito comercial: direito de empresa.** 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. v. 1.

COELHO, Márcio X. **A responsabilidade da EIRELI.** Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2014.

CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL. **I Jornada de Direito Comercial.** Brasília, 2013.

_____. **V Jornada de Direito Civil.** Brasília, 2012.

PINHEIRO, Frederico G. Empresa individual de responsabilidade limitada. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 16, n. 2954, 3 ago. 2011. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/19685>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial: Teoria geral e direito societário.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. v. 1. Formato PDF.

TRAVASSOS, Marcela M. Q. **Empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI): análise constitucional do instituto, unipessoalidade e mecanismos de controle de abusos e fraudes.** Rio de Janeiro: Renovar, 2015.

VADE Mecum Saraiva OAB e Concursos. Livia Céspedes; Fabiana Dias da Rocha (Colab.). 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

Herança digital: a transmissão *post mortem* das redes sociais

Digital heritage: the post-mortem transmission of social networks

Matheus Recalchi Freitas¹
Albino Ferragini²
Fabiola Aparecida Delben Costa³

RESUMO

A sociedade brasileira, seguindo tendências mundiais, passou a se acostumar a viver cada vez mais vinculada à *internet*, possibilitando o exercício de diversas atividades laborais, bem como o contato com diversas pessoas ao redor do mundo. Essas pessoas passaram a adquirir e investir seu dinheiro em diversos conteúdos armazenados digitalmente, tais como arquivos de mídia, além de programas e jogos eletrônicos. Logo, os indivíduos que são membros da geração que adquiriu bens digitais envelhecerão, e começarão a falecer. Com a iminência de tais situações, a discussão jurídica acerca da possibilidade de herança dos bens digitais passou a crescer ao redor do mundo, sendo regulamentada em alguns ordenamentos jurídicos, dos quais o Brasil até o momento não se inclui.

Palavras-chave: Direito Digital. Direito das Sucessões. Herança Digital.

ABSTRACT

The Brazilian society, following worldwide trends, has become accustomed to live increasingly linked to the internet, enabling the exercise of various work activities, as well as the contact with several people around the world. These people started to acquire and invest their money in various digitally stored contents, such as media files, programs and electronic games. Soon, individuals who are members of the generation who acquired digital goods will age, and will begin to perish. With the imminence of such situations, the legal discussion about the possibility of inheritance of digital goods began to grow around the world, being regulated in some legal systems, of which Brazil is not included at the moment.

Keywords: Digital Law. Succession Law. Digital Heritage.

Introdução

Com a evolução da Era Digital, verifica-se que existe hoje um grande número de pessoas que laboram através de meios digitais, auferindo, por tais meios, sua única fonte de renda, a exemplo dos produtores de conteúdo na plataforma *Youtube*, da *Google*, bem como os proprietários de sítios eletrônicos que veiculem

¹ Acadêmico do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

² Professor do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

³ Professor do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

propagandas a título oneroso.

É certo que todo o acervo digital de propriedade do *de cujos* permanece armazenado digitalmente após o seu falecimento e é evidente que grande parte desses dados encontra-se nas redes sociais de sua titularidade.

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 conferiu *status* de Direito Fundamental à Herança, elencando-a em seu artigo 5º, XXX.

Entretanto, sabe-se que muitos dados e informações sobre a vida privada dos indivíduos ficam registradas na rede, e a transmissão *post mortem* de tais informações pode violar a imagem e a reputação dos mesmos, ao arrepio constitucional.

Esse trabalho visa, portanto, analisar se é possível a transmissão *post mortem* das redes sociais deixadas pelos falecidos, sem que se firam quaisquer direitos dos sucessores ou dos sucedidos.

A informática e as redes sociais

Os computadores foram criados a partir de um raciocínio lógico que vem se desenvolvendo desde os tempos mais antigos, com a criação do ábaco, passando pelo século XVII, com a criação das primeiras calculadoras mecânicas, e pelo Século XIX, com a criação de engenhos analíticos e da Lógica Booleana que, num futuro não tão distante, daria origem à linguagem binária que é utilizada até hoje pelos mais modernos dispositivos informatizados.

Estamos na quarta geração da informatização, que se iniciou em 1970, com os primeiros computadores a utilizarem microprocessadores, com o advento dos computadores pessoais, e com o início da disputa de mercado entre Bill Gates e Steve Jobs, que passaram a desenvolver computadores com interface gráfica, dominando o mercado dos anos 80 com, respectivamente, o *Windows* e o *Machintosh*.

Nos anos 90, o cientista Tim Bernes-Lee criou a chamada “*World Wide Web*”, que todos conhecem como “*www*”. Exatamente, as três letras que são escritas antes do nome de qualquer *site*. A *internet* passou a deixar de ser utilizada apenas com o fim militar, e os civis puderam ter acesso à rede através de seus computadores pessoais. Nesse período, foram criadas as primeiras salas de bate papo, como o ICQ; os grandes portais, como a *Yahoo*; os grandes Correios Eletrônicos, como o *Hotmail*;

e, principalmente, o gigante buscador *Google*.

Com o passar dos anos, novos formatos de interação digital foram criados, sendo possível, hoje em dia, conhecer, conversar, acompanhar a vida cotidiana, trabalhar e até mesmo estabelecer relacionamentos amorosos com pessoas que vivem do outro lado do mundo, mesmo que jamais tenham se conhecido pessoalmente.

Esse sistema totalmente eletrônico de relacionamentos interpessoais em que é possível fazer tantos contatos simultaneamente é a síntese das Redes Sociais, que já se consolidaram na *Web* como os *sites* mais acessados pelo mundo.

Afinal, muitos de nós nos recordamos do saudoso *Orkut*, que deu lugar ao seu não tão querido sucessor *Google+*, foi o primeiro contato de grande parte dos brasileiros a um portal em que era possível enviar mensagens, postar fotos, criar um perfil falando sobre si, fazer comentários, conhecer pessoas novas, fazer parte de grupos de amigos, além de contar com um *chat* de mensagens instantâneas; tudo eletronicamente, instantaneamente, ligando o usuário a qualquer parte do planeta.

Hoje é notório que o *Facebook* domina o mercado, contando com cerca de um bilhão de usuários ativos diariamente; isto é, pode-se afirmar que uma a cada sete pessoas no mundo acessa o *Facebook* diariamente.

Outro fenômeno mundial é o *Twitter*, que reduziu a distância entre consumidores e grandes empresas, assim como entre fãs e grandes estrelas, que interagem através do seu já consagrado *Tweet*, limitando as mensagens a poucos caracteres.

Além de conectar o público em si, as redes sociais são instrumentos, também, de grandes ações de marketing de diversas marcas disponíveis no mercado. *Tweets* mais ácidos e divertidos entre “McDonald’s” e “Burger King”; bem como entre “Coca-Cola” e “Pepsi”, por exemplo, são recorrentes nas redes sociais, que levam seus consumidores a replicarem a ação, atingindo ainda mais pessoas pelo tom de humor com o qual foram surpreendidos.

Desta forma, é inegável que as Redes Sociais ajudam o desenvolvimento comercial, auxiliam as empresas a informarem sobre seus produtos e veicularem propagandas sobre eles.

Todavia, além de informações comerciais, as redes sociais coletam

informações pessoais de seus usuários, tais como: o nome, a idade, a cidade onde vive, o estado civil, a orientação sexual e, em alguns casos, o número de telefone dos mesmos. Tudo preenche o banco de dados de cada rede.

Muitas pessoas não buscam lucrar através das redes sociais, utilizando-as única e exclusivamente para o lazer próprio, fornecendo, mesmo sem perceber, alguns dados sobre si.

Tal diferença, entre perfis (ou páginas) que buscam o lucro e outros de mero uso pessoal, para lazer, acaba sendo imprescindível para a discussão sobre a possibilidade de transmissão *post mortem* das Redes Sociais, principalmente no que se refere à constituição da herança do falecido, conforme será visto adiante.

O direito à herança

A sucessão hereditária, também denominada sucessão *causa mortis*, pode ser definida como a transmissão, em virtude da vontade do falecido ou de disposição legal, dos direitos e obrigações deste a um terceiro, seguindo-se, em regra, a vocação hereditária.

Desde os tempos mais primórdios, a sociedade percebe a importância das sucessões, ligando a figura do falecido a uma ideia de continuidade de seu legado através de sua família e de sua religião, principalmente se for levado em consideração que, em diversas culturas, até hoje, é encargo dos herdeiros zelar pela continuidade da memória e pelo respeito ao túmulo onde jaz o corpo do falecido.

Flávio Tartuce, citando os ensinamentos de José de Oliveira Ascensão (2016, p. 1478), diz que:

[...] um dos fundamentos da sucessão mortis causa é a exigência da continuidade da pessoa humana, sendo pertinente transcrever suas lições: "O Direito das Sucessões realiza a finalidade institucional de dar a continuidade possível ao descontínuo causado pela morte. A continuidade a que tende o Direito das Sucessões manifesta-se por uma pluralidade de pontos de vista. No plano individual, ele procura assegurar finalidades próprias do autor da sucessão, mesmo para além do desaparecimento deste. Basta pensar na relevância do testamento. A continuidade deixa marca forte na figura do herdeiro. Veremos que este é concebido ainda hoje como um continuador pessoal do autor da herança, ou de cujus. Este aspecto tem a sua manifestação mais alta na figura do herdeiro legitimário. Mas tão importante como estas é a continuidade na vida social. O falecido participou desta, fez contratos, contraiu dívidas ... Não seria razoável que tudo se quebrasse com a morte, frustrando os contraentes. É necessário, para evitar sobressaltos na vida social, assegurar que os centros de interesses criados à

volta do autor da sucessão prossigam quanto possível sem fracturas para além da morte deste”.

Em outras palavras, além de estar totalmente respaldado pelo Direito à Propriedade, e vinculada à Função Social da mesma, conforme dispõem os incisos XXII e XXIII do art. 5º da Constituição Federal, o direito sucessório se encontra alicerçado no Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, fundamento da República Federativa do Brasil, incrustado no art. 1º, III, da Lei Maior.

Isso porque, claramente, não haveria qualquer justiça em não permitir que alguém destine bens de sua propriedade, ou seja, que são inteiramente seus, por direito, aos seus sucessores, para que sigam produzindo e trazendo progresso aos frutos dos esforços do falecido.

Tal transmissão, por sua vez, possibilita que os indivíduos tenham mais interesse em cada vez produzir mais, em um ciclo de verdadeira prosperidade que afeta toda a sociedade.

Nas palavras do já mencionado jurista Flávio Tartuce (2016, p. 1.485), a herança é:

[...] o conjunto de bens formado com o falecimento do de cujus (autor da herança). Conforme o entendimento majoritário da doutrina, a herança forma o espólio, que constitui um ente despersonalizado ou despersonificado e não de uma pessoa jurídica, havendo uma universalidade jurídica, criada por ficção legal. A norma processual reconhece legitimidade ativa ao espólio, devidamente representado pelo inventariante (art. 75, VII, do CPC/2015, correspondente ao art. 12, V, do CPC/1973). Não se pode esquecer que o direito à sucessão aberta e o direito à herança constituem bens imóveis por determinação legal, conforme consta do art. 80, II, do CC/2002. Isso ocorre mesmo se a herança for composta apenas por bens móveis, caso de dinheiro e veículos.

Apesar da discussão doutrinária acerca da conceituação de “bem”, e sua eventual diferenciação de “coisa”, considerar-se-á, para o discutido nesse trabalho, os bens em sentido patrimonial, exatamente pelo caráter patrimonial ligado ao instituto da herança, ou os “bens em sentido jurídico” nas palavras de Carlos Roberto Gonçalves (2012, p. 266/267):

Bens são coisas que, por serem úteis e raras, são suscetíveis de apropriação e contêm valor econômico. Somente interessam ao direito coisas suscetíveis de apropriação exclusiva pelo homem. As que existem em abundância no universo, como o ar atmosférico e a água dos oceanos, por exemplo, deixam de ser bens em sentido jurídico.

Acrescente-se que os bens de que se trata nesse trabalho gozam de peculiaridades próprias, por serem totalmente digitais.

Considerando as mais diversas linguagens de programação, que, embora possam ser traduzidas para a linguagem binária, tem em si uma estrutura lógica devidamente codificada, entende-se, enfim, que os Bens Jurídicos Digitais são um conjunto de instruções escritas em linguagem codificada, que podem ser interpretadas, processadas e traduzidas por dispositivos informatizados, os quais transmitem suas informações através de uma interface para contato de seus usuários (humanos), podendo ser armazenadas digitalmente e mensuradas em *bytes*.

Assim, defende-se que a herança será composta do acervo de bens digitais deixados pelo falecido, que contém valor econômico e que possa acrescer ao patrimônio dos herdeiros, independentemente de serem os bens corpóreos ou incorpóreos.

A herança digital na atual legislação brasileira

O ordenamento jurídico brasileiro atual ainda não possui qualquer dispositivo legal que regule a sucessão digital.

A omissão legislativa acerca do tema acaba por sobrecarregar o judiciário com diversas demandas que visam ao acesso, transmissão, ou mesmo à destruição dos bens digitais do falecido.

Tal discussão, que afeta todo o globo, parece estar longe de chegar ao fim; isso porque o tempo que demanda o devido processo legislativo é muito mais lento do que o tempo necessário para a inovação tecnológica; ou seja, a criação de lei que disponha sobre a herança digital esbarra frontalmente com a demora legislativa, que acabaria por aprovar uma lei defasada em relação às relações estabelecidas na *internet*.

Dois projetos de lei tramitam no Congresso Nacional, desde 2012, com o intuito de incluir, no texto legal, a herança digital. São eles o PL 4099/2012 e o PL 4847/2012.

O PL 4099/2012 (BRASIL, 2017) prevê a transmissão indiscriminada de todos os conteúdos de contas digitais de titularidade do autor da herança aos seus

herdeiros (incluindo todos os dados das redes sociais), independentemente de possuir a conta alguma valoração econômica ou conteúdos privados.

Em seu turno, o PL 4847/2012 (BRASIL, 2017) prevê a inclusão de um novo capítulo no Código Civil para tratar do tema. Entretanto, esse projeto também permite a transmissão indiscriminada dos conteúdos de suas contas digitais, desde que o falecido não tenha deixado disposição de última vontade em sentido contrário.

Esses projetos já se mostram defasados atualmente, eis que sequer levam em consideração o caráter patrimonial típico do direito à herança. Buscam, os projetos, transferir todos os dados do falecido ao seu herdeiro, sem distinção, mesmo que tal transmissão viesse a prejudicar sua honra para com seus pares.

Por outro lado, os projetos pouco tratam das peculiaridades de cada rede, bem como de eventuais limitações ao que deve ser sucedido e ao que deve ser protegido. Por isso, defende-se que seria necessário um novo projeto de lei mais completo para evitar maiores discussões e litígios acerca do tema.

A sucessão *post mortem* das redes sociais

Até que disposição em contrário passe a vigorar, é imprescindível que a população passe a preocupar-se com a destinação dos seus bens após a sua morte, principalmente se considerar a dificuldade que possuiriam os herdeiros de inventariar todos os bens digitais do falecido.

De fato, se considerarmos que boa parte das empresas prestadoras de serviço online armazenam os bens de seus usuários fora do território nacional, encontrar-se-ia outro empecilho a ser observado no momento da sucessão de tais bens.

Entretanto, a instalação por parte destas empresas (como *Google* e *Facebook*) de sub-sedes no Brasil facilita o contato destas com o ordenamento jurídico nacional, possibilitando, inclusive, a submissão destas à Soberania do Estado Brasileiro.

Outrossim, os movimentos de globalização, além do aumento do número de usuários de internet e de proprietários de bens digitais, fizeram a comunidade internacional se dar conta da importância da preocupação, desde logo, com a destinação *post mortem* dos bens digitais.

Assim, essas tendências permitem afirmar que, em breve, será possível que

governos estrangeiros firmem tratados e/ou convenções acerca do tema com o Brasil, reduzindo consideravelmente o empecilho que seria a sucessão do bem digital armazenado fora do país, e regulando eventuais litígios que pudessem surgir sobre tais transmissões.

Ademais, vale ressaltar que, muito antes da preocupação jurídica acerca da sucessão dos aludidos bens, muitas empresas prestadoras de serviço na internet buscaram apresentar soluções aos seus usuários, permitindo aos mesmos disporem, antecipadamente, sobre a destinação dos seus bens em caso de morte.

De forma semelhante às disposições de última vontade previstas no Direito Civil, o usuário, em regra, pode definir a transmissão de seus bens digitais para terceiros, ou mesmo definir a destruição dos mesmos depois de constatado o seu falecimento, da forma que melhor lhe aprouver.

É importante salientar que a permissão de dispor sobre a destruição dos bens digitais do falecido concedida pelas empresas portadoras de serviço traz à baila a discussão acerca do conflito entre o Direito à Herança, previsto no artigo 5º, XXX, da Constituição Federal, e o Direito à Inviolabilidade da Honra, da Intimidade e da Vida Privada, previsto no artigo 5º, X, da Carta Magna.

De fato, deve-se observar a peculiaridade que cerca cada bem digital para poder valorar a aplicação dos Direitos Fundamentais supramencionados; entretanto, não se pode olvidar que a honra, a imagem, a vida privada, e a intimidade que possam ser violados através da sucessão são de titularidade de indivíduo que não poderá se defender de tal violação, tendo em vista que estará morto.

Deve-se considerar, também, que muitos dados armazenados virtualmente pelos indivíduos não acresceriam em nada o patrimônio dos seus herdeiros, sendo certo que a transmissão dos mesmos teria um enorme potencial de prejudicar a imagem do falecido, descaracterizando ou desvirtuando o direito à herança.

Para evitar tamanhos constrangimentos, não tiveram alternativas, as empresas, senão possibilitar a destruição dos bens digitais de acordo com a vontade de seus proprietários.

Todavia, há que se frisar que tais disposições de última vontade criadas no bojo de serviços oferecidos por empresas prestadoras de serviço *online* podem enfrentar diversos questionamentos jurídicos, principalmente pela falta de previsão

legal que regulamente os atos.

A gigante da internet *Google* foi uma das pioneiras em relação a permitir que o usuário disponha sobre a destinação de seus bens digitais em caso de inatividade de uso dos mesmos, especificamente sobre os bens vinculados aos serviços prestados pela aludida empresa.

O *Google Inactive Account Manager* é a aplicação que fora criada com o intuito de gerenciar tais disposições feitas pelos usuários dos serviços digitais da empresa *Google*.

A tecnologia aplicada pela *Google* verifica a frequência de acesso dos usuários aos seus serviços, notificando terceiros previamente cadastrados pelos usuários se houver inatividade na utilização dos serviços por determinado período de tempo.

Quando uma pessoa morre, esta deixará de acessar, por óbvio, suas contas e perfis digitais; após certo período de tempo, os servidores da empresa notificam um contato nomeado pelo mesmo, denominado “confiável”, sobre a inatividade do uso de tais contas, fornecendo *link* para acesso dos referidos dados dos usuários.

No caso de definir o usuário que seus dados devem ser destruídos em caso de inatividade (e, por consequência, após sua morte), tal destruição afetará todos os serviços vinculados à sua conta *Google*, impossibilitando, inclusive, acessos ao antigo endereço de *Gmail* e reutilização do antigo nome de usuário do *Gmail*.

A utilização de tais serviços englobam as contas do e-mail *Google (Gmail)*, bem como o perfil da rede social *Google+*, os canais do *Youtube*, o sistema de armazenamento de imagens *Picasa*, e o sistema de armazenamento de arquivos em nuvem *Google Drive*, sendo que a destinação *post mortem* de todos esses pode ser definida através da aludida aplicação.

O acesso a este serviço é gratuito a todos os usuários do serviço *Google*, e pode ser acessado através das configurações do perfil da conta *Google*, ou através do endereço eletrônico da aludida aplicação (<https://myaccount.google.com/inactive>).

O *Facebook*, maior rede social do mundo na atualidade, possibilita ao seu usuário que disponha sobre a eventual transmissão do seu perfil a um terceiro após a sua morte, permitindo, ainda, que o usuário disponha de forma diversa, como a transformação do seu perfil em memorial, ou a simples exclusão do perfil, com a

destruição dos seus dados ali armazenados.

Segundo informações do sítio eletrônico do *Facebook*, as contas transformadas em memorial deixarão de ser exibidos em espaços públicos, impedirão qualquer tipo de acesso, e possibilitarão a remoção por parte da empresa de quaisquer páginas cujo usuário seja o único administrador, além de adicionar a expressão “Em memória de...” ao nome do falecido em seu perfil, e de manter todas as fotos e publicações visíveis para o público o qual fora compartilhado.

Os memoriais poderão, todavia, ser acessados por um “contato herdeiro”, que fará a manutenção do perfil, desde que, previamente cadastrado.

Caso nada tenha sido disposto anteriormente pelo falecido, a rede social possibilita, ainda, que os familiares do usuário informem a empresa sobre o falecimento do mesmo, solicitando ao *Facebook* a remoção da conta do mencionado usuário de sua rede.

A aplicação do *Facebook* também pode ser acessada por todos os usuários da mencionada rede social, de forma gratuita, através das configurações da conta do usuário.

O *microblog Twitter* não permite, até o momento, a predisposição por parte do usuário sobre a destinação de sua conta após a sua morte.

Entretanto, fornece à família do usuário um formulário para solicitar a remoção da conta do falecido, que apenas será feita após a comprovação da identidade e do óbito do mesmo.

O *Twitter* não permite a transferência do acesso dos dados de acesso às contas de usuário a terceiro, independentemente do relacionamento ou parentesco deste com o falecido.

A família poderá, mediante justificativa a ser analisada pela rede social, solicitar o acesso a algumas mídias do perfil do usuário falecido, entretanto, tal deferimento será (ao menos em âmbito administrativo) subjetivo, a cargo da empresa.

Surgiram, também, empresas prestadoras de serviço *online* especializadas em sucessão dos dados digitais, que prometem gerenciar e cumprir as vontades do usuário contratante, com a transmissão ou destruição dos seus bens armazenados virtualmente.

Não poderia ser diferente, tendo em vista que tais empresas buscam lucro em uma área muito pouco explorada, fornecendo ao usuário maior garantia sobre o que vai acontecer com os seus dados após o seu falecimento.

Na maioria das vezes, o usuário que contrata as mencionadas empresas para a sucessão dos seus bens digitais deve apresentar a relação dos referidos bens de sua propriedade, define os herdeiros que receberão tais bens após sua morte, armazena os dados de acesso para cada bem (senhas, nomes de usuário etc.), e indica um contato confiável que informará à empresa o falecimento do usuário, para que possa ser efetuada a transmissão dos bens.

Contudo, existe a possibilidade de falecerem os indivíduos sem deixarem disposição de última vontade sobre a destinação do seu acervo digital, situação em que, nesse caso, deve-se analisar, inicialmente, o cunho econômico a que eventualmente possa estar atrelado ao referido bem.

Assim, deve-se prezar pela destruição dos dados pessoais sigilosos e quaisquer bens que não tiverem nenhum valor para agregar ao patrimônio dos herdeiros, com o intuito de manter inviolada a honra, a vida privada, e a intimidade do falecido, conforme garantia constitucional (art. 5º, X, CF).

Mais uma vez frisa-se o direito constitucional à herança dos herdeiros não pode violar a intimidade e a vida privada do seu autor, principalmente quando não há interesses patrimoniais em discussão.

Portanto, aos bens que contiverem conteúdo econômico e não violarem a intimidade ou a vida privada do de cujus será deferida a transmissão *post mortem* em favor dos seus herdeiros, garantindo-lhes o acréscimo patrimonial que lhe é inerente.

Tal sucessão deverá ser, enquanto não sobrevier regulamentação legal, devidamente analisada pelo Judiciário que aplicará suas decisões conforme cada caso em concreto.

Conclusão

A Herança Digital constitui um direito dos herdeiros, garantida constitucionalmente através do artigo 5º, XXX, da Lei Maior.

Todavia, tal direito deve ser analisado com cautela para evitar a supressão do

igualmente garantido pela Carta Magna direito à inviolabilidade da honra, da intimidade e da vida privada do autor da herança (art. 5º, X, CF).

Até porque, ao longo de sua vida, o indivíduo conhece pessoas, conversa, estabelece diversos tipos de relacionamentos, tudo através dos novos serviços *online*, principalmente das redes sociais, que estão cada vez mais presentes em nossa vida.

Tais informações ficam registradas virtualmente e uma eventual transmissão *post mortem* desses dados aos seus herdeiros pode manchar a imagem e a reputação deixada pelo falecido.

Por outro ângulo, compreender-se-ão na Herança Digital, salvo disposição de última vontade em contrário, apenas os bens que possuam conteúdo econômico, patrimonial, excluindo-se todos os dados que não gozarem dessa peculiaridade.

Assim, aos bens que possuírem cunho econômico e que não possam eventualmente violar a imagem do falecido, será deferida a herança em favor dos herdeiros que administrarão o acervo digital do falecido; isso se o próprio autor da herança não houver testado seus bens digitais antes de falecer, definindo quais bens irão ser objeto de sucessão e quais serão destruídos após o seu falecimento.

De uma forma ou de outra, o instituto da Herança Digital deve ser deferido aos herdeiros em equilíbrio com o direito de inviolabilidade à imagem deixada pelo falecido, analisando-se, proporcionalmente, enquanto não sobrevier lei que regulamente o tema, sendo que, na ausência de herdeiros, deve-se primar pela destruição do acervo digital do de cujus.

Referências Bibliográficas

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 4099/2012. Altera o art. 1.788 da Lei n.º 10.406, de 10 de janeiro de 2002, que “institui o Código Civil”.**

Disponível em:

<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=E5D6E9BA052FCEDD9F166A589E61FF84.proposicoesWebExterno1?codteor=1004679&filename=PL+4099/2012> . Acesso em: 22 jul. 2017.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 4847/2012. Acrescenta o Capítulo II-A e os arts. 1.797-A a 1.797-C à Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Disponível em:

<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1049733&filename=PL+4847/2012> . Acesso em: 22 jul. 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 10 jun. 2017.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 10 jun. 2017.

FACEBOOK. **Como faço para informar o falecimento de um usuário ou uma conta no Facebook que precisa ser transformada em um memorial?** Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/150486848354038>>. Acesso em: 30 jul. 2017.

FACEBOOK. **O que acontecerá com a minha conta se eu falecer?** Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/103897939701143>> . Acesso em: 30 jul. 2017.

FACEBOOK. **O que é um contato herdeiro no Facebook?** Disponível em: <https://www.facebook.com/help/1568013990080948?helpref=faq_content> . Acesso em: 30 jul. 2017.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**. 10. ed. São Paulo : Saraiva, 2012. V. 1.

GOOGLE. **About Inactive Account Manager**. Disponível em: <<https://support.google.com/accounts/answer/3036546?hl=en>> . Acesso em: 30 jul. 2017.

TARTUCE, Flávio. **Manual de direito civil**. 6. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2016.

TWITTER. **Como entrar em contato com o Twitter para falar de um usuário falecido ou sobre conteúdo multimídia relacionado a um familiar falecido**. Disponível em: <<https://support.twitter.com/articles/416226#>>. Acesso em: 13 ago. 2017.

TWITTER. **Como entrar em contato com o Twitter sobre mídia relacionada a um familiar falecido**. Disponível em: <<https://support.twitter.com/articles/20174909>>. Acesso em: 13 ago. 2017.

A laicidade do estado ante assuntos político-sociais: o aborto

The secularism of the state before social policy issues: abortion

Pâmela Pereira Lacerda¹
João Georgetown B. da Silva²
Fabiola Aparecida Delben Costa³

RESUMO

O aborto sempre foi tema gerador de grandes discussões ao longo dos anos em diferentes sociedades, existindo desde tempos imemoriais e sendo um dos fragmentos da história da sociedade humana, tendo sido regulamentado com o surgimento dos primeiros movimentos feministas. O Brasil é considerado um país cujo Estado é Laico, ou seja, não aderiu nenhuma religião como oficial, não interferindo em assuntos religiosos, tampouco permitindo que a religião interfira no âmbito jurídico, ocorre que a prática é contrária a esta laicidade. Mesmo com devido respaldo legal, o aborto ainda é motivo de julgamento perante uma sociedade e ordenamento jurídico influenciado pelo patriarcado religioso, fortemente presente na sociedade. Em outras palavras, a laicidade do Estado acaba sendo prejudicada devido aos posicionamentos religiosos que acabam por orientar aqueles que exercem o poder político.

Palavras-chave: Aborto. Estado Laico. Ordenamento Jurídico. Interferência.

ABSTRACT

Abortion has always been the theme of great discussions over the years in different societies, existing since time immemorial and being one of the fragments of the history of human society, having been regulated with the emergence of the first feminist movements. Brazil is considered a country whose state is secular, that is, it has not adhered to any religion as an official, does not interfere in religious matters, nor does it allow religion to interfere in the legal sphere, it is the practice that is contrary to this secularism. Even with due legal support, abortion is still a matter of judgment before a society and legal system influenced by religious patriarchy, strongly present in society. In other words, the laicism of the state ends up being hampered by the religious positions that end up guiding those who exercise political power.

Keywords: Abortion. Lay State. Legal order. Interference.

Introdução

¹ Acadêmica do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

² Professor do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

³ Professora do curso de Direito do UniSalesiano – Araçatuba/SP

Ao longo da história, o famigerado tema “aborto” sempre foi fato gerador de controvérsias em diferentes sociedades humanas, tendo em vista a complexidade que envolve os diferentes fatores humanos ligados à vida.

Cabe ressaltar que os aparatos políticos, religiosos e sociais, dentre outros, influenciam na prática abortiva, considerando que esta se faz presente no cotidiano humano, gerando consequências para a seara do Direito.

É claro que, com o passar dos anos e com a evolução dos direitos fundamentais, mais precisamente dos direitos das mulheres, algumas começaram a questionar se a prática do aborto não era direito exclusivo delas por serem, em tese, proprietárias do próprio corpo.

Diante das notórias campanhas religiosas sobre o aborto, bem como da influência política que as religiões insistem em manter ao longo dos séculos, questiona-se se é possível que a prática do aborto tenha sua criminalização fundamentada apenas nas crenças e normas religiosas, sem levar em consideração a cultura ou os direitos fundamentais de uma sociedade, tornando tal norma parcialmente religiosa e ferindo a Laicidade do Estado, incrustado no art. 19, I, da Constituição Federal.

E ainda, questiona-se a possibilidade da descriminalização do Aborto, observada de um ponto de vista juridicamente laico, e do ponto de vista do Direito Feminino de dispor do próprio corpo.

As mulheres perante uma sociedade religiosa

É notória a influência hegemônica das mais diversas instituições religiosas, seja no cotidiano, seja na construção de um senso comum, que acaba por ser um instrumento para que suas ideologias autoritárias, hierárquica e, sobretudo, patriarcal, reafirmem o processo de submissão da mulher.

Falar sobre a mulher na sociedade é, sobre tudo, falar sobre influencia religiosa. É nítido que a sociedade brasileira tem como raiz leis e preceitos, quanto à moral, profundamente religiosos.

A participação da mulher na religião sofreu diversas mudanças com o tempo, desde sua adoração - considerando ser um símbolo de fertilidade - até sua total negação.

Toda essa série de fatores influencia até mesmo na nossa atual sociedade, em se tratando de aborto principalmente.

Isso se reflete, por exemplo, no atendimento daquelas mulheres que procuram ajuda médica, mesmo em casos em que a gravidez é decorrente de estupro, risco de morte para a mãe ou ainda, quando o feto trata-se de uma criança que sofre anencefalia (casos em que a prática abortiva não é condenada no Brasil, como visto anteriormente).

Com o devido respaldo legal, essas mulheres deveriam ser tratadas de uma forma diferente, não culposa, mesmo quando fossem buscar ajuda no sistema público de saúde.

Em casos de estupro, por exemplo, essas mulheres são vistas com desconfiança e como criminosas, tendo assim suas vidas colocadas em risco, visto que, posteriormente, buscaram como saída, o aborto clandestino.

Nestes casos somente é necessária a decisão da mulher, não podendo o hospital exigir tampouco uma autorização judicial, laudo pericial ou mesmo boletim de ocorrência, conforme uma norma técnica do Ministério da Saúde.

Não cabe ao hospital requerer autorização judicial ou boletim de ocorrência para a feitura do procedimento cirúrgico, pois tal prática obrigaria a mulher a representar e processar seu agressor, ao arrepio da lei penal, que concede à vítima o direito de representar ou não seu agressor, evitando o agravamento psicológico consequente da conduta criminosa.

Em caso de negativa do hospital, além do cometimento de ato ilegal, estarão desrespeitando o direito à saúde da vítima, além da dignidade da pessoa que lhe é inerente.

A visão deturpada que a sociedade apresenta em relação às vítimas de tais crimes brutais impede que as mesmas tomem, conscientemente, a decisão sobre praticar ou não o aborto.

A religião mais conservadora tende a preservar a vida do feto, tornando, mesmo que inconscientemente a mulher agredida um verdadeiro instrumento útil e necessário para a preservação da espécie humana; ou seja, mesmo as mulheres que desejam a prática abortiva acabam por mudar de ideia e seguir com a gravidez, o que obstaculiza a liberação do aborto.

Assim, fica evidente que a religião influencia a sociedade como um todo, e esta, por sua vez, exerce pressão na mulher grávida para manter a gravidez, mesmo que advinda de violência ou em casos de anencefalia e quando a gestação exerce risco de morte para a gestante.

A mulher e seu poder de decisão sobre o próprio corpo

Se os membros de uma sociedade não podem decidir sobre seus próprios corpos, então esta mesma sociedade não pode ser considerada livre, visto que, em pleno século XXI, a moral e a religião procuram, e ainda conseguem, impor regras perante a sociedade e, conseqüentemente, sobre o Direito, regulando a livre disposição de corpos.

Uma questão como o aborto, em regra, oferece uma liberdade ilusória, quanto a dispor sobre seu próprio corpo; neste caso, quanto ao direito das gestantes que têm interesse na prática abortiva, seja pelos casos dispostos em lei, como visto anteriormente, seja pela total falta de condições e meios para a criação desta criança.

Como visto anteriormente, mesmo com a devida previsão legal, ainda assim aquelas mulheres que buscam ajuda, encontram barreiras as quais dificultam seu acesso à ajuda médica e psicológica, bem como são criminalizadas - novamente - mesmo com o devido respaldo legal, sendo duramente condenadas perante a sociedade, ficando, desta forma, evidente as dificuldades a serem enfrentadas quanto ao reconhecimento da autonomia sobre o próprio corpo.

Sobre o tema, defende Luís Roberto Barroso (apud AFFONSO; COUTINHO, 2016):

A autonomia expressa a autodeterminação das pessoas, isto é, o direito de fazerem suas escolhas existenciais básicas e de tomarem as próprias decisões morais a propósito do rumo de sua vida. Todo indivíduo – homem ou mulher – tem assegurado um espaço legítimo de privacidade dentro do qual lhe caberá viver seus valores, interesses e desejos. Neste espaço, o Estado e a sociedade não têm o direito de interferir.

Nas palavras do mesmo Ministro, citado por Affonso; Coutinho (2016):

*[...] quando se trate de uma mulher, um aspecto central de sua autonomia é o poder de controlar o próprio corpo e de tomar as decisões a ele relacionadas, inclusive a de cessar ou não uma gravidez.
[...] Por isso mesmo, é papel do Estado e da sociedade atuar nesse sentido, mediante oferta de educação sexual, distribuição de meios contraceptivos e amparo à mulher[...]*

Ante o exposto, entende-se que, mesmo nos dias de hoje, a mulher não tem total liberdade quanto a dispor sobre seu próprio corpo, tampouco tomar decisões quanto ao tema, sem o risco de sofrer represálias sociais.

Mesmo tendo certo respaldo legal, sua liberdade ainda é ilusória, pois é regida por padrões impostos pela religião, que ainda impõe regras quanto ao Direito e à sociedade.

A influência religiosa em assuntos políticos e sociais

As classificações que foram adotadas pela sociedade, conforme evoluíram, acabaram por resultar nas influências religiosa no âmbito, político, econômico e social, podendo o Estado ser considerado Laico, Ateu ou Confessional.

a)Estado Ateu: o Poder Estadual exercido, neste caso ignora, toda e qualquer forma religiosa, eliminando toda sua liberdade quanto a crença. Neste cenário, não sendo uma religião totalmente abolida, sua prática seria dificuldade ao máximo. No entendimento de Martins Filho, o ateísmo nega, em totalidade, qualquer elemento espiritual por se tratar de uma ideologia materialista;

b)Estado Confessional: neste caso, o Estado admite uma religião específica como sendo a oficial; assim, a religião abraçada desfrutaria de certas regalias, assim como aqueles que representassem a mesma, podendo inclusive ocupar certos cargos públicos. Pode-se citar como países confessionais: Egito, Irã, Iraque, Argentina, Reino Unido, Noruega e Dinamarca;

c)Estado Laico: aquele que não adere a uma religião como oficial (Brasil); desta forma continuaria indiferente a assuntos religiosos, respeitando toda e qualquer crença, permitindo uma coexistência pacífica entre credos e religiões, não interferindo em toda e qualquer organização religiosa e também não permitindo que qualquer religião interfira em assuntos da esfera jurídica.

A religião sempre foi umas das maiores bases formadoras de opinião sobre o aborto ao longo de toda história. A Constituição do Império Brasileiro dispunha, como religião oficial, a Católica Apostólica Romana; desta forma, a igreja tinha total liberdade de participação nos assuntos do Estado (principalmente em relação ao

matrimônio).

Com o passar dos anos e uma nova Constituição em 1891 - início da República - o Brasil se auto proclamou sob um regime de Estado Laico, proibindo qualquer interferência religiosa nos assuntos político-sociais; todavia, o novo ordenamento jurídico brasileiro não conseguiu afastar da nossa cultura seu forte enraizamento religioso.

Com a entrada em vigor da Carta Magna de 1988, o Brasil manteve-se como Estado Laico, ou seja, teoricamente, estaríamos sendo regidos por um estado independente de qualquer religião.

A própria Constituição Federal, por mais contemporânea que seja, sofre a influência religiosa.

Se for analisar profundamente o tema, perceber-se-á que já se depara com tal contradição em prédios públicos, por exemplo, locais que, em teoria não deveriam estar “decorados” com figuras religiosas, hospitais também podem ser destacados, salas de audiência, o próprio júri – são bons exemplos dessa contradição.

Curiosamente, a Constituição Federal carrega, em seu preâmbulo, a “Bênção de Deus” na promulgação da aludida Carta, escrita pela Assembleia Constituinte.

Desta forma, percebemos que os conceitos de Estado e Sociedade são diferentes, sendo esta mais ampla que aquela.

De outro norte, pode-se considerar Sociedade um complexo de relações humanas, ou uma pluralidade de grupos que, entre si, estabelecem relacionamentos de cooperação, subsistência e coesão.

A sociedade, em outros termos, abdicou de diversos direitos e poderes em prol do Estado, que se tornou soberano, devendo zelar pelos direitos cedidos a ele em prol dos interesses da própria sociedade.

A nossa Lei Maior, em seu artigo 1º, parágrafo único, garante que o todo poder emana do povo, tornando tal garantia um fundamento da própria República Federativa do Brasil (1988), *in verbis*:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

[...]

Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.

Ou seja, a sociedade, da qual o povo faz parte, elege os seus representantes para agirem no comando do Estado, ocupando o Legislativo e o Executivo, com os cargos de Deputados, Senadores, Vereadores, Prefeitos e o próprio Presidente da República.

Assim, embora o Estado seja constitucionalmente laico, a sociedade não se tornou laica, tendo em vista que as religiões ainda hoje influenciam milhões de fiéis em territórios pátrios.

Tais fiéis, inevitavelmente, tendem a levar em consideração as convicções religiosas do candidato no momento da escolha de seu representante eletivo.

E, assim, percebe-se que o Congresso Nacional está repleto de agentes religiosos que se candidatam e são eleitos pelos fiéis de sua igreja para representar os interesses e valores religiosos no governo de um Estado que deveria ser laico.

Como o poder de decidir acerca da promulgação de leis, em regra, compete ao Legislativo a não concordância religiosa sobre a descriminalização do aborto, podendo ser um dos motivos que mais impede a aprovação de qualquer norma nesse sentido.

A título de informação, dos 513 deputados que compõem a Câmara Federal, salta aos olhos o espantoso número de 69 edis que compõem a denominada Bancada Evangélica na aludida Casa de Leis.

Esse espantoso número corresponde a aproximadamente 13,5% (treze e meio por cento) do número de deputados eleitos para o mandato 2015-2018.

O poder político que se encontra nas mãos das religiões é tão grande que, se compararmos ao número de deputados eleitos em cada Estado, percebe-se uma desproporção considerável.

Faz-se mister mencionar o número de representantes de diversos estados brasileiros que possuem representação inferior à religiosa, que serão analisados a seguir, de acordo com os números apresentados oportunamente pelo Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP).

Os estados do Acre, Alagoas, Amapá, Distrito Federal, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Piauí, Rio Grande do Norte, Rondônia, Roraima, Sergipe e Tocantins contam, cada um, com apenas 08 (oito) representantes.

Os estados do Amazonas e do Espírito Santo, por sua vez, contam com apenas 09 (nove) representantes cada um.

O estado da Paraíba possui apenas 10 (dez representantes) na aludida Casa de Leis Federal.

Os estados de Goiás e de Santa Catarina, por sua vez, possuem 17 (dezesete) representantes.

Por sua vez, o estado do Maranhão elege 18 (dezoito) deputados para a Câmara Federal.

Com tais informações, comprova-se que apenas a Igreja Assembleia de Deus possui mais poder político do que 17 (dezesete), dos 26 (vinte e seis) estados da federação, além de possuir mais influência do que o Distrito Federal.

Se for considerada toda a bancada religiosa, com 69 (sessenta e nove) representantes, apenas o estado de São Paulo, com 70 (setenta) representantes, superaria o número de Deputados Federais.

Vale ressaltar que este trabalho não visa questionar a constitucionalidade da instauração de bancada religiosa na Câmara dos Deputados, nem questionar os valores morais impostos por qualquer religião.

Entretanto, impressiona o poder político na mão de representantes religiosos, que podem mobilizar mais votos do que a maioria exorbitante dos estados membros da República Federativa do Brasil, que ao menos deveria ser, por expressa ordem constitucional, um Estado Laico.

Portanto, pode-se dizer que, mesmo após cento e vinte anos desde a declaração de laicidade do Estado Brasileiro, a Religião ainda alcança influência suficiente para a aprovação ou não de projetos de lei polêmicos que transcendem ao aborto e ao direito à vida e alcançam, notoriamente, o “empoderamento feminino”.

Outrossim, esclarecer-se-á que o objetivo deste trabalho é a análise do aborto em conjunto com as suas peculiaridades e repercussões sociais, bem como a influência que a religião – mesmo em um estado teoricamente laico – consegue submeter o julgamento social e político acerca de uma eventual descriminalização desta prática.

O Estatuto do Nascituro - PL nº 478/2007

Proposto em 2007, o projeto de Lei 478/2007 tramita até os dias de hoje, sendo um dos pontos mais controversos em movimentos feministas, representando um retrocesso nas leis vigentes atualmente, no que tange ao aborto.

A ideia original do projeto partiu dos deputados federais Miguel Martini e Luiz Carlos Bassuma, ambos defendiam a alteração no Código Penal vigente e a proibição da prática abortiva em qualquer situação, sendo então considerado crime hediondo.

Foram apensados à proposição principal, os Projetos de Lei:

a) PL 489/07, que também dispõe sobre o Estatuto do Nascituro;

b) PL 1.763/07, que dispõe acerca da assistência à gestante e ao filho gerado em decorrência de estupro;

c) PL 3.748/08, que autoriza o Poder Executivo a conceder pensão à mãe que mantenha criança nascida de gravidez decorrente de estupro;

A PL 3.748/08 concederia uma pensão à mãe que optasse por manter a gravidez que tenha decorrido de violência sexual. Essa valoração verdadeiramente põe em quantia o quanto vale a vida do feto, a vida e o emocional da mãe, traduzindo, em pecúnia, quanto vale o destino de cada um, mesmo sendo arquivado no dia 31 de janeiro de 2007, atualmente tramita um projeto de lei semelhante, tendo como relatora Solange Almeida.

Contendo, em seu teor, 31 artigos e estabelecendo penas de até três anos de reclusão para aqueles que causarem culposamente a morte do nascituro e, penas de até dois anos para aqueles que induzirem a gestante a prática abortiva ou mesmo lhe oferecer ocasião que seja praticado o aborto.

Dispõe a aludida PL (BRASIL, 2017), em seu artigo 12: *É vedado ao Estado e aos particulares causar qualquer dano ao nascituro em razão de um ato delituoso cometido por algum de seus genitores.*

O Artigo 13 do mesmo projeto dispõe (BRASIL, 2017):

Art. 13 O nascituro concebido em um ato de violência sexual não sofrerá qualquer discriminação ou restrição de direitos, assegurando-lhe, ainda, os seguintes:

I – direito prioritário à assistência pré-natal, com acompanhamento psicológico da gestante;

II – direito à pensão alimentícia equivalente a 1 (um) salário mínimo, até que complete dezoito anos;

III – direito prioritário à adoção, caso a mãe não queira assumir a criança

após o nascimento.

Parágrafo único. Se for identificado o genitor, será ele o responsável pela pensão alimentícia a que se refere o inciso II deste artigo; se não for identificado, ou se for insolvente, a obrigação recairá sobre o Estado.

À luz do dispositivo alhures, fica evidente que, mesmo a mulher vítima de um crime de violência sexual estaria impedida de praticar o aborto da forma que hoje é permitida pelo Código Penal, obrigando-a a gerar o feto, em prejuízo de todo e qualquer planejamento de vida que possuía, impedindo, ainda que indiretamente, que a mesma tenha liberdade de decisão sobre seu destino, e, verdadeiramente, condenando-a a conviver pelo resto da vida com as lembranças decorrentes da violência.

Isso porque a mulher, indubitavelmente, já se encontraria em um estado emocional muito abalado, e obrigá-la a gerar o feto fruto por um estupro poderia fazer com que a gestante tivesse de interromper todos os seus objetivos de vida, profissionais e acadêmicos, para gerar e criar o feto, vinculando-a ao estupro sofrido por toda sua vida.

O projeto também propõe que, em caso de identificação do agressor, o mesmo deverá ser responsabilizado e pagar pensão alimentícia.

Este projeto de lei é deveras fantasioso, pois, ao estabelecer que o mesmo agressor que estuprou a mulher deverá prestar pensões alimentícias à criança, ignora-se a situação em que o agressor permanecerá recluso, em caso de haver representação criminal da vítima, impossibilitando que o mesmo possa laborar e auferir quantia suficiente para honrar suas obrigações.

Por outro lado, tal situação obrigaria a mulher a permanecer em constante contato com seu agressor, como se tal relação fosse saudável.

Sobre o tema Clair Castilhos (2014), cita o entendimento da socióloga Maria José Rosado, coordenadora geral de Católicas pelo Direito de Decidir:

A proposta de dar ao nascituro um 'estatuto' é mais uma tentativa dos setores mais retrógrados da sociedade de impedir a efetivação dos direitos de cidadania das mulheres"

[...] "Inúmeras pesquisas de opinião mostram que a população brasileira, independentemente de filiação religiosa, é majoritariamente favorável a que continuem sendo permitidos os abortos legais e é contrária a que as mulheres sejam presas por realizarem um aborto. Essa proposta, além de ferir a Constituição vigente, significaria um grave retrocesso."

Para o projeto, mesmo se uma mulher tiver sofrido violência sexual, e em decorrência disso engravidar de seu agressor, se decidir pela interrupção da gestação, será considerada criminosa.

Tony Oliveira, citando Gabriela Rondon (2017):

Para Gabriela Rondon, advogada e pesquisadora do Instituto Anis, trata-se de uma proposta com consequências dramáticas para os direitos da mulher. É uma proposta cruel para os direitos das mulheres, uma vez que propõe um retrocesso importante com relação às exceções que temos no Código Penal com relação ao aborto, afirma.

[...]Ao ler o projeto de lei, você não vê a presença da mulher, a não ser nos momentos de restrição de direitos. No PL, fica muito claro que uma mulher que tenha sofrido um estupro, uma violência sexual, pode enfrentar uma segunda violência por parte do Estado, que é a ameaça de ser presa caso não tenha condições de seguir com a gestação. Essa é a cena mais grave que podemos imaginar", explica Rondon.

O aludido projeto de lei é uma afronta aos direitos adquiridos pelas mulheres, hoje no âmbito criminal.

O crime de estupro é um delito repudiado, os traumas decorrentes desta violência não têm precedentes, pois podem induzir a vítima, a uma posterior depressão; serão lembranças que jamais serão esquecidas.

É inestimável a dor de prosseguir com uma gestação decorrente de tal agressão e diminuir a violência sofrida pela mulher, chegando até mesmo a agredi-la novamente, mas de uma forma legal, pois esta não teria mais amparo legal para seus direitos.

A inconstitucionalidade da PL 478/2007

Este item visa analisar a possível infringência do Projeto de Lei supramencionado ao dispositivo constitucional, gerando uma discussão jurídica sobre a inconstitucionalidade do mesmo.

Dizemos isto, pois o princípio da proibição do retrocesso social impede que o avanço jurídico em relação à facilitação da prática abortiva, em relação à mulher estuprada, seja ceifado pela nova lei.

Vale frisar que o próprio Código Penal Brasileiro, como dito anteriormente, já prevê a prática legal do aborto em casos de gravidez decorrentes de violência sexual.

Em verdade, este dispositivo previsto no projeto de Lei obrigaria a mulher a gerar o feto, independentemente da sua vontade, para não incorrer em crime tipificado pelo Estado; ou seja, caso a vítima do crime de violência sexual não desejar

receber o fruto da violência sofrida, tornar-se-á uma criminosa aos olhos desse projeto de Lei.

Isso geraria um abalo sem precedentes na estabilidade do ordenamento jurídico brasileiro, ao coibir os direitos da mulher, mesmo sendo vítima de crime.

É exatamente pelo retrocesso jurídico e social apresentado por este projeto de lei, ao arrepio do princípio da proibição do retrocesso social que nos posicionamos pela inconstitucionalidade do aludido projeto de lei.

A inconstitucionalidade do PL 5069/2013

Este projeto de Lei 5069/2013 (BRASIL, 2017) do ex-deputado Eduardo Cunha, sendo posteriormente modificada pelo deputado Evandro Gussi.

Tal proposta dificultaria o atendimento das vítimas do crime de estupro, exigindo que as mesmas comprovem tal violência, através de exames periciais, tornando obrigatório novamente o exame de corpo de delito.

A Associação Nacional dos Defensores Públicos (ANADEP) pronunciou-se de forma contrária ao referido projeto através de nota técnica encaminhada ao então deputado e Presidente da Câmara Federal, Eduardo Cunha.

Neste sentido, defende-se a Associação Nacional dos defensores Públicos:

A primeira análise do Projeto 5.069/2013 demonstra que se busca a criminalização – em sentido estrito – de uma conduta que hoje se trata pela legislação nacional como contravenção. Essa informação, per si, já é preocupante, vez que o caminho das sociedades modernas é a descriminalização e não o aumento de tipos penais e, via de consequência, o aumento do encarceramento de seus cidadãos.

Além disso, o caminho seguido pelo Projeto desrespeita profundamente a vida das mulheres – que tanto lutaram para conseguir isonomia e vencer toda sorte de preconceitos. Causa espanto e é de difícil compreensão a tentativa de dificultar a soberana decisão acerca de uma gravidez não planejada – que é unicamente da mulher. Ao que parece e s.m.j., o Projeto visa imiscuir-se na autodeterminação feminina e, por isso, não deverá ir adiante.

Ainda na mesma manifestação contrária, a ANADEP vai além, chegando a defender que, dificultar o acesso da interrupção da gravidez ensejaria sobre um aumento dos números de casos de abortos clandestinos, o que gera impacto direto no número de óbitos decorrentes de tentativas clandestinas de aborto (BRASIL, 2015).

Sobre o tema, defende a Associação Nacional dos Defensores Públicos

(BRASIL, 2015):

Ora, dificultar o caminho legal para interrupção da gravidez é aumentar, pela via indireta, o número de abortos clandestinos e inseguro, o que certamente acarretará o aumento do número de óbitos maternos. E ais óbitos, na grande maioria, serão de mulheres pobre, que não conseguem arcar com os altos custos das clínicas clandestinas especializadas nestes procedimentos – no Brasil ou exterior. Num momento em que o mundo discute abertamente direitos sexuais, reprodutivos etc, a alteração almejada vai na contramão da própria história.

Assim, percebe-se que o referido projeto de lei tipifica como crimes outras condutas diversas das já existentes no Código Penal, incluindo, no rol de crimes, condutas que anteriormente eram consideradas Contravenções Penais.

O posicionamento apresentado pela Associação Nacional dos Defensores Públicos, ANADEP, mostra-se o mais proporcional e coerente, quanto ao respeito constitucional e, em especial, em respeito à mulher já fragilizada pelo abuso sofrido.

A obrigatoriedade de um exame pericial, somente iria expor esta mulher já violentada ao constrangimento de expor novamente seu corpo, desrespeitando inclusive a faculdade que a mesma possui sobre a representação criminal do agressor, expressamente prevista no artigo 225, caput, do Código Penal Brasileiro.

Conclusão

A discussão sobre o tema aborto é bastante delicada por se tratar de uma prática que envolve diversos segmentos, tais como: política, economia, cultura, moral e religião. Estes aspectos evoluíram juntamente com a sociedade, podendo ser adotado na classificação do Estado, seja ele Laico, Ateu ou Confessional.

O Brasil é considerado um Estado Laico, ou seja, o Estado brasileiro não adere a nenhuma religião como oficial; desta forma, não interfere em assuntos religiosos e, em regra, a religião também não deveria interferir em assuntos políticos sociais.

Entretanto, muitos líderes religiosos utilizam-se da influência que possuem sobre a vida e o poder de escolha de seus fiéis para adquirir força política, elegendo-se em diversos cargos eletivos do Estado Brasileiro.

Desse modo, a própria laicidade do Estado mostra-se prejudicada a partir do momento em que os posicionamentos religiosos passam a orientar as condutas daqueles que exercem o poder político, submetendo toda a sociedade às vontades de uma ou outra religião.

Com isso, pode-se deduzir que, mesmo indiretamente, os posicionamentos religiosos influenciam na manutenção da proibição da prática abortiva, independentemente de posicionamentos jurídicos ou sociais.

Referências Bibliográficas

AFFONSO, Julia; COUTINHO, Mateus. **Criminalização do aborto viola autonomia da mulher, afirma Barroso**. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/criminalizacao-do-aborto-viola-autonomia-da-mulher-afirma-barroso/>>. Acesso em 25 ago 2017.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de lei 5069/2013. Acrescenta o art. 127-|A ao decreto-Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal**. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=565882>> Acesso em: 29 ago 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 19 jul 2017.

BRASIL. **Lei nº 9.263, de janeiro de 1996**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9263.htm>. Acesso em: 28 jul 2017.

CASTILHOS, Clair. **O Estatuto do Nascituro e suas consequências**. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/240602-1>>. Acesso em: 27 ago 2017.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ASSESSORIA PARLAMENTAR. **TSE altera número de deputados federais de 13 estados**. Disponível em: <http://www.diap.org.br/index.php/agenda-politica/22043-tse-altera-numero-de-deputados-federais-de-13-estados>>. Acesso em: 23 jun. 2017.

PSICOLOGIA

A violência entre adolescentes no ambiente escolar: fios e desafios

Violence among adolescents in the school environment: threads and challenges

Joicimar Cristina Cozza¹
Fernanda de Sousa Vieira²

RESUMO

Violência no ambiente escolar entre adolescentes, mais especificamente, o *bullying*, objeto do presente estudo, é definida como qualquer ato praticado de forma isolada ou em grupo em instituições de ensino envolvendo o corpo discente e se caracteriza pela repetição de situações de agressão física, humilhação, constrangimentos, exclusão, danos morais, bem como preconceitos em relação ao gênero, raça / etnia, que causam danos físicos, morais ou sociais à vítima. O estudo baseou-se teoricamente no movimento construcionista social, que se encontra notavelmente presente na produção da pesquisa brasileira e ganhou destaque na literatura internacional, especialmente em Psicologia nas últimas décadas.

Palavras-chave: Violência, adolescente, ambiente escolar.

ABSTRACT

Violence in the school environment among adolescents, more specifically, bullying, object of the present study, it is defined as any act practiced in an isolated or group way in educational institutions involving the student body and is characterized by repetition of situations of physical aggression, humiliation, constraints, exclusion, moral damages as well as prejudices regarding gender, race/ethnicity, that cause physical, moral or social damages to the victim. The study was theoretically based on social constructionism movement, which is remarkably present in Brazilian research production and has gained prominence in international literature, especially in Psychology in the past decades.

Key words: Violence, adolescent, school environment.

Introdução

A violência contra e entre adolescentes, embora seja um fenômeno antigo, tem sido alvo de estudos de pesquisadores somente há algumas décadas. Segundo Ricas, Donoso e Gresta (2006) em diferentes partes do mundo, a violência vem assumindo crescente papel nas estatísticas de morbimortalidade de adolescentes.

A palavra violência origina-se do latim *violentia* e significa um caráter bruto, uso de força que, segundo Paulilo e Dal Bello (2002), caracteriza-se como uma força de origem natural no ser humano exercida contra algo ou alguém. Porém, violência

¹ Psicóloga; Mestra em Medicina Preventiva/Ciência; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba.

²Psicóloga; Doutora em Psicologia e Desenvolvimento; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba.

não necessariamente compreende atos físicos, podendo se aplicar à dimensão da intersubjetividade, passando por elementos psicológicos, mas igualmente é inseparável de políticas que negligenciam e exploram pessoas. Na concepção de Paulilo; Dal Bello (2002), denomina-se violência situações nas quais os indivíduos agem direta ou indiretamente para causar danos físicos, psicológicos, morais, em suas posses, incluindo a exclusão ou negligência da participação da pessoa, simbolicamente, na dimensão sociocultural.

Entende-se que a violência é uma forma de relação social que está inexoravelmente atada ao modo pelo qual as pessoas produzem e reproduzem suas condições sociais de existência. Sob esta ótica, a violência expressa padrões de sociabilidade, modos de vida, modelos de comportamento que se atualizam nas sociedades contemporâneas, nos marcos de seus processos históricos (GUERRA, 2001). Dessa forma, considera-se no presente estudo que o fenômeno da violência exige uma reflexão a partir de abordagem multifatorial, tendo em vista suas raízes socioculturais e históricas. Socioculturais, por dimensionar a pessoa como participante de grupos e inserida num contexto cultural que a identifica e históricas, porque os fatores de produção e reprodução das relações estabelecidas nos diversos ambientes dos quais os indivíduos participam, são expressos em opiniões, crenças, valores e representações relativas às várias concepções historicamente dadas sobre a violência.

O mercado de consumo traz como marca condições de produção de violência construídas social e historicamente a partir da década de 1980, imprimindo dever atrelado ao consumo dos mais variados tipos, sobretudo entre os grupos de jovens que se constituem diversamente: roupas, acessórios, música, posturas impressas nos mais variados grupos como forma de inclusão social, criada por esse mercado de consumo, o que cria necessidades, desejos e obrigação de consumir.

Aspectos socioculturais e econômicos

A pressão desse mercado aliada às profundas desigualdades vivenciadas socioeconomicamente impõe formas de existência perversas no campo simbólico. Nelas, estão enraizadas necessidades de satisfação de desejos de consumo, ainda que pelo uso da força. Por outro lado, há movimentos na contramão desse estado

aparentemente natural, embora, no cotidiano social, ainda impere o uso da força como “revanche contra o bacana”. Diante disso, há que se pensar que as desigualdades sociais ainda estabelecem formas de violência vivida.

As sociedades ocidentais passam, a partir dos anos 2000, de acordo com os estudos de Paulilo; Dal Bello (2002), por um momento caracterizado pelo crescimento das desigualdades sociais, marcadamente inserindo os indivíduos, sobretudo, as autoras referem-se aos jovens, integrados a um espaço de sociabilidade marcadamente violento.

Embora as contribuições de diversos autores sejam trazidas à discussão sobre a violência, se buscou os estudos de Itani (1998) na constituição do eixo direcionador da perspectiva sobre a violência utilizada neste trabalho, relacionada a uma referência externa ao sujeito. Segundo a autora, há tendência de atribuir à violência atos exercidos pelos outros e, em particular, grande parte das concepções sobre o fenômeno relacionam movimentos violentos à periferia e/ou entre pessoas de baixa renda pertencentes às chamadas minorias sociais o que, segundo seus estudos, não condiz com a realidade brasileira.

Os estudos sobre violência no Brasil marcam uma dificuldade para definir o que se nomeia violência, pois:

[...] elementos consensuais sobre o tema podem ser delimitados: a noção de coerção ou força; o dano que se produz em indivíduo ou grupo de indivíduos pertencentes à determinada classe ou categoria social, gênero ou etnia. Concorde-se com o conceito de que há violência quando, em uma situação de interação, um ou vários atores agem de maneira direta ou indireta, maciça ou esparsa, causando danos a uma ou a mais pessoas em graus variáveis, seja em sua integridade física, seja em sua integridade moral, em suas posses, ou em suas participações simbólicas e culturais. (HAYECK, 2009, p. 5)

Assim, observa-se que as pesquisas apresentam duas tendências no que se refere à abordagem da violência. Uma tendência questiona-se o conceito universal de violência, identificando suas representações, seus significados e sua dimensão, adaptados às transformações sociais. O olhar histórico sobre as relações violentas, datado e cartografado, emerge no contexto cultural do qual se pretende referir ao conceito de violência. Por outro lado, outra tendência é considerar a violência em suas fontes, na natureza, nas interações (BERNARDINI;MAIA, 2010).

Portanto, pensar a violência seria pensar em construções de saberes que divergem em uma sociedade tão plural quanto a brasileira. O imaginário das pessoas e os sentidos dados à violência, quando essas são vítimas ou agressores, constituem-se como vivências particulares. Mas, necessário se faz, eleger um conceito que dê conta de nortear o caminho escolhido para pensar a violência na perspectiva do presente estudo. Para tanto, Velho (1996) aponta como possibilidade de conceituação a violência como tudo o que não é desejado por outrem e que se lhe impõe pela força simbólica ou concreta e que, portanto, se coloca na contramão do desejo.

A partir dessas colocações e estudos abordados, foi adotada aqui a premissa de que a violência no Brasil se expressa na construção social, por meio de emaranhado de interrelações e o significado dado à violência pelos indivíduos está nos contextos trazidos por seus discursos a respeito de suas vivências pessoais, subjetivas e apropriadas em seu cotidiano. A violência, portanto, é sempre uma vivência experienciada subjetivamente.

A violência no ambiente escolar

Sob o foco de que a violência entre adolescentes no ambiente escolar emerge de representações sobre o *bullying*, buscou-se entender a violência no âmbito escolar. A partir dessa perspectiva, considerou-se conexões entre a violência e o espaço escolar como fenômenos que se constroem dialeticamente. O conceito de *bullying* foi útil na medida em que referenciou a pesquisa no tocante às representações da violência nesse ambiente e, ainda, por apoiar a compreensão das conexões que essas representações estabelecem com os aspectos de coprodução de violência.

Se, por um lado, a educação tem o potencial de abrir caminhos de conquistas e possibilitar o protagonismo, por outro os modelos escolares podem reproduzir em suas relações as práticas de violências construídas social e historicamente. Assim, os modelos escolares caminham nesse sentido:

Começam pela classificação dos indivíduos e grupos sociais por faixa etária, nível de inteligência, sexo, cor e raça, dividindo-os entre normais e anormais ou deficientes, entre bons e capazes, de um lado, e incapazes e ruins de outro.

Nesse processo, [adolescentes] vão sendo selecionados entre bons e capazes, de um lado, e, de outro, vão sendo estigmatizados os incapazes e ruins, seguindo categorias previamente [e sócio historicamente] definidas. A modelação continua pela fragmentação do conhecimento (...) (ITANI,1998, p. 39).

Portanto, para pensar a violência no âmbito escolar, se fez necessário compreender como as práticas escolares se produzem a com um recorrente discurso institucionalizado e reproduzem a violência de uma esfera maior presente em todas as relações. A violência no âmbito escolar assume uma diversidade de formas e representações a partir das experiências práticas e simbólicas que os sujeitos têm do que é ou não violência.

Segundo pesquisa divulgada em 2009, pela Organização Não-Governamental Internacional PLAN, por dia, cerca de um milhão de alunos entre 11 e 18 anos em todo o mundo sofre algum tipo de violência nas escolas. (PLAN, 2009). Ainda segundo este estudo, o *bullying* é mais comum nas regiões Sudeste e Centro-Oeste do País e a incidência maior está entre os adolescentes na faixa de 11 a 15 anos de idade e alocados na sexta série do ensino fundamental. Em relação às motivações que direcionam esse comportamento, por um lado foi observado que os agressores buscam obter popularidade junto aos colegas por necessidade de aceitação no grupo de referência e que se sentiram poderosos em relação aos demais. As vítimas são descritas como pessoas que apresentam alguma diferença em relação aos demais colegas, como por exemplo: traço físico, algum tipo de necessidade especial, o uso de vestimentas consideradas diferentes, a posse de objetos ou o consumo de bens indicativos de status socioeconômico superior ao dos demais alunos.

De acordo com Antunes e Zuin (2008), a violência escolar em todo o mundo configura-se como um grave problema social, podendo ser desencadeada, conforme já classificado pela ciência e adotado pelo senso comum, como indisciplina, delinquência, problemas de relação professor-aluno ou mesmo aluno-aluno.

Trazendo ao debate a relação entre violência e poder, Foucault (1992) aponta que quando se pensa na mecânica do poder, se pensa em uma forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, são inscritos em seus gestos, suas atitudes, sua aprendizagem, sua vida cotidiana e, sobretudo, nas instituições das quais participa. Os espaços institucionais são

dimensionados pelo autor como contextos de poder e naturalização da ideia de que a adolescência deve ser corrigida, formada, enquadrada, e que seus desejos devem ser tutelados por uma organização educacional que os desqualifica como atores de sua própria vida. Nesse sentido, apresentam-se duas tendências:

Ora, nas duas descrições a abordagem feita parece reducionista e coloca o ser adolescente em um padrão. Numa delas, [a adolescência] é tomada como um conjunto social cujo principal atributo é o de ser constituída por indivíduos pertencentes a uma dada “fase de vida”, prevalecendo a busca dos aspectos mais uniformes e homogêneos que caracterizam essa fase de vida. [...] Noutra tendência, contudo, [a adolescência] é tomada como um conjunto social necessariamente diversificado, perfilando-se diferentes culturas [...] em função de diferentes pertenças de classe social [...] (PAIS, 2003, p. 140).

A educação como forma de enfrentamento da violência reproduzida no ambiente escolar se fortalece e toma forma a partir das demandas do processo de socialização. Por esse processo, os indivíduos introjetam e reproduzem comportamentos, sentimentos, atitudes, relações a partir de uma construção social, ou seja, segundo Itani (1998), adquirem-se conteúdos que podem ser considerados pertencentes à construção do seu entorno social. A ação educativa socializa, impõe regras de vivência coletiva, concomitante à socialização construída pelas e nas diversas instâncias da sociedade, desde a família, imprimindo-se o valor da vida como um valor constitutivo do ser humano. A socialização e a escola como instituição do Estado atuante na educação reproduz a violência social, mas também se constitui civilizatória, na medida em que impõe regras de sociabilidade. Mas por esses dispositivos também é possível que se reproduzam as desigualdades e se instalem o rompimento com uma ética da vida, o que pode deflagrar comportamento violento. Assim, quando a violência se produz a partir da vida cotidiana, das profundas desigualdades sociais, ela também, de certo modo impõe-se de diversas maneiras e nos diferentes níveis das relações em todos os grupos sociais, ainda que não igualmente (ITANI, 1998).

Conclusão

O *bullying* é apontado nos estudos brasileiros como um fenômeno muito relevante com relação à incidência de transtornos mentais em adultos que sofreram

bullying na infância, bem como aos comportamentos referidos antissociais e/ou violentos.

No Brasil, segundo os mesmos autores, estudos realizados entre 2000 e 2003 sobre a realidade de cinco escolas no interior de São Paulo, onde foram analisados os comportamentos de dois mil estudantes, apontaram para o fato de que a incidência de *bullying* é maior entre 11 e 14 anos e tende a diminuir com a idade. Os comportamentos de risco entre esses adolescentes relacionam-se a: dirigir sem cinto, usar drogas, alcoolismo, dentre outros que podem vir a torná-los adultos agressivos em casa e no trabalho, não respeitar sinais de trânsito, furar fila e se considerar acima de tudo e de todos (ALMEIDA; SILVA; CAMPOS, 2008). As consequências das práticas de *bullying* para as vítimas são sempre negativas, podem apresentar-se imediata ou tardiamente, tais como, baixo desempenho escolar, baixa autoestima, recusa em ir à escola. Nos casos de depressão, os estudos apontam para uma incidência elevada de suicídios.

Diante disso, pôde-se inferir que a violência no âmbito escolar é um fenômeno de grande relevância e que há a necessidade de mais estudos que tragam à luz a problemática e contribuam para reflexões acerca de estratégias de enfrentamento ao *bullying*.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, K. L.; SILVA, A. C.; CAMPOS, J. S.. Importância da identificação precoce da ocorrência do bullying: uma revisão de literatura. **Revista Pediatra**, jan-jun. 2008.

ANTUNES, D.; ZUIN, A. A. S.; Do *bullying* ao preconceito: os desafios da barbárie à educação; Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, Brasil- **Psicologia & Sociedade**; 20 (1): 16-32, 2008.

BERNARDINI, C. H., e MAIA, H. **Bullying escolar**: uma análise do discurso de professores. Polêmica, 2010.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. 11ª reimpressão. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

GUERRA, V. N. de A. **Violência psicológica doméstica**: Vozes da Juventude, SP, <http://www.ieditora.com.br> (Disponível somente para aquisição Online).

HAYECK, C. M. Refletindo sobre a violência. In: **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais** Ano I - Número I - Julho de 2009; Disponível em: www.rbhcs.com; Acesso em: 15/09/2015.

ITANI, A. **A violência no imaginário dos agentes educativos**; Cadernos Cedes, ano XIX, nº 47, dezembro/1998.

PAIS, J. M. **Culturas Juvenis**. 2 ed. Lisboa: Imprensa Nacional- Casa da moeda, 2003.

PAULILO, M. A. S.; DAL BELLO, M.G. Jovens no Contexto Contemporâneo: Vulnerabilidade, Risco e Violência. **Serviço Social em Revista**, Londrina, v. 4, n. 2, Jan./Jun. 2002. Disponível em: http://www.ssrevista.uel.br/c_v4n2_marilia.htm. Acesso em: 09 set. 2015.

PLAN INTERNATIONAL. **Dados sobre saúde no mundo**; www.plan.org.br, 2008/2014.

VELHO, G.; ALVINO, M. (org.). **Cidadania e Violência**. Rio de Janeiro: UERJ, 1996.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Projeto Experimental: Loja Akazzo Boutique

Experimental Project: Akazzo Boutique Store

Carla Caroline Nogueira Almeida¹

Gabriela de Freitas Prado²

Izamaira Silva³

Priscila dos Santos Silva⁴

Vinicius Nunes de Oliveira⁵

Fernando Jacinto Anhê Santos⁶

João Geraldo Nunes Rubelo⁷

RESUMO

A Agência Elo Comunicação Integrada elaborou uma proposta de projeto experimental de campanha publicitária, tendo como objeto de estudo uma loja de roupas femininas em Birigui, que se chama Akazzo. Neste projeto, propõe-se solucionar os problemas de comunicação e divulgação da loja, criando um novo posicionamento e aderindo a um slogan. Por meio de um novo conceito, busca-se propagar, de forma correta e eficaz, sua imagem e os produtos ofertados, uma vez que, ao longo dos anos de funcionamento, o proprietário é quem define o que ele acredita ser a melhor forma de divulgar, além de como e o que irá ser investido em publicidade, pois ele não possui informações sobre seu público-alvo e tampouco já realizou alguma pesquisa de mercado. Atualmente, o segmento de moda e vestuário tem-se tornado cada vez mais competitivo entre as empresas e os consumidores estão cada vez mais exigentes, devido à mutabilidade desse setor. Portanto, faz-se necessário inovar constantemente e destacar-se dos demais concorrentes. Para isso, é preciso realizar estudos empíricos, de coletar, através de três pesquisas (interna, externa e estudo exploratório), informações sobre o público-alvo e sua definição, as mídias consumidas pelas clientes e o cenário em que a Akazzo está inserida.

Palavras chave: Akazzo, moda, vestuário.

ABSTRACT

¹Acadêmico do 8º termo do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano campus Araçatuba.

²Acadêmica do 8º termo do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano campus Araçatuba.

³Acadêmica do 8º termo do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano campus Araçatuba.

⁴Acadêmica do 8º termo do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano campus Araçatuba.

⁵Acadêmico do 8º termo do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano campus Araçatuba.

⁶Publicitário e Mestre em Mídia e tecnologia pela Unesp/Bauru. Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSALESIANO de Araçatuba. E-mail: fernandoanhe@gmail.com

⁷Professor e Mestre em Geografia. Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSALESIANO de Araçatuba. E-mail: jgrubelo@gmail.com

An Integrated Elo Communication Agency elaborated a proposal of experimental project of advertising campaign, having as object of study a shop of feminine clothes in Birigui, that is called Akazzo. In this project, it is proposed to solve the problems of communication and dissemination of the store, creating a new positioning and adhering to a motto. Through a new concept, it seeks to propagate correctly and effectively its image and products offered, since, over the years of operation, the model is who defines what it believes to be the best way to disclose. In addition to what you want to say about advertising, there is no information about your target audience and we have not conducted any market research yet. Nowadays, the fashion and clothing segment has become increasingly competitive between how companies and consumers are increasingly demanding due to the mutability of the industry. So, it make yourself necessary to constantly innovate and stand out from the other competitors. For this reason, it is necessary to carry out empirical studies, in order to collect, through three surveys (internal, external and market) information about the target audience and its definition, as media consumed by customers and landscapes in which Akazzo is inserted

Key words: Advertising campaign, company, Communication.

Introdução

Neste trabalho, o projeto experimental surge de uma proposta da elaboração de uma campanha publicitária, tendo como cliente a loja Akazzo Boutique, situada em Birigui-SP.

A primeira parte do projeto inicia com a apresentação da agência Elo Comunicação Integrada que se formou em 2014 para a realização de trabalhos acadêmicos permaneceu em equipe para a idealização deste trabalho de conclusão de curso (TCC). Este capítulo contém a identidade visual da agência que apresenta as justificativas do nome, do logotipo e padrões de aplicação em toda forma de comunicação (digital, impressos, vestuário, etc.) Dentro da agência experimental, cada integrante desempenha uma função que pode ser conhecida por meio de suas atribuições e justificativas. Sendo esses: Izamaira Silva- Atendimento; Carla Almeida- Planejamento I; Priscila Santos- Planejamento II; Gabriela Prado- Mídia e Vinicius Nunes- Criação.

No segundo capítulo, encontra-se o *briefing* da loja Akazzo, elaborado por meio das informações passadas pelo cliente. Detalhado por tópicos, o documento apresenta todas as informações a respeito da empresa, como o seu histórico, e em que mercado atua, as características de seus produtos, seus concorrentes diretos e indiretos, o perfil de seus clientes, entre muitas outras informações que ajudarão a

levantar possíveis hipóteses para entender os reais motivos que impedem a expansão da loja no mercado.

A análise e interpretação dos dados obtidos e o levantamento de hipóteses através do *briefing* mostrou a importância da realização de três pesquisas para suprirem a necessidade de informações, as quais serão apresentadas no terceiro capítulo. A primeira é o estudo exploratório, por meio de dados secundários confiáveis, que possui entre alguns objetivos específicos, identificar se houve impacto da crise financeira no setor vestuário e identificar as tendências do setor da moda.

A segunda e terceira, são pesquisas de campo; uma realizada com o universo das clientes internas da loja e a outra com as consumidoras em potencial, ambas utilizando o método qualitativo e quantitativo, com o intuito de descobrir o perfil psicográfico e demográfico das entrevistadas. Ao final do capítulo, são feitas as apresentações dos dados coletados na pesquisa de campo através de gráficos e suas interpretações.

No capítulo seguinte, após a avaliação dos resultados das pesquisas, desenvolveu-se o planejamento, iniciando análise situacional da empresa e o mercado onde ela atua, seguido da análise do macro e microambiente, composto mercadológico e *Swot*, definem o posicionamento, objetivos e estratégias de *marketing* e suas respectivas ações. O tipo de campanha escolhido foi a guarda-chuva, através de estratégias e táticas de comunicação e *marketing*, com ações desenvolvidas para o melhor cumprimento dos objetivos traçados.

No capítulo de mídia, são definidos os meios de comunicação e veículos a serem utilizados para que o público-alvo seja atingido da melhor forma, hora e lugar possível, sendo definidas as metas de alcance, frequência e continuidade. Ao final do capítulo, são apresentados o cronograma de mídia, mapas de mídias e planilha de investimentos de mídia.

No sexto e último capítulo, é apresentado o plano de criação, incluindo o *slogan*, conceito e tema da campanha. Neste capítulo, são feitas as apresentações e detalhamento das peças publicitárias desenvolvidas para a campanha, assim como a lauda para o *spot* e os *story boards* dos vídeos que veicularão na *internet*. Todas as

peças foram criadas com informações claras e reais com intuito de realizar uma campanha publicitária justa e correta ao cliente.

Briefing

A elaboração de um *briefing* não consiste na utilização de um modelo existente, na coleta de dados de um anunciante ou de um simples documento para a idealização de uma campanha. Esta etapa iniciadora é uma das mais importantes para uma campanha de sucesso. Coletar as informações principais e importantes que sustentará o planejamento da campanha que será realizada, de modo que não haja lacunas duvidosas a serem preenchidas no meio do caminho, ou que possa comprometer a execução da campanha. Tal risco deve ser evitado por meio de uma coleta de *briefing* eficaz e assertiva.

O cliente escolhido para a realização do (TCC – Projeto Experimental) da Agência Elo comunicação foi a Akazzo Boutique. Em maio de 2004, nasceu a Akazzo, loja de roupas femininas situada na Avenida das Rosas, no bairro Cidade Jardim - Birigui/SP. Foi assumida por Thiago Locatel durante 6 anos, até Robson Miguel comprar o ponto e seguir com a loja em 2011. As vendas eram pequenas, de uma a três peças por dia, e as dificuldades eram muitas, mas a visão de futuro e o sonho conduziram Robson Miguel em todos os momentos.

Já em 2014, com o aumento das vendas (cerca de 10 peças por dia), Robson Miguel notou a necessidade de buscar um ambiente mais abrangente e melhor situado, assim mudou a loja para um novo endereço, onde está localizado até os dias atuais, rua Nove de Julho – 483, no centro de Birigui. Desta maneira, a Akazzo ganhou destaque, aumentando as vendas em 50%.

Em 2016, a Akazzo passou por um momento de crise, as vendas caíram e quase levou Robson Miguel a fechar a loja. O mesmo buscou, como estratégia para driblar a crise, baixar os preços de suas peças para então vender em maior quantidade, mesmo que a porcentagem colocada em cima do preço de custo fosse baixa. Dessa forma, atraídos pelos preços mais acessíveis, seu público, que antes era de poder aquisitivo mais alto, passou a ser também um público de poder aquisitivo mais baixo, que hoje é a maioria.

As peças comercializadas pela Akazzo compõem vários *looks*, desde o trabalho até um passeio informal. Sua coleção de roupas femininas conta com várias opções de calças, *shorts*, saias, blusas, *bodies*, *tops cropped*, vestidos curtos e longos para festas. Para complementar os *looks*, Robson Miguel vende alguns acessórios como cintos e colares.

A imagem da marca no mercado é a visão que o consumidor tem da mesma, como ele a percebe dentro do mercado competitivo. Segundo Robson Miguel, a Akazzo é vista como uma loja requintada, de preços caros e de pessoas com poder aquisitivo alto. Essa imagem prejudica a marca, pois algumas pessoas têm receio de entrar na loja e passar vergonha por ser muito requintada ou de preços abusivos. Depois que conhecem a loja, as consumidoras têm outra imagem, gostam do atendimento, das peças e principalmente dos preços ali estabelecidos.

Os principais pontos positivos da loja em relação aos seus concorrentes são os preços acessíveis a todos os públicos; *portfólio* com variedades; loja atualizada com as tendências da moda; prioriza bom atendimento e simpatia ao comunicar-se com suas consumidoras. Embora seja o mínimo que uma loja deve oferecer, alguns de seus concorrentes não tomam esses fatores como primordiais em suas lojas, segundo Robson Miguel.

Os principais pontos negativos são; não ofertar peças masculinas na loja (produto ainda procurado), embora a decisão tenha sido tomada pensando em não incomodar seu público feminino; dificuldade para estacionar em frente/perto da loja; não dar o *feedback* desejado aos clientes nas redes sociais. Muitas de suas clientes escrevem através das redes sociais com intuito de esclarecer dúvidas, como por exemplo, a respeito de numerações das peças, preços, etc. Devido à falta de tempo e à sobrecarga de tarefas realizadas por Robson Miguel, acaba deixando-as sem respostas.

Para tentar expandir seu negócio, visando ampliar seu *target* e aumentar o *market share*, o empresário buscou o uso de algumas estratégias de vendas, sendo essas, o uso de mídias, como: eletrônica, interativa e alternativa.

Em mídia interativa, as vendas *on-line*, através do site da marca, não tiveram muito retorno, devido à falta de tempo do empresário em mantê-la sempre atualizada. No entanto, o *site* encontra-se esquecido. *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*

e *Snapchat* são veículos utilizados atualmente. Os altos alcances de suas publicações resultam em maior procura, e ocorrem devido ao investimento aplicado diariamente no impulsionamento das postagens através da rede social *Facebook*.

De acordo com o que Robson Miguel observa, assim como ele, seus concorrentes utilizam com frequência as redes sociais para anunciar as novidades que chegam na loja, assim como promoções e sorteios. Poucos utilizam outros tipos de mídia como rádio e *outdoor*.

Robson Miguel não possui fornecedores que entregam diretamente a ele; o empresário viaja semanalmente para São Paulo, buscando roupas na loja de atacado e pronta entrega Mega Polo para o abastecimento de sua loja.

A loja não possui sistema de controle de estoque, o que torna difícil saber exatamente o número de peças que são vendidas diariamente. Sabe-se que houve um aumento nas vendas desde 2011, quando Robson Miguel tornou-se proprietário da loja, passando de 03 peças por dia para 10, em 2014. O empresário afirma não fazer controle e não ter uma estimativa mínima de vendas diárias ou mensais.

O cliente não sabe definir a classificação demográfica exata de seu público consumidor, mas presume que, embora sua loja esteja localizada na cidade de Birigui, seu público-alvo concentre-se nas cidades vizinhas como, Piacatu, Buritama, Coroados e Araçatuba. Esse público corresponde ao sexo feminino, com faixa etária entre 20 a 40 anos, solteiras e casadas com grau de instrução e ocupação profissional diversificada.

De acordo com a classificação apontada por Robson Miguel, sua loja atende principalmente pessoas de baixo poder aquisitivo e, de forma esporádica, pessoas de médio e alto poder aquisitivo. O empresário acredita que as consumidoras de baixo poder aquisitivo são operárias da indústria calçadista da cidade.

Os valores das peças variam de acordo com os modelos e tecidos, havendo também um acréscimo caso o pagamento seja efetuado no crédito. Esse acréscimo é no valor de R\$5,00, válido somente para as blusas de verão, as quais o lucro que se obtém delas é menor. Desse modo, os preços praticados variam entre R\$ 20,00 a R\$250,00.

A Agência Elo Comunicação integrada constatou que o cliente não possui a definição exata do perfil demográfico e psicográfico de seu público consumidor, pois

o mesmo nunca realizou uma pesquisa de campo formal ou informal que levantasse tais dados. No entanto, ele define esses perfis com base em sua experiência de mercado.

Diante da análise feita a partir das informações coletadas, levantaram-se hipóteses para entender os reais motivos que impedem a expansão da loja no mercado. As hipóteses foram definidas com base nas informações coletadas, porém, para se confirmar ou eliminar as hipóteses sugeridas, será necessária a realização de uma pesquisa de campo.

Pesquisa e Diagnóstico

A pesquisa de campo é realizada quando se encontra a necessidade da busca de dados e fatos para problemas que precisam de respostas, ou uma hipótese que precisa comprovar-se. Todo o esforço desempenhado pelo pesquisador é realizado na tentativa de minimizar os riscos em uma tomada de decisão, diminuindo a área de incerteza para chegar a resultados positivos.

A pesquisa de marketing, como ferramenta de auxílio à administração mercadológica, pode ser um instrumento poderoso de análise de mercado e de interpretação da realidade, que colabora com a resolução dessas e outras questões relevantes do mundo empresarial. (PINHEIRO et al., 2008, p. 63)

Após um processo que envolve várias fases, desde a definição da problemática até a apresentação dos resultados, as decisões tomadas para as resoluções dos problemas serão tomadas com base nas informações obtidas na pesquisa, que mostrará uma provável conclusão da realidade que o mercado vive no momento.

Com base nas informações passadas pelo cliente e as hipóteses levantadas no *Briefing*, a Agência Elo Comunicação Integrada julgou necessária a aplicação de pesquisa mercadológica para identificar possíveis problemas e, posteriormente, tomar decisões de maneira estratégica.

Sendo assim, foram aplicadas 3 pesquisas com universos diferentes, denominadas pesquisa A, exploratória para obter um panorama do mercado de modas; pesquisa B, com o público consumidor da loja Akazzo e a pesquisa C, com as clientes potenciais da loja.

Através dos dados levantados no estudo exploratório, constatou-se que houve um impacto da crise financeira no setor de vestuário, que começa a dar sinais de recuperação após 3 anos de variações negativas.

Com relação aos concorrentes da loja Akazzo levantados pela pesquisa, conclui-se que os principais concorrentes diretos são: *Chohfi* Modas, Aluxe, Guri Modas, *Lê Fashion* e *Styllus*. Já os concorrentes indiretos são: Pernambucanas e Riachuelo.

Conforme a pesquisa realizada pela a Agência Elo Comunicação Integrada, o perfil do público alvo é, em sua maioria, adolescentes e jovens, entre 15 e 25 anos, com uma parcela de mulheres adultas residentes na cidade de Birigui e região, sendo 58% solteiras e 38% casadas. São mulheres que já concluíram o Ensino Médio, seguidos de uma parcela que já concluiu ou está concluindo o Ensino Superior. Exercem alguma ocupação profissional, sendo o setor da indústria calçadista uma das mais citadas, com renda mensal individual de até dois salários mínimos.

As consumidoras da loja optam pelo estilo casual, que se adequa a qualquer ocasião, por isso buscam por variedade, qualidade e preço acessível, além de prezar por bom atendimento. É um público que compra com média frequência e gasta, em média R\$50,00 a R\$ 100,00 a cada compra de roupa, tendo, como fatores influenciadores à compra, as propagandas que despertam desejo pelas roupas e o incentivo das vendedoras.

A *Internet* é o meio onde elas mais estão expostas às propagandas da loja Akazzo, em específico nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*, porém não é o único meio pelo qual consomem propagandas. Elas também têm acesso à TV, rádio e *outdoors*.

Ao realizar uma compra, elas preferem a loja física, pelo fato de poder sentir a textura dos materiais e experimentar, além de sentirem mais confiança e segurança. Em relação aos hábitos, as consumidoras, nos seus momentos de lazer, frequentam restaurantes, vão ao cinema, bares, *shows* e eventos regionais.

Dentre as lojas Concorrentes mais citadas pelas consumidoras, estão: *Chohfi* Modas, *Aluxe*, Guri Modas, *Stylles* e *Lêh Fashion*, classificadas como concorrentes diretas da loja Akazzo e Pernambucanas e Riachuelo como concorrentes indiretas.

Segundo a análise feita pela agência Elo Comunicação Integrada, o cruzamento de dados permite mostrar as informações colhidas pela pesquisa C, realizada com as clientes em potencial.

É perceptível que mais da metade da amostra pesquisada ainda não realizou alguma compra na loja Akazzo, enquanto a menor parcela já realizou alguma compra recentemente e deixou clara a possibilidade de voltar à loja.

Foram diversos os motivos citados pelas entrevistadas, justificando o fato de não comprarem mais na loja Akazzo, predominando a falta de identificação das consumidoras com os estilos que a loja oferece. Os dados apresentados mostram que o estilo que possui a maior preferência na hora de vestir-se é o casual. As lojas concorrentes diretas mais citadas foram, Chohfi Modas, Aluxe, Guri Modas, Lêh Fashion, Styless Modas, Pernambucanas e Riachuelo.

Analizando o período de compras, consumidoras em potencial compram a cada dois meses, sendo o resultado de maior relevância; em seguida, as que compram de uma a duas vezes por mês, demonstrando um período curto e próximo de realização de compras de roupas. Percebe-se que a média de gastos é considerável já que a maior parte das entrevistadas gastam entre R\$50,00 a R\$100,00, mostrando bom potencial de consumo.

Mais da metade das entrevistadas disse que entram na loja por causa da vitrine. As propagandas influenciam boa parte no desejo de compra, mas a iniciação/vontade própria é o principal motivo para que as mulheres sejam influenciadas na realização de uma compra.

Sobre consumo de mídias, entre as opções apresentadas, a mais acessada é a *internet*. Os restaurantes são os lugares mais frequentados pelas clientes em potencial, aparentando ser um público que prefira locais calmos e familiares. Presume-se que as entrevistadas tenham uma vida financeira estável, sendo que quase a metade possui renda familiar entre 3 e 5 salários mínimos.

Planejamento de Campanha

O planejamento é fundamental para que os objetivos e metas propostos sejam alcançados através de decisões antecipadas, possibilitando a resolução de futuros imprevistos de forma ágil e eficaz.

Para Ackoff (1982 *apud* LUPETTI, 2000, p.81),

[...] Planejamento é um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados que não deverão ocorrer, a menos que alguma coisa seja feita. O planejamento se preocupa tanto em evitar ações incorretas, quanto em reduzir a frequência dos fracassos ao se explorar oportunidade.

Sendo assim, a construção de um planejamento coerente maximiza a prática de ações de sucesso. Consecutivamente, aumenta as chances de alcançar êxito em sua execução, duração e término.

É necessário fazer uma análise no ambiente no qual a empresa está inserida, pois na análise: *[...] situacional devem ser considerados aspectos relacionados ao ambiente, mercado, demanda e dos concorrentes, além de uma análise crítica dos problemas e oportunidades que o produto possui no mercado.* (PAIVA, 2005, p.68).

As forças internas que regem o microambiente são extremamente importantes para o bom funcionamento da loja Akazzo. Serão analisadas a empresa, colaboradores, fornecedores, público interno, público externo e ambiente competitivo, que são partes da estrutura organizacional da loja Akazzo.

O macroambiente é formado por forças totalmente incontroláveis para a empresa, que afetam o ambiente externo e interno; por isso, deve-se estar atento seu todas as mudanças, de forma que a empresa se adapte, da melhor maneira possível, a essas influências. As influências que compõem o macroambiente da loja Akazzo são: demográfica, sociocultural e econômica.

Compreende a análise do *mix* de *marketing*, conhecido como os 4 P's, Produto (*Product*), Preço (*Price*), Praça (*Place*) e Promoção (*Promotion*) que são termos originados do inglês.

Kotler (1998), define como o conjunto de ferramentas que a empresa usa para atingir seus objetivos de *marketing* no mercado alvo. No item produto, o setor vestuário da loja possui uma gama de produtos variados, atendendo a todas as ocasiões, possibilitando *looks* causais até festivos. Segundo os dados da pesquisa, as consumidoras demonstram-se satisfeitas com as variedades de produtos encontradas na loja. Os preços praticados pela loja são considerados acessíveis a todos os públicos, sendo de acordo com a peça do vestuário. Segundo as

entrevistadas, os preços estão avaliados como ótimos. A localização do estabelecimento não apresenta dificuldades para ser encontrada pelo público-alvo. Apesar das opiniões serem positivas sobre o quesito espaço físico, algumas entrevistadas deram sugestões para melhoria; por último, a promoção onde o proprietário nunca utilizou serviços de uma agência de comunicação. Todas as ações de comunicação/publicidade feitas até agora foram elaboradas e desenvolvidas por ele. Segundo as pesquisas, a propaganda é o maior fator influenciador na decisão de compra e são vistas pela maioria das entrevistadas, demonstrando ser uma comunicação eficiente para a loja.

No item da Análise SWOT, *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças), trata-se de uma ferramenta estrutural de administração, que possui como principal finalidade avaliar os ambientes interno e externo, formulando estratégias de negócios para a loja com a finalidade de otimizar seu desempenho no mercado.

Tratando-se do posicionamento, a Agência Elo Comunicação Integrada propõe o posicionamento por foco que, segundo Lupetti (2007, p.83) [...], *consiste em escolher uma palavra, um número ou uma expressão relacionada à marca*. Dessa forma, a agência também sugere a criação de um *slogan* que vai reforçar o posicionamento da loja Akazzo, já que ela não possui um.

Com o *slogan* “*Toda ocasião pede um estilo*”, a agência acredita que, além de fixar na mente das consumidoras, as mesmas ficariam informadas de que a loja oferece roupas para todas as ocasiões.

O objetivo de *marketing* é conquistar mais clientes e, consequentemente, aumentar as vendas divulgando todos os produtos ofertados por meio das ferramentas que serão citadas nas estratégias e táticas. juntamente com as ações representadas a seguir: *F-commerce*; Blogueiras ou influenciadoras digitais; *Banner* no *Youtube*; *E-mail Marketing*; Cartão presente; Brinde e ação para os clientes aniversariantes.

Quanto ao objetivo de comunicação, trata-se de informar o posicionamento da loja para o público feminino de todos os estilos e os produtos que ela possui através dos meios de comunicação, suprimindo a carência de informações sobre as peças de roupas.

Chegando nas estratégias e táticas de comunicação, o tipo de campanha escolhido foi o guarda-chuva, que será realizado no segundo semestre do ano de 2018.

Para que os objetivos sejam alcançados, as ferramentas de comunicação utilizadas serão: propaganda para divulgar o conceito da loja e seus produtos existentes; *slogan* para reforçar o posicionamento; promoção para incentivar a venda em um curto espaço de tempo e *merchandising* como um conjunto de ações resultando no estímulo na decisão de compra. As ações desempenhadas serão: Alteração no logotipo, novo cartão, novo *flyer*. Propaganda: Akazzo, toda ocasião pede um estilo; Propaganda: A ocasião pede cores; Propaganda: A ocasião pede elegância; Propaganda: A ocasião pede *jeans*; Propaganda: A ocasião pede básico; Propaganda: A ocasião pede rosa; Cadastro de clientes, sacolas e sistema de controle de vendas.

A Agência Elo Comunicação Integrada sugere algumas alterações no ambiente interno da loja, assim como também em alguns meios de comunicação já utilizados pelo empresário, sendo elas: Mudança na fachada; Uniformes, Redecoração; Acomodações; Iluminação; Caixas para *Sedex*; Caixa personalizadas para presentear; *Home-spray*; Identificadores de preços e tamanho; Placa de *wi-fi* e o desenvolvimento de missão, visão e valores.

Criação

É na criação publicitária que são desenvolvidas as peças da campanha no intuito de fortalecer a marca perante seus consumidores e concorrentes. Assim, peças únicas são criadas para trazer o diferencial da empresa e da marca, baseada em como ela gostaria de ser vista.

Agência Elo comunicação Integrada definiu, como tema da campanha, a frase “*Toda ocasião pede um estilo.*”, que também será utilizada como *slogan* no intuito de reforçar o posicionamento da loja e ocupar um espaço diferenciado na mente do *target*. O objetivo também é chamar a atenção para o *portfólio* variado de peças que a loja Akazzo disponibiliza para seu público que, atualmente, tem focado principalmente em peças de valores mais acessíveis, como as blusas básicas de R\$ 20,00 a R\$ 30, 00. A loja oferece uma gama de produtos voltados para ocasiões e

estilos variados. Se cada ocasião pede um estilo, a loja Akazzo oferece diversas opções para seu público consumidor.

A campanha mercadológica sugerida terá duração de três meses, sendo esses, setembro, outubro e novembro de 2017.

A loja Akazzo possui uma grande variedade de roupas que constituem vários estilos. Desta forma, a agência Elo Comunicação Integrada quer divulgar ao público que é possível encontrar peças que atendem a todas as ocasiões, tornando a loja mais conhecida e informando o que ela oferece de maneira geral. “A ocasião pede!” surge da proposta de usar o *slogan* com situações do mundo da moda, apresentando assim, a gama de produtos da Akazzo.

Nesse capítulo, são apresentados o manual de identidade visual desenvolvido para a loja, assim como todas as artes que veicularão nos *outdoors* e redes sociais.

Mídia

Chamamos de plano de mídia, o estudo prévio que baliza o plano de investimentos em veiculação e suas estratégias por um determinado período. É imprescindível que o profissional dessa área esteja devidamente capacitado e que defina, em conjunto com seus planejadores e criativo, assim como também, a escolha da mensagem certa, o local e a hora em que o consumidor está mais atento para a comunicação do anunciante, buscando as melhores opções em termo de custo-benefício e eficácia em função da limitação da verba da campanha.

Na prática, o plano de mídia é um documento que contém de forma organizada, de acordo com um roteiro preestabelecido, as análises de dados e outras informações; a recomendação de como a veiculação deve ocorrer para atingir o resultado desejado com a campanha; e as planilhas de programação de inserções e custos. (TAMANAHA, 2006, p. 83)

Dessa forma, inicia-se o plano com a elaboração do *briefing* de mídia. Na sequência, são definidos os objetivos de mídia, que nada mais são do que as metas de alcance, frequência e continuidade bem como a recomendação das mídias, dos veículos e dos formatos. Ao final do plano, elaborou-se um cronograma de mídia, mapas de veiculação e planilhas de investimentos para o período de três meses de campanha.

Considerações Finais

O projeto experimental realizado pela Agência Elo Comunicação Integrada tem como objetivo fazer com que essa campanha publicitária atenda a todas as expectativas e assim resolva, de maneira eficaz, todos problemas citados pelo cliente Robson Miguel, constatadas através das pesquisas realizadas.

Dessa forma, conclui-se que o tipo de campanha escolhido (guarda-chuva) condiz com as necessidades atuais da loja Akazzo, de forma a realizar todos os objetivos desejados e estabelecidos.

O objetivo, ao realizar uma campanha guarda-chuva com duração de 3 meses, é divulgar o posicionamento da loja Akazzo que anteriormente não existia, e fixar na mente do *target* através do *slogan* adotado “*Toda ocasião pede um estilo*”, assim como também divulgar o *portfólio* de peças que a loja possui e a variedade de estilos que a mesma oferece.

Por meio das estratégias e táticas desenvolvidas para a campanha publicitária, a Agência Elo Comunicação Integrada acredita que a loja Akazzo possa atender as expectativas de seus clientes, tornar-se mais conhecida na região, além de aumentar seu público e elevar o faturamento da loja, que também é o desejo esperado pelo empresário Robson Miguel.

Para a conclusão deste projeto, todas as etapas exigidas foram concluídas e seguidas de acordo com as normas e informações reais a respeito do serviço que a empresa oferece. A campanha foi desenvolvida de forma clara e limpa, respeitando as normas de regulamentação ética do código dos profissionais de propaganda.

Referências Bibliográficas

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

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. 4 ed. São Paulo: Futura, 2008.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

PINHEIRO, Roberto M. *et al.* **Comportamento do Consumidor**: pesquisa de mercado. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

PAIVA, Edson. **Projeto Experimental de Propaganda**. São Paulo: Iglu, 2005.

TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de Mídia**: teoria e experiência. Pearson Prentice Hall, 2006.

Projeto Experimental de Propaganda para a Pizzaria Dom Marino

Experimental Project of Propaganda for the Dom Marino Pizzeria

Caroline Andressa Ferreira¹

Eva Nakad²

Franklin Gomes da Rocha³

Lucas Gonçalves Durões⁴

Eliane Cintra Rodrigues Montresol⁵

João Geraldo Nunes Rubelo⁶

Renata Jodas Tafner⁷

RESUMO

Durante o curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, UniSALESIANO, de Araçatuba-SP, nós, da agência experimental Mudfique, adquirimos competências e habilidades publicitárias e desenvolvemos um projeto experimental de propaganda para a empresa Pizzaria Dom Marino. Trata-se de um estabelecimento voltado para mercado gastronômico, atuando no ramo de alimentação fora de casa, tendo como serviço principal do negócio o rodízio de pizzas *gourmet*. O objetivo de comunicação apresentado é fazer com que a Pizzaria Dom Marino seja referência quando se tratar do segmento de pizzarias de rodízio em Araçatuba e Região. O objetivo de mercado da empresa é aumentar a venda de rodízios em 64% às terças-feiras e aos domingos, sendo que 100% é considerado o número de 110 rodízios que são vendidos às sextas-feiras e aos sábados, considerado dias de maior movimento segundo o cliente, e duplicar o número de pizzas à *la carte* que são retiradas no balcão da pizzaria aos domingos, de 10 pizzas para 20. A praça da campanha publicitária será a cidade de Araçatuba-SP; terá a duração de dois meses e será veiculada nos meios: *internet*, *outdoor* e rádio. Para realização de tal campanha, os sócios Danilo Cesar Santos e Natália Alves Marino disponibilizaram a importância de R\$10.450,00 (dez mil quatrocentos e cinquenta reais). O tipo de campanha definido pela agência Mudfique foi a campanha promocional, onde se faz uso de

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Comunicação Social - habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba-SP. E-mail: caroline.ferreira2013@gmail.com

² Acadêmica do 8º termo do curso de Comunicação Social - habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba-SP. E-mail: evanakad@hotmail.com

³ Acadêmico do 8º termo do curso de Comunicação Social - habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba-SP. E-mail: franklin.transverse@hotmail.com

⁴ Acadêmico do 8º termo do curso de Comunicação Social - habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium de Araçatuba-SP. E-mail: luckass99@outlook.com

⁵ Publicitária e Mestre em TV Digital pela Unesp/Bauru. Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSALESIANO de Araçatuba. E-mail: elianemontresol@hotmail.com

⁶ Geógrafo/Filósofo e Mestre em Geografia pela Unesp/Presidente Prudente. Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSALESIANO de Araçatuba. E-mail: jgrubelol@com

⁷ Educadora, Doutora em Ciências da Educação. Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSALESIANO de Araçatuba. E-mail: renatajodor@gmail.com

estratégias para que os distribuidores levem seus produtos aos clientes e aumentem a sua lucratividade. O projeto experimental em questão também apresentará os objetivos de campanha, sendo: aumentar o número de vendas da pizzaria Dom Marino; apresentar a nova logomarca da empresa e a nova identidade visual para padronização de toda a pizzaria. O trabalho traz também os apêndices e anexos usados para a realização do projeto experimental.

Palavras-Chave: Dom Marino, *gourmet*; pizzaria; rodízio;.

ABSTRACT

During the course of Social Communication, with a degree in Advertising, from the Centro Universitário Salesiano Auxiliário, UniSalesiano, in Araçatuba-SP, we, from the experimental branch Mudfique, acquired skills and advertising skills where we developed an experimental advertising project for the company Pizzeria Dom Marino. It is an establishment dedicated to the gastronomic market, working in the field of food outside the home, having as main business service the rotation of gourmet pizzas. The purpose of the communication presented is to make Pizzeria Dom Marino a reference when it comes to the segment of pizzerias of caster, in Araçatuba and Region. The company's market goal is to increase the sale of casters by 64% on Tuesdays and Sundays, with 100% being considered the number of 110 casters that are sold on Fridays and on Saturdays, considered days of greater movement according to the client. And double the number of a la carte pizzas that are taken at the pizzeria counter on Sundays from 10 pizzas to 20. The square of the advertising campaign will be the city of Araçatuba-SP, will last for two months and will be served in the media: internet, outdoor and radio. In order to carry out such a campaign, the partners Danilo Cesar Santos and Natália Alves Marino made available the amount of R \$ 10,450.00 (ten thousand four hundred and fifty reais). The type of campaign defined by the Mudfique agency was the promotional campaign, where strategies are used so that distributors take their products to customers and increase their profitability. The experimental project in question will also present the campaign objectives, being: to increase the number of sales of the pizzeria Dom Marino; present the new logo of the company and the new visual identity to standardize the entire pizzeria. The work also brings the appendices and annexes used to carry out the experimental project.

Keywords: pizzeria; gourmet; caster; Dom Marino.

Introdução

A Mudfique é uma agência experimental de Publicidade e Propaganda criada em 2016 na instituição de ensino superior Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Unisalesiano, em Araçatuba. A agência experimental é composta pelos alunos Franklin Gomes da Rocha, Eva Nakad, Lucas Gonçalves Durões e Caroline Andressa de Sousa Ferreira; tem como objetivo a criação de campanhas criativas e eficazes, que se adaptem às situações propostas.

Uma agência de publicidade constitui-se essencialmente, das funções de atendimento, planejamento, criação e mídia. O responsável pelo atendimento, Lucas Gonçalves, assiste e levanta as informações sobre o cliente, compreende seus problemas e oportunidades através de análises. A encarregada pelo planejamento Eva Nakad, como o nome diz, planeja os trabalhos e tarefas a serem realizados pelas demais funções em detrimento da solução dos problemas e aproveitamento de oportunidades do cliente.

O criativo ou *designer*, Franklin Gomes, transforma o planejamento e ideias em *slogans*, temas publicitários, anúncios para as mais diversas mídias, audiovisuais, impressas e outras mensagens publicitárias. A mídia, Caroline Ferreira, cuida da veiculação mais adequada das mensagens publicitárias; pensa criativamente em soluções inovadoras para a veiculação das mensagens, formatos em diversos meios e veículos.

O nome Mudfique foi decidido entre os integrantes da agência experimental no primeiro semestre de 2015; até então, a agência intitulava-se Hipster. Mudfique surge da aglutinação das palavras “mudar” e “ficar”, com o intuito de transmitir o senso de mudança e adaptação aos cenários de desafio.

A agência acredita que a comunicação, por si só, sofre influências diretas e indiretas da evolução do ser humano e da sociedade. Isso faz com que as marcas necessitem estar preparadas para mudanças na forma de comunicar-se com o público e posicionarem-se no mercado.

Briefing – História e informações básicas

A Pizzaria Dom Marino foi inaugurada dia dezessete de setembro de 2016, na rua Cristiano Olsen, 1615 - Vila Bandeirante, em Araçatuba. O casal Danilo Cesar Santos e Natália Alves Marino são sócios na empresa.

Está no mercado gastronômico há oito meses, tendo como serviço principal da empresa o rodízio⁸ de pizzas *gourmet*⁹ e seus diferenciais *flapts*¹⁰, sendo eles doces.

⁸ Repetição de algo em intervalos; rotação; rotatividade, sistema em que os clientes pagam um preço fixo, podendo comer à vontade as diversas especialidades disponíveis.

⁹ *Gourmet* é o nome que se dá um **estilo de culinária mais elaborada, requintada e que atende as exigências do consumidor** com gosto mais apurado em relação à qualidade e apresentação do prato ou da bebida.

¹⁰ São massas de espessura fina, recheadas com doce, cortada em pequenos cubos.

O nome Dom Marino originou-se do sobrenome da proprietária: “Marino”; o esposo Danilo que escolheu, como uma forma de homenagear seu sogro e sua esposa. A palavra “Dom” tem um significado de título honorífico, algo nobre que, segundo os clientes, entra em perfeita harmonia com o sobrenome Marino, que é de origem espanhola.

Segundo os proprietários, a ideia de começar uma pizzaria em Araçatuba partiu de inspiração em um casal de amigos que mora na cidade de Catanduva, que já tem a sua própria pizzaria. Eles os ajudaram a começar, ensinando a receita das pizzas, a colocação de preços do cardápio e do rodízio, até o funcionamento completo de uma pizzaria.

A filosofia da empresa, hoje, é ter sempre um ótimo serviço, uma casa aconchegante, com produtos diferenciados, de elevada qualidade e bom preço.

Como visão para pizzaria, aspiram um dia tornarem-se franquias e espalhar diversas redes Dom Marino pela região.

Produtos oferecidos e formas de consumo

A pizzaria Dom Marino atende na categoria de alimentação fora de casa e tem um *mix* composto por vários produtos, sendo pizzas salgadas e doces, e os *flapts* que são um diferencial da empresa, sucos, e três tipos de vinho estão disponíveis para consumo, sendo eles seco, suave e espumante, além de bebidas como água, refrigerantes e cervejas.

Os produtos podem ser consumidos no ponto de venda ou serem retirados pelo cliente na pizzaria. Dentro do horário de funcionamento, notou-se o maior fluxo de clientes no período da noite, horário de jantar (das 20h às 22h).

Imagem da marca e dos produtos no Mercado

O casal Danilo Cesar Santos e Natália Alves Marino (proprietários da pizzaria) acredita que o público em geral tem a ideia de que, quando se pensa em pizzas *à la carte* e rodízio *gourmet*, pensa-se em qualidade, representada por uma pizza bem recheada, com a massa saborosa, tudo isso seguido de um bom atendimento; sendo assim, pensa-se na Pizzaria Dom Marino.

A imagem de uma empresa deve ser sempre a melhor possível na memória do seu cliente, e o que torna essas lembranças positivas é a qualidade dos produtos oferecidos.

A Pizzaria Dom Marino foi a primeira da região a trabalhar com o rodízio *gourmet*; até seu primeiro semestre do ano de 2016, era a única empresa que servia esse tipo de culinária. Os produtos da empresa estão entre os melhores em seu ramo de atividade, segundo os proprietários. De acordo com a avaliação de satisfação e comentários disponíveis na página oficial da empresa no *Facebook*, e através de conversas com os consumidores, a Pizzaria recebe muitos elogios em questões de sabor e qualidade, comprovando afirmação.

Evolução deste mercado

De acordo com a ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), os preços não param de subir, mas os brasileiros não abrem mão de comer fora de casa, seja por comodismo ou necessidade; muitos preferem comprometer boa parte do orçamento com restaurantes e lanchonetes do que ir para a cozinha e preparar sua própria refeição. Mesmo aqueles que não trabalham ou dispõem de tempo para se alimentar na própria residência, preferem sentar-se à mesa dos bares e gastar, em média, R\$ 27,63 por pessoa a cada refeição realizada fora de casa.

A alimentação fora do lar já representa 33% de todos os gastos das famílias com comida. Em 2002, essa relação era de 24%. Não por acaso, o mercado da alimentação fora de casa registrará, neste ano, faturamento recorde.

Pesquisa mercadológica

A pesquisa de mercado permite conhecer as condições da empresa em relação ao mercado em que atua, avaliar os concorrentes, definir a imagem da empresa diante de seus consumidores e identificar os seus hábitos de mídia.

Segundo Sant'Anna (2003, p. 38),

[...] o propósito da pesquisa consiste em identificar os consumidores, determinar os meios para atingi-los, conhecer a motivação de seu comportamento e testar a eficiência das mensagens e dos canais de distribuição.

Desta forma, com a análise dos resultados das pesquisas, as margens de erro são reduzidas, possibilitando a realização de uma campanha publicitária de sucesso.

A pesquisa permite encontrar respostas para os problemas apresentados pelo *briefing* e, muitas vezes, traz outras questões a serem trabalhadas. Em geral, pesquisa pode ser definida como:

Procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema. (GIL, 2002, p.17)

A pesquisa proporciona informações que permitem fundamentar estratégias e táticas. Neste sentido, viabilizar as informações corretas, ou seja, as informações que possibilitam respostas aos problemas expostos, é o caminho para trabalhar o desenvolvimento de uma boa campanha.

Para melhor enxergar as necessidades e oportunidades da empresa em questão, serão realizadas duas pesquisas: uma direcionada ao público interno, com uma amostra dos clientes que frequentam a Pizzaria Dom Marino; e a outra com o público externo, com amostra de pessoas que residem no município de Araçatuba-SP e que fazem parte do perfil indicado pelos clientes, Danilo Cesar Santos e Natália Alves Marino.

Projeto de pesquisa para o público interno e externo

A pesquisa interna foi realizada com a intenção de identificar qual o perfil de consumidor da pizzaria, analisar qual a sua percepção em relação à marca, produtos, ambiente, localização, atendimento e dias de funcionamento; informações estas que auxiliaram no desenvolvimento da campanha.

O método de pesquisa utilizado foi o de estudo descritivo, de caráter quantitativo. Este tipo de método permite testar e medir, numericamente, as hipóteses levantadas e levantar um grande volume de dados, por adotar um processo formal e estruturado.

A técnica amostral será a probabilística simples; isso significa que há apenas uma possibilidade de ser entrevistado: ser cliente assíduo da Pizzaria Dom Marino e estar na Pizzaria no dia da aplicação da pesquisa. O universo é de 750 clientes.

Considerando uma margem de erro de 5% e um grau de confiança de 95%, a amostra será representada por 254 pessoas.

A pesquisa com público externo teve como o objetivo identificar o perfil de pessoa que utiliza da alimentação fora de casa e o grau de conhecimento da Pizzaria Dom Marino e concorrentes. Para a realização da pesquisa com o público externo, foi empregada a metodologia de estudo descritivo estatístico, com caráter quantitativo. Este método de pesquisa permite identificar os hábitos de consumo, características econômicas e demográficas dos consumidores.

A técnica amostral da pesquisa, de acordo com os objetivos apresentados, foi a probabilística estratificada, subdividindo a população por sexo e classe social. Segundo SAMARA (2007), a probabilística estratificada é aplicada quando há necessidade de subdividir a população em estratos homogêneos, por exemplo, por classe social, idade, sexo, etc. Conforme a distribuição entre homens e mulheres pertencentes às faixas etárias de 20 a 59 anos do censo populacional de 2010, do IBGE, tem-se o universo de 108.684 pessoas. Considerando o erro máximo de estimativa (margem de erro) de 10%, obtém-se a confiabilidade de 90%; sendo assim, foram entrevistadas 270 pessoas em Araçatuba-SP, que representam a amostra do público externo da Pizzaria Dom Marino.

Diagnóstico de pesquisa

A pesquisa interna realizada pelos integrantes da agência Mudfique confirma o que o casal Danilo e Natalia, proprietários da pizzaria, havia dito sobre seu atual público ser formado por pessoas casadas e amigos que se reúnem para comer. Já quando se fala em faixa etária, a atual clientela tem idades entre 18 a 55 anos, que correspondem a 96% dos entrevistados quais costumam ir à pizzaria. Foi identificado, na pesquisa, que 55% dos clientes são da cidade de Araçatuba e 25% da cidade de Birigui.

Ao falar de perfil econômico do atual consumidor, pôde-se entender, através da pesquisa, que as bases salariais familiares dos frequentadores da pizzaria correspondem às classes C/D, sendo que os clientes ganham de 2 a 5 salários mínimos (sendo o valor do salário mínimo de R\$ 937,00) que corresponde a 63%

dos entrevistados, informação que o proprietário da pizzeria não tinha conhecimento.

Quanto à frequência que as pessoas vão à pizzeria, identificou-se que 34% das pessoas vão 1 vez no mês e 20% vão em datas especiais.

A agência afirma, através dos dados obtidos pela pesquisa que, além do *Facebook*, o *Instagram* também atinge com sucesso os entrevistados ligados em redes sociais. Foi constatado que as mídias as quais mais atingem os entrevistados são as mídias eletrônicas.

Em uma análise geral, consegue-se identificar que os clientes atuais estão satisfeitos com a pizzeria. Houve algumas sugestões dos mesmos, como a troca de prédio para um lugar com mais espaço, a implantação de espaço *kids* com monitor, servir o rodízio com bebidas incluso (combo) e do serviço *Wi-Fi* para os clientes enquanto esperam, tanto para comer, como serem atendidos.

A pesquisa externa, na qual foram entrevistadas pessoas aleatórias que poderiam conhecer ou não a Pizzeria Dom Marino, identificou-se que 35% delas não conhecem a pizzeria.

A agência entendeu que a pizzeria só não é a mais conhecida entre seus concorrentes justamente pela falta de investimento em mídias a mesma faz uso somente da rede social *Facebook* que, mesmo sendo a rede social mais utilizada pelos entrevistados, não é suficiente para atingir o público potencial.

Planejamento da Campanha

Os objetivos foram traçados através da solicitação dos proprietários e dos resultados obtidos nas pesquisas. O principal objetivo de *marketing* é trazer para a marca Dom Marino a mesma excelência que o público classifica seus produtos. Desta forma, uma nova identidade visual será criada para a marca e o padrão definido também será levado ao ambiente interno da empresa.

A agência acredita que essa união de valores, combinada com os meios certos de comunicação, suprirá todas as necessidades citadas, como a queda de vendas aos domingos e terças-feiras, a baixa lembrança da marca em relação à Araçatuba e as poucas promoções oferecidas ao público, além de aumentar a retirada de pizzas no balcão.

A agência Mudfique utilizou ferramentas adequadas para compor estratégia de comunicação criada, a fim de envolver o público com o ideal proposto pela agência para o cliente da pizzaria Dom Marino.

A campanha promocional “Terça dos amigos” e “Domingo da família”, será direcionada para esses dois dias, pois são os de menor movimento e vendas na pizzaria. O consumidor que seguir as regras exigidas pela promoção, desfrutará de dois serviços grátis. Às terças a promoção será voltada para os amigos que costumam fazer *happy hour*. Aos domingos, para famílias que saem à noite para se alimentar.

Estratégia e Táticas de Comunicação

A campanha promocional “Terça dos amigos” e “Domingo da família” será divulgada na *fanpage* oficial da pizzaria, com a sugestão de quatro *posts* semanais (duas versões para cada dia), todos no período da tarde, por volta das 14h, com o auxílio de patrocínio para obter assertividade no direcionamento do público-alvo.

As artes que serão elaboradas para a divulgação da promoção serão publicadas da seguinte forma: a primeira, com antecedência, para anunciar a promoção. E a outra, no dia da promoção, para fixá-la. A partir dos resultados das pesquisas, a agência Mudfique viu a necessidade de criar uma conta da pizzaria no Instagram, devido à quantidade de acessos na rede. Então, após a criação da conta, as postagens da *fanpage* serão adaptadas para o Instagram, com a mesma sugestão de patrocínio. Desta forma, a agência acredita que os resultados serão assertivos, obtendo o alcance esperado dos objetivos.

A agência sugere a criação de um *site* responsivo (que se adapta a todas as telas) para ter mais um diferencial em relação à concorrência, com a proposta de atualização do *layout* a cada campanha e a compatibilidade de acesso através de outros aparelhos móveis, como: *smartphones*, *tablets*, etc. Ao acessar o *site*, o cliente encontrará o cardápio completo da pizzaria disponível, além das informações de sabores e sugestões. O *site* será utilizado para fazer o controle do cartão fidelidade, que será totalmente digital e válido para os clientes que retirarem a pizza no balcão. O aplicativo, ao ler o código *QR Code* impresso na caixa, abrirá a página do *site* da Dom Marino, onde deve ser feito o cadastro de nome, *e-mail*, número de telefone e

demais informações do cliente. Ao completar sete compras, escaneando os sete *QR Codes* no sistema do *site* da pizzeria, o cliente receberá um *SMS* informando que ganhou uma pizza de qualquer sabor por conta da casa.

Dois modelos de anúncio serão criados para a promoção, para serem veiculados a *outdoors*. Sendo um para terça-feira e o outro, domingo. As informações serão as mesmas dos *posts* do *Facebook*.

Serão criados dois *spots* de quinze segundos, um para terça-feira e o outro, para domingo, ambos serão veiculados nas rádios apenas nos dias da promoção.

Plano e objetivos de mídia

O plano de mídia é usado para colocar em prática as estratégias elaboradas no planejamento de campanha. Tem como foco utilizar as estratégias do planejamento para indicar os melhores meios e veículos para atingir os objetivos de campanha.

A mídia é a tarefa de seleção dos veículos de comunicação mais adequados para atingir o público-alvo nos momentos mais propícios, evidentemente buscando-se a maneira mais econômica e indicada para cada caso em particular. Também cabem à mídia, após seleção dos veículos, as tarefas de execução, negociando e comprando espaços, autorizando as veiculações e fazendo seu controle. (SAMPAIO, 1999. p.50)

Quando é bem elaborado, o plano de mídia utiliza a verba do cliente corretamente para atingir o público-alvo com mídias e veículos adequados para a campanha, evitando gastos desnecessários com mídias que não favorecem a marca ou produto.

Logo após a pesquisa de campo e o planejamento de campanha, são traçados os objetivos de mídia. Para Lupetti (2003, p. 152), [...] *Por objetivos de mídia, entende-se a definição do alcance e da frequência a serem atingidos em uma dada programação, podendo ser de nível baixo, médio ou alto.*

Desta forma, a agência Mudfique traçou os seguintes objetivos divulgar e tornar conhecida a marca Dom Marino *Pizzaria Gourmet*, posicionar a marca no mercado como referência, quando o assunto for rodízio de pizzas *gourmet* na cidade de Araçatuba-SP, e gerar o aumento no número de vendas aos domingos e terças-feiras.

Alcance e frequência

O alcance é estabelecido conforme a necessidade e o objetivo do cliente. Segundo Corrêa, alcance se dá por [...] *Total de pessoas atingidas por uma dada programação, pelo menos uma vez.* (CORRÊA, 2005, p.185)

O público-alvo da campanha está voltado para homens e mulheres na faixa etária de 18 a 55 anos com renda familiar de 2 a 5 salários mínimos. A abrangência da campanha será Araçatuba e região.

O objetivo é tornar a marca referência em rodízios de pizza e aumentar o número de vendas em 64% aos domingos e às terças-feiras, além de dobrar a quantidade de *pizzas* retiradas no balcão.

A campanha terá duração de dois meses e será veiculada em fevereiro e março de 2018.

Entende-se por frequência o número médio de vezes que o público-alvo é exposto a uma dada programação. A frequência pode ser classificada como: alta, média e baixa.

Periodicidade, intensidade ou número de inserções de um anúncio em um determinado período. Em outras palavras, representa o número de vezes que cada indivíduo ou grupo familiar é exposto a uma mensagem publicitária, durante um determinado período de tempo. (NAKAMURA, 2009, p.42)

Na campanha, a agência Mudfique optou por utilizar a frequência média para atingir os dias com queda nas vendas que, nesse caso, são os domingos e as terças-feiras, já que a demanda semanal já é significativa, então a agência não pode correr o risco de causar transtornos de superlotação.

Meios utilizados

A escolha do melhor meio de comunicação pode ser uma tarefa fácil ou muito complexa, dependendo do objetivo traçado, quantidade e característica do público alvo que o cliente pretende atingir.

O importante é ter em mente que cada meio de comunicação e, dentro dele, cada veículo, é único, tem uma audiência própria e serve para uma finalidade específica de mídia. Evidentemente, de acordo com os objetivos e recursos de cada anunciante, um veículo ou conjunto deles pode ser mais

indicado do que outros semelhantes. O fundamental é usar bom senso, discernimento e ter uma atitude aberta e não preconceituosa na hora de selecionar os veículos a serem utilizados (...) (SAMPAIO, 1999, p.84)

Dessa maneira, a agência Mudfique optou por utilizar, como meios: a *internet*, o *outdoor* e o rádio.

A *internet* é um dos meios mais acessados pelo público; quando comparada a outros meios de comunicação, tem um baixo custo de produção e veiculação, além de possuir rapidez e agilidade na colocação ou substituição das mensagens em tempo real.

O *outdoor* é uma mídia local que permite alta frequência de exposição, o que é de interesse para a marca se tornar-se conhecida na mente dos consumidores. O seu tamanho permite um grande impacto visual. Isso é eficaz para qualquer tipo de anúncio, desde o lançamento, fixação ou sustentação da marca ou produto, ajudando assim, a aumentar a popularidade de marcas menos conhecidas no mercado.

A rádio é um meio de alto impacto pode ser usado tanto como meio principal ou complementar em uma campanha e adequa-se às promoções rápidas e campanhas curtas. É um meio que tem forte apelo popular, devido à grande quantidade de receptores; pode ser ouvido em qualquer lugar, como em casa, no carro ou até mesmo no trabalho.

Criação

O objetivo foi criar uma identidade visual única, para que assumisse um posicionamento na mente do público, em que seja lembrada e vista como referência no segmento de rodízio *gourmet*. Para isso, foi necessária a criação de uma nova identidade visual que refletisse o nível de qualidade que utilizam e oferecem em seus produtos, também de peças publicitárias que impactem o público alvo.

A agência Mudfique propõe para a pizzaria Dom Marino, o posicionamento por foco, no qual foi definida uma palavra que seja lembrada pelo cliente sempre que ele pensar na pizzaria. A palavra definida pela agência Mudfique é excelência, baseada nos resultados da pesquisa o qual apontou que grande parte dos clientes consideram o produto e serviço de excelente qualidade. A escolha desta palavra para representar a empresa tem a intenção de destacar uma qualidade real da marca, atestada por seus clientes em relação aos concorrentes.

Conceito criativo e tema da campanha

A campanha “Terça dos amigos” trabalha para suprir a baixa de vendas neste dia. A pesquisa apontou que muitos consumidores que vão à pizzaria, estão em grupo de amigos. Com essa informação em mãos, a agência sugere que a campanha tenha um apelo promocional, em que a primeira rodada de cerveja para o grupo de amigos seja de graça.

A campanha “Domingo da família” busca solucionar a queda na frequência da pizzaria neste dia. Os resultados da pesquisa apontaram que os consumidores buscam promoções para a família. Utilizando disto, a agência sugere que a campanha tenha também um apelo promocional, onde as famílias terão direito ao refrigerante incluso no rodízio de pizzas.

O Tema de campanha é um *slogan*, frase, conceito visual, gráfico ou sonoro que resume a essência do posicionamento de um produto, marca ou empresa. O tema sugerido pela agência Mudfique é “Sinta-se em Casa”.

O tema de campanha é o elemento que integra suas diversas peças de comunicação, uma vez que está presente em todas elas. O tema de campanha também é a essência daquilo que é mais importante dizer em toda a campanha e a própria expressão comunicativa da estratégia de comunicação adotada. (SAMPAIO, 2003, p.261)

O tema escolhido está de acordo com o posicionamento definido pela agência. A campanha mercadológica que a agência sugere, tem duração de dois meses, fevereiro e março, de acordo com o que verba permite; e os meses foram escolhidos com base no *briefing*, porque o cliente disse que, nos meses fevereiro e março, tem uma queda nas vendas.

Considerações Finais

O projeto experimental desenvolvido pela agência Mudfique tem como objetivo que, com o desenvolvimento desta campanha publicitária, possa solucionar os problemas e atingir os objetivos do cliente, a Pizzaria Dom Marino.

Todas etapas exigidas em uma campanha publicitária foram realizadas com dedicação e concluídas; tudo de acordo com as normas da instituição. Foram

levantadas as informações sobre o cliente e aplicadas pesquisas que apontaram os reais problemas e possibilidades para solução dos mesmos.

Através do planejamento e do plano de mídia, analisou-se e criou-se um cronograma de mídias que atendem e atingem o público-alvo. Com a criação, a identidade da marca Dom Marino foi totalmente reformulada, alinhando-se com seu novo posicionamento.

A agência Mudfique anseia que este projeto experimental seja aplicado pela marca Dom Marino, a qual apesar do pouco tempo de funcionamento, tem em mãos a possibilidade de renovar visualmente, estando de acordo com o segmento e modernismo, melhorando a forma de comunicar-se com o público, atraindo cada vez mais clientes e elevando a marca a novos patamares.

Referências Bibliográficas

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de propaganda**. 8.ed. São Paulo: Global, 2005.

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

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade**: a verdadeira alma do negócio. São Paulo: Thompson Learning, 2003.

NAKAMURA, Rodolfo. **Mídia**: como fazer um planejamento de mídia na prática. São Paulo: Farol do forte, 2009.

SAMARA, Beatriz; BARROS, José C. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. 4.ed. São Paulo: Pearson Education, 2007.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 4.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda**: teoria, técnica e prática. 8.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

SERVIÇO SOCIAL

O atendimento socioassistencial às crianças nascidas com microcefalia em um município de grande porte no interior do Estado de São Paulo

The social assistance care for children born with microcephaly in a large municipality in the interior of the State of São Paulo

Bruna da Silva Ferreira ¹

Elisa Arantes Táparo ²

Kelli Cristina da Silva ³

Livia Marinho de Moura ⁴

Cleide Henrique Avelino ⁵

RESUMO

A microcefalia é caracterizada pelo recém-nascido possuir um perímetro cefálico menor do que o normal. Assim, compreende-se que uma criança diagnosticada com microcefalia tem direito ao Benefício de Prestação Continuada – BPC, desta forma, entende-se que seja importante compreender qual é a relevância da rede de proteção socioassistencial, assim como a política de Seguridade Social nos três âmbitos: Saúde, Previdência Social e Assistência Social. Através da pesquisa de campo realizada com uma profissional Assistente Social e oito mães de crianças nascidas com microcefalia, buscou-se entender como é o trabalho profissional da rede de serviços socioassistenciais, bem como o acompanhamento dessas famílias, mediante as expressões da questão social em que estão inseridas.

Palavras Chave: Crianças, Microcefalia, Proteção, Rede, Socioassistencial.

ABSTRACT

Microcephaly is characterized by the new born having a cefalic perimeter smaller than the normal. Therefore, it is comprehended that a child that has been diagnosed with microcephaly has the right to the Benefic of Continued Service – BCS, thus, it is understood that it's important to comprehend what is the relevance of the social assistance network, as well as Social Security policy in the three areas: Health, Social Security and Social Assistance. Through the field research held with a professional social assistant and eigh mother of children born with microcephaly, it was sought to understand how is done the professional work of the social assistance network, as well as the monitoring of these families, through the expressions of the social question that are inserted.

Keywords: Children, Microcephaly, Protection, Network, Social Assistance.

Introdução

A microcefalia é caracterizada pelo recém-nascido possuir um crânio pequeno de forma congênita. Ainda que sua definição não esteja de modo padronizado, ela já é conhecida pelo Perímetro Cefálico – PC.

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxílium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmica do 8º termo do curso de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxílium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

³ Acadêmica do 8º termo do curso de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxílium – UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴ Assistente Social; Doutora em Serviço Social; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxílium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁵ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxílium- UniSalesiano Campus Araçatuba.

No ano de 2016, foi observado um aumento inesperado no nascimento de crianças com microcefalia em um município de grande porte no interior do Estado de São Paulo, fato que despertou o interesse pelo tema.

Ao identificar todas as demandas, nesse caso da microcefalia, procurou-se entender como é o atendimento socioassistencial às crianças com microcefalia de um determinado município através da delimitação: o atendimento socioassistencial às crianças nascidas com microcefalia em um município de grande porte no interior do Estado de São Paulo.

Buscou-se através do objetivo principal, compreender de que maneira se realiza o atendimento socioassistencial às crianças que nasceram com microcefalia e através dos objetivos secundários procurou-se contextualizar a saúde e o seu impacto na sociedade no Brasil e, dessa forma, apresentar a rede de proteção socioassistencial e identificar o papel do assistente social em meio às políticas públicas junto às famílias das crianças com microcefalia.

Como hipótese, supõe-se que o trabalho do assistente social pode contribuir com a prevenção e diminuição da doença, considerando que suas atribuições estão diretamente relacionadas com as expressões da questão social, procurou-se compreender se existe contribuição do profissional assistente social e qual é o seu papel mediante essa demanda, uma vez que as expressões da questão social compreendem o seu ambiente de trabalho e o seu campo para intervenção profissional.

Mediante a todas essas questões, analisou-se qual a relação da microcefalia com o contexto sócio, político, econômico e cultural em que a criança está inserida, uma vez que, principalmente a falta de saneamento básico, pode ser um fator que impulsiona o desenvolvimento de epidemias, como no caso da pesquisa, a microcefalia.

A Pesquisa de Campo foi realizada na Secretaria Municipal de Saúde de um município de grande porte no interior do Estado de São Paulo na qual fizeram parte, uma assistente social da Secretaria Municipal de Saúde do município pesquisado e também oito mães de crianças nascidas com microcefalia no mesmo município, e que são acompanhadas pela Secretaria Municipal de Saúde desta cidade, com Projeto de Pesquisa aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa – CEP, Parecer nº 2.226.084.

Os instrumentos utilizados para a investigação a campo foram dois questionários, aplicados por meio de inquérito pessoal, um contendo vinte perguntas, destinado à profissional assistente social e outro englobando vinte e uma perguntas feitas às mães das crianças nascidas com microcefalia do município pesquisado.

Contextualização da Saúde no Brasil

Em se tratando de Saúde no Brasil é de fundamental importância falar sobre o Movimento Europeu de Medicina Social do século XIX, em que Da Ros utiliza o texto do pensador Engels que descreve sobre a situação da classe trabalhadora na Inglaterra, o qual discorre sobre os locais em que as pessoas dormiam, dizendo que eram um amontoado de gente em um local mínimo, onde ali ficavam homens, mulheres, idosos, crianças, cobertos por pedaços de pano e palhas. Além disso, ele relata que as residências não possuíam móveis, pois, devido as crises e desemprego, as famílias acabavam vendendo-os para comprar alimentos e remédios (DA ROS, 2006).

A classe operária vivia em uma conjuntura espantosa e acabava sendo vítima de doenças, alcoolismo, tendo má alimentação, falta de assistência médica, acidentes de trabalho, deformações decorrentes do trabalho, além da exploração de homens, mulheres e crianças. Desta forma, Engels dizia que as cidades acabavam sendo o espaço físico e social das questões mais revoltantes e desagradáveis da exploração capitalista.

Neste contexto, alastravam-se as epidemias e os médicos eram acionados para tentar deter as mortes. A partir dessa situação, evidenciou-se que as questões socioeconômicas também eram determinantes para interferir na saúde e, dessa forma, uma proposta de mudar o método de produção era fundamental para alterar o processo de saúde doença da população.

Em 1847, Virchow e Neumann, dois dos elaboradores do Movimento de Medicina Social na Prússia, conseguiram a aprovação da Lei de Saúde Pública prussiana, que de forma resumida, seria a saúde, direito de todos, dever do Estado. O Movimento explica o processo de saúde doença como social: *mudem-se as condições da sociedade que acabam as epidemias e transforma-se o perfil das patologias* (DA ROS, 2006, p.48).

No ano de 1976, houve um encontro com todos os movimentos em São Paulo, onde reconheceram que, ideologicamente, pertenciam a um mesmo movimento, nascendo assim, o Movimento pela Reforma Sanitária (DA ROS, 2006).

A Reforma Sanitária foi um movimento que surgiu em meio à luta contra a ditadura militar, levando como tema Saúde e Democracia, contando com as universidades, movimentos sindicais e outros. O intuito não era de querer mudar só o sistema da saúde, mas todo o setor, melhorando a qualidade de vida da população.

Buscava-se reformas que alcançassem novas bases para a saúde no Brasil e que marcassem o surgimento de um projeto novo, no qual tivesse uma perspectiva de alcançar a proteção social por meio de uma reforma no Estado. Esta reforma assumia então, um caráter inovador, com práticas de políticas alternativas, voltadas na luta pela democratização e na formulação de um projeto direcionado à ampliação do direito à saúde (PAIVA; TEIXEIRA, 2014).

É importante ressaltar que o movimento popular foi o grupo de maior importância para que a reforma tivesse repercussão e de fato acontecesse, deixando um legado de caráter majoritariamente positivo no qual se nota que, hoje, a saúde é um direito social e dever do Estado.

A Constituição Brasileira de 1988 veio para reafirmar isso, formando um Sistema Único de Saúde, tendo como propósito: universalidade, equidade, integralidade, hierarquização e controle social.

Para que o SUS começasse a funcionar, era preciso criar uma série de normas e leis para legalizar sua operacionalização e para isso, em 1992, realiza-se a 9ª Conferência Nacional de Saúde.

Epidemias

Entender o conceito de epidemia é importante, uma vez que as pessoas não percebem a gravidade que as doenças transmissíveis provocam. Mas, quando ela se

espalha de uma forma aparentemente sem controle, não se trata apenas de corpos individuais, mas do corpo coletivo, estando diante de uma situação nova e apavorante, capaz de levar ao caos as cidades, regiões e países. É por isso que as epidemias ficaram registradas na história.

Ao longo da história, as grandes epidemias, bactérias, vírus e outros micro-organismos já causaram estragos tão grandes à humanidade quanto as mais terríveis guerras, terremotos e erupções de vulcões (UJVARI, 2003).

Atualmente, a população brasileira ainda sofre com os impactos de endemias e epidemias, algumas delas, que já havia sido controladas, retornaram com mais intensidade, como ocorre com a dengue e a tuberculose.

Zika Vírus relacionado à Microcefalia

O Zika Vírus teve sua descoberta recentemente no Brasil, porém, na atualidade o Brasil é o país com o maior índice de infecções notificadas pelo vírus. A infecção acontece por picada de mosquitos tendo como gênero, o *Aedes*. Em 80% dos casos não se apresentam sintomas de nenhuma doença, dessa forma, o diagnóstico é feito comumente pelas pessoas infectadas, o que faz com que a maioria delas, não busque os serviços de saúde.

O Ministério da Saúde fez uma estimativa para os casos de infecções pelo Zika Vírus, e no Brasil em 2015, ficou entre 497.593 a 1.482.701 casos assemelhados ao da dengue e da *chikungunya*, que se manifestam através de febre, dores de cabeça, dores nas articulações e nos músculos, conjuntivite sem a formação de pus e vermelhidão na pele, possível ou não de feridas. Estes sintomas dificultam o diagnóstico diferencial.

Além do contágio pelo mosquito, infecções pelo *Zika Vírus* também ocorrem por transmissão intrauterina, resultando em infecção congênita, durante o parto por mães que ainda possuem o vírus no sangue, via sexual, por transfusão sanguínea e exposição em laboratório. Há também o medo de que uma transmissão por transplante de tecido ou órgão possa acontecer. Apesar de o Zika também ter sido achado no leite materno, esse tipo de contaminação não foi documentado (MENEZES *et al.* 2016).

Entretanto, por ser uma doença que teve sua ocorrência recentemente no Brasil, ainda não há muitos estudos que comprovem a relação do Zika Vírus com a microcefalia. O Protocolo de Vigilância e Resposta à Ocorrência de Microcefalia relacionada à infecção pelo vírus Zika (2015), reconhecido pelo Ministério da Saúde, constatou que os meses iniciais de gestação das mulheres com bebês microcefálicos, corresponderam ao maior período de movimentação do Zika Vírus pela região Nordeste do Brasil, o que se sabe também é que esta é a região mais pobre do país. Grande parte dessa população sofre com a falta de políticas públicas, saneamento básico, saúde, educação, infraestrutura, entre outros (MENEZES *et al.* 2016).

De outubro de 2015 até o dia 06 de janeiro de 2016, o número de infecções pelo Zika Vírus tendo como consequência a microcefalia, foi de 4.783 casos em 21 estados do Brasil, tendo uma estimativa de 20/10000 nascidos vivos, taxa essa 20 vezes maior do que a dos anos anteriores, com a inclusão de 76 mortes neonatais (MENEZES *et al.* 2016).

As formas para proteção do Zika Vírus são, segundo o Ministério da Saúde, manter portas e janelas fechadas ou com proteção de telas, manter o uso de calça e camisa de manga comprida como também utilizar repelentes. Entretanto, a estratégia para controle desse vetor é muito mais ampla, exigindo contribuição coletiva, universal e intersetorial (HENRIQUES; DUARTE; GARCIA, 2016).

A erradicação dos criadouros do mosquito *Aedes aegypti* é algo complexo nas cidades do Brasil, uma vez que existem locais em condições precárias, tanto nas residências quanto ao redor das mesmas, saneamento impróprio e coleta de lixo que ocorre de forma irregular.

Não basta procurar a eliminação temporária de criadouros de mosquitos, até mesmo porque desta maneira, não se tem a sustentabilidade. A aplicação de larvicidas e inseticidas também não é sustentável, e traz implicações tanto para a saúde da população como também para o meio ambiente. As ações devem ser efetivas nas áreas de educação, moradia, saneamento básico, resíduos sólidos, urbanismo, entre outros.

Segundo dados do Censo Demográfico 2010, mais de 7 milhões de residências no Brasil (13%) não tinham seus lixos coletados e quase 10 milhões de residências (17%) não eram fornecidas por rede geral de distribuição de água. E até 2011, cerca

de 71,8% das cidades brasileiras ainda não possuíam uma política municipal de saneamento básico, totalizando cerca de 3.995 cidades que não aderiram a Lei Nacional de Saneamento Básico, aprovada em 2007, sendo que a maioria (cerca de 60,5%) não tinha acompanhamento algum quanto às licenças de esgotamento sanitário, relacionadas à drenagem e manejo de águas pluviais urbanas e também quanto ao abastecimento de água. Quase a metade (47,8%) não possuía um órgão que fosse responsável pela fiscalização da qualidade da água que chegava até a população (HENRIQUES; DUARTE; GARCIA, 2016).

O alastramento da epidemia de microcefalia faz um alerta para as necessidades urgentes de investimentos que tragam efeitos positivos voltados à melhoria das condições de vida do povo brasileiro, principalmente da população urbana.

Contextualizando a pesquisa e seus participantes

A presente Pesquisa de Campo foi desenvolvida na Secretaria Municipal de Saúde, de uma cidade de grande porte do interior do estado de São Paulo no ano de 2017.

A coleta de dados foi realizada no setor Serviço de Atendimento Especializado – SAE, também denominado Ambulatório DST/AIDS, é um dos departamentos que compõem os serviços ofertados pela Secretaria Municipal de Saúde desta cidade.

Participaram como sujeitos dessa investigação, oito mães que tiveram os filhos nascidos com microcefalia e um profissional assistente social que atende essas famílias através do SAE.

Foi realizado um levantamento através de entrevista em forma de questionários, sendo um deles direcionado às mães das crianças que nasceram com microcefalia, contendo no questionário 21 questões, e o outro, ao profissional assistente social com 20 questões.

O método utilizado para a obtenção das respostas esperadas pela pesquisa de campo foram as questões abertas, para que pudesse deixar os entrevistados à vontade quanto a resposta e análise das perguntas apresentadas.

A pesquisa foi realizada com abordagem qualitativa, que pode ser entendida como sendo um processo de reflexão e análise da realidade através da utilização de

métodos e técnicas para compreensão detalhada do objeto de estudo em seu contexto histórico.

A avaliação da pesquisa não se limitou às respostas obtidas no decorrer do questionário, buscou-se também a utilização da observação participante, considerando a prática profissional como um todo, sobretudo, as vantagens e desafios que o espaço institucional proporciona ao profissional e as mães atendidas.

Crianças com microcefalia apresentam dificuldades no desenvolvimento, podendo manifestar malformações do sistema nervoso central, diminuição do oxigênio para o cérebro fetal, desnutrição grave na gestação, fenilcetonúria materna¹, oportunizando déficit intelectual, atraso nas funções motoras e de fala, distorções faciais, nanismo ou baixa estatura, hiperatividade, epilepsia, dificuldades de coordenação e equilíbrio e alterações neurológicas (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2017).

Estudo dos questionários com as mães

Para que o mínimo de cuidado seja garantido, essas mães acabam saindo dos campos de trabalho, a renda da família passa a ser somente do esposo, muitas vezes insuficiente e, quando buscam ter acesso a um direito garantido em lei, o BPC, o mesmo é negado por não se enquadrar nos critérios de renda. Ou seja, tem-se o dinheiro além do permitido para ter acesso ao mínimo, e quase nenhum dinheiro para conseguir sobreviver e garantir o desenvolvimento dos seus filhos. Isso pode ser observado na maioria das mães partícipes da pesquisa, identificada pelas iniciais de seus nomes:

- a) Estou desempregada, precisei parar de trabalhar para cuidar da minha filha (E.A, 24 anos);*
- b) Precisei sair do meu emprego, a creche não quis receber a minha filha (P.S, 21 anos);*
- c) Não tem como voltar a trabalhar, não tem ninguém para cuidar da minha filha (C.A, 18 anos);*
- d) Precisei abandonar tudo para cuidar da minha filha, ela requer cuidado em tempo integral (E.S, 33 anos);*
- e) Meu filho precisa de cuidados o tempo todo, não posso ficar fora, por isso tive que sair do meu emprego. Hoje faço bico quando aparece, costuro sapato em casa (F.F, 27 anos);*
- f) Minha filha tem convulsões, precisa de atenção o tempo todo, parei a minha vida, abandonei o emprego (F.R, 23 anos).*

FENILCETONÚRIA MATERNA: é quando existe o excesso de fenilalanina, aminoácido essencial ao ser humano, causando danos ao embrião e ao feto.

Além da situação financeira que essas famílias se encontram, foi possível notar que a reação da maioria das mães e de membros da família, ao saberem que a criança havia nascido com microcefalia, foi de grande complexidade e dificuldades, em um primeiro momento. Na maioria dos relatos, foram apontadas reações de choque e susto.

Observou-se também episódios complexos acarretados a partir dessa descoberta da deficiência do filho, nos quais uma mãe relata que teve depressão e, a outra, dificuldade de aceitação, vindo a rejeitar a criança, como é o caso da mãe do gemelar:

a) Tive depressão após o nascimento do meu filho, hoje faço uso de medicamentos contínuos e preciso da ajuda de minha mãe para cuidar dele. Os medicamentos que eu tomo são fortes e na maioria do tempo sinto muita moleza e sonolência. Meu marido no início teve dificuldade de aceitar que temos um filho deficiente, mas hoje ele lida bem com essa situação e graças a ele e minha mãe, que também tem depressão, mas nunca tratou, são eles que me ajudam, no momento cuidam não só do nosso filho, mas também de mim. Eu me desligo as vezes, minha mãe precisa estar perto para que eu não deixe meu filho cair dos meus braços (B.P, 22 anos).

b) Difícil, eu não quis ver os bebês, tive alta e vim para casa e eles ficaram lá, meu marido que ficou com eles enquanto eles permaneceram internados para ganhar peso. Voltei depois porque precisava amamentá-los, meu esposo aceitou melhor, e até hoje quem troca, dá banho, faz a alimentação dela, é ele (E.A, 24 anos).

O acompanhamento multiprofissional é de suma importância, tanto para a criança quanto para a família, uma vez que ele busca a promoção da melhor qualidade de vida dos usuários. Todas as crianças que foram pesquisadas são acompanhadas por algum Centro de Reabilitação em que se faz presente uma equipe multiprofissional formada por fisioterapeuta, terapeuta ocupacional, fonoaudiólogo, neuropediatra, nutricionista, psicólogo, entre outros.

Geralmente são acompanhadas pela APAE do município pesquisado e pela APAE de um município vizinho, como também pelo Hospital Neurológico Ritinha Prates de um município vizinho. Contudo, uma das mães deixou de levar sua filha em um desses atendimentos, por haver percebido que sempre a buscava roxa:

Na APAE ela fazia terapia ocupacional, mas eu buscava ela sempre roxinha e daí não deixei mais fazer. Ritinha Prates do município vizinho não quis atender, ficaram com medo. Minha vizinha paga um convênio de R\$258,00 reais, mas disse que vai precisar parar porque está sem condições de manter (E. A, 24 anos).

Nota-se que embora exista um local destinado para reabilitação física, mental, intelectual, ainda se encontra profissionais impossibilitados de lidar com a demanda, muitas vezes por falta de investimento do poder público em cursos de aperfeiçoamento, por não existir o número necessário de técnicos, dentre outros motivos que acaba por privar o desenvolvimento mental, psíquico e motor das crianças que precisam.

Estudo do questionário com a Assistente Social

Ao aplicar o questionário com a profissional Assistente Social, muitas questões foram levantadas para uma possível compreensão da maneira com a qual se realiza o atendimento socioassistencial às crianças nascidas com microcefalia e qual é o papel do Assistente Social em meio às políticas públicas junto a essas famílias.

Desta forma, procurou-se entender como se dava o trabalho no processo de intervenção com as famílias dessas crianças nascidas com microcefalia e segundo a profissional, também indicada pelas iniciais de seu nome:

O assistente social atende a paciente, identifica suas demandas, geralmente necessitam de que seja requerido o BPC, às vezes pode ser auxílio doença, quando a mãe é segurada do INSS. Há em alguns casos, a necessidade de auxílios como leites, implementos e fraldas. Inclusão em programas sociais quando se enquadram nos critérios, encaminhamentos e agendamento em centros especializados de reabilitação, exames complementares, médicos especialistas, medicações específicas, orientação e apoio à família frente à esta situação por se ter uma criança especial e outras (R. V, 48 anos).

Nota-se um equívoco na fala da Assistente Social, quando a mesma diz sobre a possibilidade de ser concedido o auxílio doença para a mãe da criança, pois o mesmo só é concedido àquele que sofre a patologia e que seja segurado pelo INSS, ou seja, a própria criança. Entretanto, o trabalho formal, com registro em carteira, só é autorizado a partir dos 18 anos, inviabilizando a possibilidade da mesma recebê-lo e por ser intransferível, fica inconcebível de o responsável obter.

Análise da pesquisa de campo

Mediante aos dados obtidos tanto das mães de crianças com microcefalia quanto da profissional assistente social, evidenciou-se o quanto as políticas ainda precisam avançar em nosso país, uma vez que crianças com microcefalia são pessoas

com deficiência e tem o direito de receber o Benefício de Prestação Continuada, benefício este que deve ser viabilizado pela política de Assistência Social.

A Assistência Social é uma política pública, que em lei é garantido o acesso às pessoas que precisarem dela, contudo na prática não é exatamente desta forma que acontece, pois grande parte das mães das crianças com microcefalia, portanto pessoas com deficiência, tiveram seu benefício negado, mesmo necessitando do mesmo. É claro que para ter o acesso é necessário cumprir determinados requisitos e o principal é a renda, não devendo passar de um quarto do salário mínimo *per capita*.

Contudo, entende-se que por mais que exista alguma renda na família, o benefício deveria ser concedido, uma vez que, além de ser direito da criança, muitas vezes a renda existente é insuficiente para cobrir os gastos da casa e das demandas que passam a existir da criança com microcefalia.

Para que este benefício seja concedido, os usuários acabam recorrendo ao poder judiciário e até que o mesmo seja outorgado e seu direito garantido, a família sobrevive muitas vezes de doações, ajudas de amigos, familiares e a proteção assegurada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, que dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências, em seu artigo 3º e 4º, deixa de ser efetiva:

Art. 3º A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade.
Art. 4º É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária.

A precarização dos serviços públicos é outro fator que tem sido impactante na não viabilização de direitos das pessoas. Ainda quando algumas mães de crianças com microcefalia relatam que buscam alternativas nos serviços privados, mesmo que seja via terceiros, o Estado tem por obrigação, fornecer o atendimento digno e de qualidade para todas as pessoas que necessitam, por exemplo, via Sistema Único de Saúde – SUS quando se trata de saúde.

Nos dias atuais, o que acontece é a falta de investimentos no sentido do fortalecimento das parcerias existentes e da articulação entre políticas públicas. Quando o SUS não fornece o atendimento que a pessoa precisa, ele é obrigado a arcar com todas as despesas do indivíduo por outro meio de atendimento que na maioria das vezes é o atendimento privado. Por outro lado, esse tipo de informação não chega até as pessoas, pois a falta de socialização de informações dificilmente existe.

Entende-se que, se no Brasil os serviços públicos funcionassem tão efetivamente quanto é a proposta, dificilmente as pessoas procurariam alternativas privadas. Entretanto, vivencia-se em nosso país, um momento extremamente difícil, principalmente para as políticas públicas que na atual conjuntura política, corta-se investimentos sociais e isso implica diretamente na vida social e econômica dos trabalhadores.

A falta de investimentos do Estado em política de habitação, por exemplo, dificulta a vida daqueles que precisam de moradia, pois essas pessoas precisam buscar outras alternativas, como por exemplo, o financiamento ou o aluguel de casas ou apartamentos, e muitas vezes nem mesmo conseguem manter as prestações, como previstas nos contratos que não estejam inseridos nessas políticas.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010) quatro em cada dez domicílios do Brasil, não têm saneamento básico. O abastecimento de água potável, a rede coletora de esgoto e a coleta de lixo direta, são serviços que não são presentes em 37,4% dos domicílios brasileiros.

Os dados divulgados na Síntese dos Indicadores Sociais, apresentada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, confirmou que os brasileiros de menor renda são os que mais sofrem com a falta de saneamento. Entre aqueles que vivem com menos de meio salário mínimo, apenas 41,3% contam com os serviços simultâneos de água, esgoto e lixo. A falta de saneamento básico e de suporte para as famílias necessitadas, também é um grande fator que faz com que as pessoas não tenham melhor qualidade de vida e consequentemente contraíam doenças.

A carência de investimentos socioassistenciais implica de forma direta nos serviços realizados por Assistentes Sociais, uma vez que a cada dia surgem situações diversas e que o profissional precisa estar preparado para lidar com cada uma delas.

A falta de capacitação dos profissionais acarreta a precarização e o sucateamento do seu trabalho e a insuficiência de esclarecimento e divulgação para a população quanto aos seus direitos socioassistenciais, dificultando assim o acesso da população desde uma simples informação até seus direitos mais complexos.

No caso da microcefalia, percebe-se que tanto as crianças quanto as famílias poderiam estar sendo acompanhadas de uma forma mais próxima, por profissionais capacitados e que pudessem trazer para a realidade dessas pessoas, programas e projetos além dos que essas crianças e as famílias já são integradas. E, para além das crianças e suas famílias, que pudesse existir profissionais capacitados para trabalhar em rede, nas políticas de saúde, assistência social, educação, habitação, saneamento básico, entre outras, no intuito da prevenção de doenças como dengue, *chikungunya*, *zika vírus*, febre amarela, microcefalia.

A dificuldade para articulação da rede socioassistencial e garantia da intersetorialidade entre as políticas públicas é favorável para que o funcionário não tenha o hábito, e menos ainda formação para trabalhar diretamente em rede, mesmo que sejam para discussões, debates e levar informações precisas para a sociedade o que resulta na falta de integração dos serviços de Assistência Social e, acima de tudo, impede o aprimoramento da rede de proteção socioassistencial.

Outro fator que implica diretamente e ocasiona falta de melhor qualidade de vida das crianças com microcefalia, é a ausência de um trabalho articulado, que viabilize ao usuário acesso aos programas da rede, sua permanência e acompanhamento, não como acontece nos dias atuais, em que o trabalho é feito apenas para suprir as necessidades emergenciais.

Enquanto não houver um trabalho qualificado e que venha com intuito de tratar todas as expressões da questão social no qual essas crianças e suas famílias estão inseridas, a doença continuará existindo e com possibilidade de se alastrar cada vez mais, pois o trabalho emergencial trata a questão apenas naquele momento, não consegue ver o que está por traz, o que levou a essa situação e o que pode vir a acontecer. É como se a doença existisse por existir, como se ela não tivesse suas causas.

Conclusão

Diante dessas observações foi parcialmente confirmada a hipótese da pesquisa, pois estudar a microcefalia, atenta para o fato de que, todos os dias, representam um trajeto, um trecho a percorrer, não se sabe como será o ingresso dessas crianças, como será a vida na escola, o seu desenvolvimento, qual o comprometimento cerebral, portanto, entende-se a necessidade de uma rede que trabalhe em conjunto, com políticas públicas que funcionem, secretarias de saúde que trabalhem na responsabilidade de fazer a gestão e o cumprimento de seus deveres.

Percebe-se que os serviços preventivos das políticas públicas não são eficazes na ação com essas famílias o que acaba resultando na transgressão direta dos sujeitos mais vulneráveis da família, neste caso, as crianças com microcefalia. Desta forma entende-se que, apesar das melhorias reconhecidas e dos esforços em tornar a pessoa com deficiência plenamente cidadã, as pessoas inseridas nesta realidade continuam enfrentando uma grande desigualdade na sociedade, diferença esta, que as inclui constantemente em situações de exclusão social, fazendo com que as mesmas vivam em condições de grande insegurança econômica e social.

Evidencia-se que, enquanto o Estado continuar a considerar a deficiência apenas com uma perspectiva individual e médica e não olhar para a mesma como algo normal e intrínseco a vários indivíduos, indivíduos estes que tal como aqueles sem deficiência fazem parte da sociedade e detêm direitos semelhantes a qualquer outro cidadão, essa realidade continuará por existir nessa gama de exclusão, insegurança e ausência de políticas públicas e sociais.

Admite-se que o Benefício de Prestação Continuada – BPC, é uma conquista importante enquanto um benefício assistencial de transferência de renda pelo fato de não ter coeficiente de contribuição previdenciária para sua concessão, no entanto, apresenta inúmeras limitações e alguns avanços.

Atenta-se sobre mais estudos analíticos e laboratoriais, sendo necessários para melhor compreensão dos fenômenos relacionados a essa emergência em saúde pública, além de subsidiar estratégias para seu enfrentamento.

Por fim, conclui-se que, este novo desafio surge num momento particularmente delicado, de fragilidade política e econômica, que acentua ainda mais as vulnerabilidades sociais.

Referências Bibliográficas

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA. 1990.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069Compilado.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Ministério da Saúde. **Portaria Nacional de Educação Permanente em Saúde.** Brasília: Ministério da Saúde. 2004b.

_____. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Protocolo de atenção à saúde e resposta à ocorrência de microcefalia relacionada à infecção pelo vírus Zika.** 2015. 49p. Disponível em: <file:///C:/Users/Raquel/Desktop/microcefalia_protocolo_vigilancia_e_resposta_7dez2015.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2017.

_____. Ministério da Saúde. **Situação epidemiológica/ dados.** Disponível em: <<http://portalsaude.saude.gov.br/index.php/situacao-epidemiologica-dados-sarampo>>. Acesso em: 30 abr. 2017

DA ROS, Marco A.. Políticas Públicas de Saúde no Brasil. **A saúde em debate na Educação Física,** Blumenau, v.2, p. 47-65, 2006.

HENRIQUES, Claudio M. P; DUARTE, Elisete; GARCIA, Leila P. **Desafios para o enfrentamento da epidemia de microcefalia.** Disponível em:<http://www.scielo.org/article_plus.php?pid=S2237-6222016000100007&tlng=pt&lng=en#B5>. Acesso em: 29 abr. 2017.

MENEZES, Hugo L. S. *et al.* Zika Vírus associado à Microcefalia. **Sociedade de Patologia do Tocantins,** Tocantins, v. 3, n. 02, p. 32 – 45, jun. 2016.

PAIVA, Carlos H. A.; TEIXEIRA, Luiz A. Reforma sanitária e a criação do Sistema Único de Saúde: notas sobre contextos e autores. **História, Ciências, Saúde,** Rio de Janeiro, v. 21, n.2, jan/mar. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v21n1/0104-5970-hcsm-21-1-00015.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2017.

PINHEIRO, Luis B.. **IBGE: 4 em cada 10 domicílios do País não têm saneamento básico.** Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/brasil/ibge-4-em-cada-10-domicilios-do-pais-nao-tem-saneamento-basico,8b9b4bc92690b310vgncld200000bbcceb0arcrd.html>>. Acesso em: 02 set. 2017.

SECRETARIA DOS DIREITOS DA PESSOA COM DEFICIENCIA. **Benefício - BPC.** Disponível em: <<http://www.pessoacomdeficiencia.sp.gov.br/beneficio-bpc>> Acesso em: 07 maio 2017.

UJVARI, Stefan C. A história e suas epidemias: a convivência do homem com os microrganismos. **Revista do Instituto de Medicina Tropical de São Paulo**, v. 45, n. 4, p. 212-212, 2003.

Percepções da Política de Assistência Social sob a ótica dos Usuários do Centro de Referência de Assistência Social – CRAS

*Perceptions of the Social Assistance Policy From the Users point of view from the
Social Assistance Reference Center – CRAS*

Deise Regina Evangelista de Souza¹

Natália Tobias Vaz²

Claudia Lopes Ferreira³

Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

A presente pesquisa propiciou um breve resgate histórico do surgimento das Políticas Sociais. Aponta dados sobre a implementação e expansão das Políticas Sociais no contexto brasileiro, perpassando pela evolução da Assistência Social caritativa para Assistência Social como direito a ser garantido com a promulgação da Constituição Federal de 1988. O alcance dessas informações subsidia a interpretação dos dados obtidos em pesquisa realizada em Centros de Referência de Assistência Social – CRAS, com usuários e assistentes sociais. Na pesquisa são descritas informações que desvelam o perfil dos usuários assistidos nos CRAS assim como também através de questões sobre os serviços prestados. Nesses equipamentos, foi possível compreender a percepção da Política De Assistência Social sob a ótica dos usuários dos serviços.

Palavras-chave: Assistentes Sociais, CRAS, Políticas Sociais, Questão Social, Usuários.

ABSTRACT

The research presents a brief historical rescue that makes possible the understanding of the emergence of Social Policies. It points out data on the implementation and expansion of Social Policies in the Brazilian context, ranging from the evolution of Social Assistance charitable to Social Assistance as a right to be guaranteed with the promulgation of the Federal Constitution of 1988. The scope of this information supports the interpretation of the data obtained in research carried out at Social Assistance Referral Centers (CRAS), with users and social workers. The research describes information that reveal the profile of users assisted in CRAS as well as through questions about the services provided in these equipments it is possible to understand the perception of the Social Assistance Policy from the users' point of view.

¹ Acadêmica do 8º termo de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campos Araçatuba.

² Acadêmica do 8º termo de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campos Araçatuba.

³ Assistente Social, Mestre em Serviço Social e Política Social pela Universidade Estadual de Londrina; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campos Araçatuba.

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Fianças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – UniSalesiano Campos Araçatuba.

Keywords: Social Worker, CRAS, Social Politics, Social Issues, Users.

Introdução

Este trabalho teve como objetivo conhecer as percepções dos sujeitos atendidos pelo Centro de Referência de Assistência Social – CRAS, de município de grande porte do Estado de São Paulo, por meio de indagações que permeiam o conhecimento dos serviços oferecidos pela Assistência Social e o sentimento ao recorrer ao CRAS.

O método de análise desse trabalho tem como fundamento a dialética marxista, permitindo uma análise reflexiva e crítica da realidade ao considerar os processos históricos e as condições das relações sociais em sua totalidade, visando ultrapassar os limites da mera aparência, para uma total compreensão.

É apresentada uma breve contextualização histórica das Políticas Sociais no mundo e no Brasil, por meio de um recorte na linha do tempo, o que permitiu a compreensão do surgimento das Políticas Sociais que em meio à expansão do capitalismo foi criada como estratégias para amenizar os descontentamentos dos trabalhadores, que reivindicam mudanças e direitos por meio de movimentos sociais.

Este trabalho, intitula enquanto pesquisa bibliográfica articulada à pesquisa de campo de caráter quantiquantitativo com aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa – CEP, Parecer nº 2.083.609, na qual compreende os diferentes aspectos intrínsecos na pesquisa seja imprescindível a construção da evolução teórica da Política de Assistência Social que surge atrelada ao reconhecimento da Questão Social, associando estas ao impacto das Políticas Sociais na realidade dos sujeitos atendidos no CRAS.

A Pesquisa de Campo norteou-se nas indagações e inquietações que propiciaram vários questionamentos, tais como: Quem é a população atendida pelo CRAS? Qual a situação socioeconômica desta população? Qual o entendimento desta população sobre os serviços oferecidos? Qual o sentimento desta população ao buscar os serviços nos CRAS? Como os profissionais assistentes sociais lidam com as dificuldades encontradas para a viabilização dos direitos sociais?

Tem-se a hipótese de que os usuários se sentem constrangidos ou envergonhados ao procurarem os serviços e desconhecem que o acesso as Políticas Sociais são direitos constitucionais.

Quanto à análise dos dados da pesquisa, estes foram organizados considerando os instrumentos de caráter quantitativo, já em relação ao caráter qualitativo foi utilizada a análise do conteúdo das mensagens fornecidas nas entrevistas, buscando fomentar as devidas interpretações e inferências.

E por fim, apresentou-se a as considerações finais sobre o trabalho, elucidando as análises dos dados obtidos durante a pesquisa de campo, bem como as percepções da Política de Assistência Social sob a ótica dos usuários e dos profissionais assistentes sociais.

Surgimento e expansão das Políticas Sociais no capitalismo.

A gênese das Políticas Sociais está atrelada ao desenvolvimento do capitalismo concorrencial alavancado pela industrialização e manipulado pela burguesia liberal, aos movimentos reivindicatórios da classe trabalhadora extremamente explorada, e a contra partida do Estado foi, além de forte repressão estatal aos movimentos grevistas, a realização de ações estratégicas para amenizar os descontentamentos dos trabalhadores.

A expansão das Políticas Sociais está fortemente ligada aos tratos das sequelas do contexto vivenciado na época, que era da Segunda Guerra Mundial e do fascismo, onde o Estado passa a criar ações interventivas significativas.

Apesar das ações para criar medidas de acesso as Políticas Sociais, os princípios liberais e a crise capitalista de 1930⁵, o pauperismo predominante de longa data, aliado a precarização dos meios de produção, os baixos salários, e diversas formas de exploração, inevitavelmente não foram suficiente para controlar os descontentamentos e reivindicações pela classe trabalhadora, sendo assim, os grandes donos de capital e Estado tomam medidas para a manutenção da ordem capitalista voltados aos próprios interesses através de implementações de Políticas Sociais centradas em mecanismos de manutenção da reprodução da força de

⁵ Em 1930 ocorre grande queda da taxa de lucros devido a fatores que permeiam a concorrência acirrada; especulação; estagnação da produtividade e geração de emprego. Neste contexto, impõe-se a queda do consumo produzindo o desemprego generalizado.

trabalho, - alimentação, saúde, moradia - para que os trabalhadores possam atuar no mercado e contribuir com o enriquecimento das classes dominantes, por conseguinte demonstrou-se conflituosa gênese, uma vez que, ora é vista como ferramenta de manutenção da ordem ao molde burguês, ora é vista como direitos conquistados através das reivindicações da classe proletária.

Segundo Behring; Boschetti (2010) o surgimento das Políticas Sociais ocorreu de forma gradativa e diferenciada em função do grau reivindicatório de cada país, e ao final do século XIX, o início das intervenções estatais passa a assumir e criar Políticas Sociais de forma planejada, sendo assim o Estado transita de arbitrário para mediador dos antagonismos de classe.

O surgimento das políticas sociais foi gradual e diferenciado entre os países, dependendo dos movimentos de organização e pressão da classe trabalhadora, do grau de desenvolvimento das forças reprodutivas, e das correlações e composições da força no âmbito do Estado. (BEHRING; BOSCHETTI, 2010, p.64)

Após breve resgate histórico foi inevitável elencar as influências que tais medidas e planos causaram no contexto brasileiro, no qual a generalização do capitalismo chega tardiamente após a libertação dos escravos para a expansão do mercado produtivo e adequação para o desenvolvimento do modelo de produção excludente a ser desvelado adiante.

Políticas Sociais no Brasil: Passado e presente

No Brasil as Políticas Sociais chegam tardiamente ao comparar-se ao desenvolvimento europeu, sua generalização ocorreu principalmente a partir da era Vargas e o seu congelamento ocorreu durante a fase ditatorial, devido às repressões a qualquer movimento reivindicatório. Com o fim da ditadura militar e a promulgação da Constituição de 88, obtiveram-se grandes avanços no campo das Políticas Sociais, porém, ao adentrar a década de 90, mesmo com a aprovação da Lei Orgânica de Assistência Social⁶- LOAS- em 1993, evidencia-se recuo no campo das Políticas Sociais devido à adaptação dos planos governamentais aos planos neoliberais.

⁶ LOAS-Lei n. 8742, de 7 de dezembro de 1993, reafirma-se direito garantido pela Constituição Federal de 1988, como direito e dever do Estado nos artigos 203 e 204 estendendo auxílio á idosos e deficientes que não dispunham de meios de garantia da própria subsistência ,com auxílio no valor de um salário mínimo que somente foram regulamentados pela referida lei segundo Silva, Yaskek , Giovanni (2011).

Ainda sobre o contexto brasileiro, a partir dos anos 2000, houve grandes avanços com a construção da Política Nacional de Assistência Social – PNAS de 2004 e Norma Operacional Básica - NOB/SUAS de 2005 e programas de transferência de renda e outros, porém, durante o período da realização desta pesquisa, notou-se que uma evidente luta da categoria dos assistentes sociais contra o atual cenário que envolve diminuição de repasse de verbas para o campo social e forte desmantelamento de serviços assistenciais e do SUAS.

Dentre os princípios democráticos que regem a PNAS está a supremacia do atendimento às necessidades sociais; a universalização dos direitos sociais aos grupos ou pessoas que se encontram em vulnerabilidade ou risco como:

[...] famílias e indivíduos com perda ou fragilidade de vínculos de afetividade, pertencimento a sociabilidade; ciclos de vida; identidades estigmatizadas em termos étnicos, cultural e sexual; desvantagem pessoal resultante de deficiência; exclusão pela pobreza e, ou, no acesso às demais políticas públicas; uso de substâncias psicoativas; diferentes formas de violência advinda do núcleo familiar, grupos e indivíduos; inserção precária ou não inserção no mercado de trabalho formal e informal; estratégias e alternativas diferenciadas de sobrevivência que podem representar risco pessoal e social. (MDS, 2005, p.33)

A proteção voltada para os usuários descritos acima será dada em proteção social básica, especial, de média complexidade e de alta complexidade. A proteção social básica objetiva a prevenção de riscos sociais e segundo a PNAS designa os Centros de Referência de Assistência Social - CRAS a prestar os serviços a esta população exemplificando:

[...] é uma unidade pública estatal de base territorial, localizado em áreas de vulnerabilidade social, que abrange um total de até 1.000 famílias/ano. Executa serviços de proteção social básica, organiza e coordena a rede de serviços sócioassistenciais locais da política de assistência social. (MDS, 2005, p.35)

Os CRAS deverão visar à orientação e o convívio sócio familiar e comunitário sendo responsável por oferecer o Programa de Atenção Integral às Famílias, também compete às equipes do CRAS prestar orientação e informação para a população de sua área de abrangência e realizar mapeamento e organização da rede sócio assistencial de proteção sob orientação da gestão municipal para realização de serviços (MDS, 2005).

Perfil dos usuários atendidos pelos CRAS

A Pesquisa de Campo foi realizada em uma cidade de grande porte na região noroeste do Estado de São Paulo entre junho e agosto de 2017. O município em questão segundo IBGE em 2017 conta com uma população aproximada de 190.000 mil habitantes.

Atualmente o município conta com 05 (cinco) CRAS e 02 (dois) pontos de apoio. Os dados da pesquisa foram coletados nas instalações dos 05 (cinco) CRAS por meio da realização de entrevistas com usuários atendidos no equipamento e com as profissionais assistentes sociais que atuam nos referidos equipamentos.

Identificou-se, através desta pesquisa, que grande parte dos usuários referenciados pelos CRAS encontra-se na faixa etária de 51 (cinquenta e um) a 60 (sessenta anos), prevalecendo 50% dos entrevistados. Notou-se que ainda é predominante o número de mulheres que procura os serviços oferecidos pelo CRAS, bem como a sua participação nos programas, projetos e oficinas. Os dados demonstraram que 35% dos usuários não concluíram o ensino fundamental, 30% não concluíram ensino médio, 15% tem ensino fundamental completo, 10% tem ensino médio completo, 5% tem ensino técnico completo e 5% não é alfabetizado.

Nos aspectos relativos à moradia, dentre os entrevistados evidenciou-se que 40% das usuárias não possuem moradia própria, residindo em casas alugadas.

Sobre a composição familiar evidenciou-se que 5% dos usuários não tem filhos, 15% tem apenas um filho, 30% tem dois filhos, 5% tem três filhos e 45% tem mais de três filhos.

Diante de diversos fatores citados apresentados na pesquisa, chegou-se ao resultado de que ainda o emprego informal ultrapassa o número de pessoas em emprego formal, ou seja, nenhum dos entrevistados está com vínculos em emprego formal, isto é, 100% deles encontram-se inseridos em relações de trabalho precarizado que resulta em desproteção, e que grande parte ainda encontra-se desempregada, na qual 15% exercem emprego informal e 45% estão desempregados. Ao levantar questionamentos aos que estão fora do mercado de trabalho, obteve-se o resultado de que 30% contam apenas com benefícios assistenciais, não havendo outra forma de manutenção da família se não através dos programas assistenciais de transferência de renda.

Em relação à renda familiar, por meio das entrevistas, obteve-se o resultado que 35% dos usuários vivem precariamente com a renda familiar inferior ao salário mínimo⁷, 35% dos entrevistados sobrevivem com a renda de apenas um salário mínimo, 25% contam com a renda de dois a três salários mínimos e 5% declara viver com auxílio de terceiros - vizinhos e amigos.

As Concepções dos Usuários Atendidos pelos Centros de Referência de Assistência Social – CRAS

Sobre a questão relacionada à como os usuários tomaram conhecimento do CRAS, obteve-se como resposta que 75% dos entrevistados conheceram o Centro de Referência da Assistência Social por meio de um amigo, familiar ou vizinho; 20% foram encaminhados por outros serviços e, apenas 5%, chegaram ao CRAS através de divulgações midiáticas.

Ao serem questionados sobre o conhecimento dos serviços oferecidos pelo CRAS, apenas 15% relataram conhecer parcialmente os serviços oferecidos, enquanto 85% afirmaram conhecer todos os serviços oferecidos e queixaram-se por não conseguir participar de tudo que é oferecido.

Contudo, os usuários demonstraram certa dificuldade em explicitar o objetivo e significado de cada benefício e serviços ofertados pelo CRAS, deixando transparecer que talvez a forma como esses serviços foram explicados aos usuários, não foi suficiente para que os mesmos compreendessem a finalidade de cada um.

Quando questionados sobre o que os conduziu a participar dos serviços oferecidos pelo CRAS, obteve-se o percentual de 43%, por estar em situação de desemprego. Percebe-se que o CRAS ainda é a válvula de escape para as famílias desempregadas, sendo nos serviços oferecidos pelos equipamentos a saída para muitas famílias que precisam amenizar as dificuldades e complementar a renda familiar.

Entre os entrevistados, 80% dos usuários almejam dos cursos uma oportunidade de aprendizado para alcançar um emprego e automaticamente gerar renda para a família.

⁷ O salário mínimo é descrito na Constituição Federal de 1988 como remuneração mínima que suprirá as necessidades básicas do empregado e de sua família como alimentação, saúde, moradia, transporte, lazer, educação entre outros. E para atender a todas essas necessidades garantindo a sobrevivência dos trabalhadores e de seus familiares, o valor atual fixado em primeiro de janeiro de 2017 é de novecentos e trinta e sete reais.

Os usuários entrevistados nos CRAS demonstraram um sentimento de paternalismo/ tutela, citando inúmeras vezes o quão gratos são aos profissionais pelos serviços que participam e aos benefícios que recebem. Ressaltaram também o fato de que frequentar os grupos, os ajuda a interagir e a conviver melhor em família e na sociedade, enxergam os outros usuários como membros de uma nova família da qual fazem parte.

Contudo notou-se, nas palavras e atitudes dos usuários, que os mesmos conhecem os direitos trabalhistas e previdenciários, mas não enxergam os direitos sociais como direito uma vez que vários usuários pesquisados relataram o sentimento de vergonha ao procurar os serviços do CRAS, como demonstrado na fala de Ana (nome fictício): não gosto de pedir, me sinto mal pedir ajuda, a primeira vez que fui pedir cesta básica, fui mesmo porque precisava e meus filhos não tinham o que comer, é feio pedir, e vergonhoso contar minha situação a alguém que não conheço.

Quando questionados sobre como são atendidos pelos profissionais ao irem à busca dos serviços e benefícios, os usuários em sua totalidade, 98%, relatam ser muito bem atendidos, afirmando cordialidade e respeito por parte dos profissionais dos quais tiveram ou tem contatos, e quão importantes são os cursos, oficinas, palestras e os benefícios que estes trazem para a vida dos indivíduos usuários, mesmo sem compreenderem a total finalidade de cada um.

Cabe ressaltar que, mediante aos dados adquiridos com a pesquisa, notou-se certo receio por parte dos entrevistados em responder sobre os serviços e benefícios ofertados, tendo em vista que na maioria dos CRAS em que foram aplicados os questionários a privacidade foi prejudicada com a permanência involuntária ou voluntária dos profissionais durante a realização da pesquisa devido às atividades que estavam sendo realizadas no mesmo ambiente de pesquisa.

A Visão dos Profissionais Assistentes Sociais em Análise

Ao questionar os profissionais assistentes em relação às oficinas de inclusão produtiva, os equipamentos oferecem cursos de costura, bordados, artesanatos, culinária, aulas de dança, alongamento e ginástica que visam o estímulo a realização de atividades físicas, afirmaram que os usuários são informados de todas as

atividades que são e serão oferecidas, bem como desvelado anteriormente por 85% dos usuários que confirmam que são informados de todas as atividades em andamento e as que serão realizadas, portanto desvelou-se satisfatória a sintonia e transmissão de informações em relação a este quesito.

Para compreensão de como é feito o acolhimento dos usuários, foram feitas perguntas em torno da necessidade de se usar métodos ou estratégias para acolher, criar vínculos e construir empatia com usuáries e as respostas obtidas foram idênticas, pois todas as assistentes sociais relataram a necessidade de estratégias para criação de vínculos, porém a ótica e a forma de cada profissional executar estratégias evidenciou-se extremamente singular através dos depoimentos e, apesar das profissionais usarem quesitos abstratos para relacionarem a estratégias, houve uma profissional que vinculou a estratégia a questões mais concretas relatando que os benefícios oferecidos como cesta básica, por exemplo, é uma grande estratégia de vinculação.

Foi realizada uma pergunta com objetivo de compreender, perante a visão das assistentes sociais, quais as principais características sentimentais apresentadas pelos usuários ao buscar os benefícios oferecidos pelo CRAS e as respostas se enquadram nas análises dos próprios usuários entrevistados, pois os mesmos relataram sentimento de vergonha e constrangimento ao procurar benefícios no CRAS quando a situação financeira dificultava o provimento das necessidades básicas – alimentação, fornecimento de água, energia, compra de medicamentos, entre outros.

Sobre os questionamentos a respeito da inserção dos usuários nas palestras, oficinas e cursos contribuírem para a mudança de situação social ou risco social dos usuários, as assistentes sociais foram unânimes em afirmar que sim, a mudança de situação social é possível e elencaram diversos fatores para tal mudança, indo ao encontro do que relatou 80% dos usuários entrevistados, que relacionam o curso como forma de aprendizado e almejam possibilidade de gerar renda para a família.

Em análise às respostas desejou-se ressaltar a importância de oferecer cursos diversificados, que sejam atualizados de forma criativa. Compreende-se que por diversas vezes as verbas para realização de novas propostas poderão ser escassas, porém, acreditar que todos os usuários tenham habilidades para realizar

cursos que são por diversas vezes ligados à produção de artesanato pode ser um erro, uma vez que nem todos podem ter habilidades manuais ou se identificarem com esse tipo de produção, e a maior parcela dos usuários revelou que almeja, com os cursos, uma possibilidade de emprego, portanto, evidenciou-se a necessidade de cursos que propiciem profissionalização.

Ainda sobre a mesma temática acima mencionada, uma das assistentes sociais explicou que, apesar de confiar que a mudança social é possível, afirmou que muitos usuários desconhecem essa possibilidade, não conseguindo visualizá-la e afirma: Os usuários na maior parte não consegue enxergar que os serviços oferecidos podem mudar sua vida, sua situação social, e continuam ou participam mediante a troca pela cesta.

Talvez seja difícil convencê-los de que a mudança de sua situação social possa estar vinculada a venda de guardanapos, caixinhas, entre outros, uma vez que são produtos de consumo esporádico e não de primeira necessidade, podendo ter retorno financeiro lento e a longuíssimo prazo.

Em relação à fala final de que muitos usuários continuam a participar em troca de cesta, levantou-se a reflexão de que, ao submeter-se a atividades em troca de alimentos, não caracteriza-se como uma escolha, mas sim a necessidade de amenizar algumas privações como a fome. Não desejando rebaixar o nível de análise, compreendeu-se que, com fome, seria muito difícil o sujeito fazer qualquer tipo de reflexão, principalmente reflexões vinculadas a sua própria mudança social.

As assistentes sociais foram questionadas sobre quais seriam as limitações e desafios existentes para a mudança de realidade dos usuários que estão em situação de vulnerabilidade e as respostas revelaram diferentes visões em torno dessa temática; algumas citam o desafio atrelado à adesão dos usuários em relação aos serviços oferecidos e aos poucos recursos disponíveis.

Ainda sobre a análise das respostas obtidas em relação ao tema exposto acima, o termo bastante usado pelas assistentes sociais foi adesão. Ressalta-se a importância de reflexão dos motivos ocultos pelos quais levam os usuários a não desejarem ou poderem participar das atividades. Tais motivos podem estar vinculados a vergonha, a distância, aos horários, entre outros, portanto, é necessário

sempre refletir a causa dos motivos para que a culpabilização do usuário não seja colocada com primeira opção.

Assim como os usuários, os profissionais Assistentes Sociais demonstram certo incômodo ao serem entrevistados, medindo e calculando cada resposta e cada observação, conduzindo à compreensão de que existe uma insegurança e medo da perda do emprego, uma vez que se sujeita a exercer sua atividade de acordo os ideais da profissão e que se remetem ao projeto ético-político da profissão, bem como atua de acordo com as normas imposta pelo local ao qual ocupa seu cargo, sendo este um dos maiores desafios para desempenhar seu papel profissional, somados à falta de meios financeiros e estruturais adequados e suficientes para a viabilização dos direitos sociais.

Dentre os desafios de atuação profissional, destacou-se a resposta de uma das assistentes sociais que em poucas palavras enaltece a importância dos profissionais, após anos de atuação, se autoavaliarem, para a manutenção da motivação.

Acreditar nas possibilidades, na busca da melhora da prestação de serviços para os usuários, mesmo com as limitações que esbarram em estruturas, verbas e às vezes vontade política, desvela-se ser um dos principais desafios para os assistentes sociais que enfrentam no atual cenário nacional o enfraquecimento e precarização das relações de trabalho frente à terceirização, que conseqüentemente afeta de forma direta e brutal na autonomia de atuação do profissional.

Conclusão

Conclui-se que as Políticas Sociais são alavancas de acesso aos direitos sociais, conquistadas através de intermináveis reivindicações por parte dos trabalhadores e ao mesmo tempo ferramentas de contenção, manipuladas de acordo com os interesses das classes dominantes.

O objetivo da realização da pesquisa foi o de compreender a visão dos usuários da Política de Assistência Social dos CRAS e, conforme os dados advindos da amostra adquirida relacionados ao perfil dos usuários, durante a pesquisa verificou-se que vivenciam situação de vulnerabilidade agravada constantemente pela desigualdade social e são conduzidos a sobreviverem com renda, em sua maior

parte, de até um salário mínimo, oriundo de empregos informais de acordo com os baixíssimos níveis de escolaridade, bem como a falta de formação profissional exigidos pelos empregos formais disponíveis no mercado de trabalho.

A hipótese de que os usuários tem desconforto em recorrer aos serviços disponibilizados no CRAS, é visível. A maior parcela da população destacou o constrangimento, por sentirem-se incapazes de suprir suas necessidades básicas, deixando transparecer o sentimento de vergonha e humilhação, todavia, esse sentimento é suprido pela gratidão aos serviços adquiridos no CRAS, ficando nítida ainda existência do paternalismo, que justifica-se pelo não conhecimento e/ou entendimento de que todos os serviços e benefícios determinados pela Política de Assistência Social configuram-se como direitos sociais e que qualquer cidadão tem o direito de se beneficiar deles, desde que sejam compatíveis as condicionalidade de cada benefício.

Sobre as atividades, oficinas inclusivas e cursos, conclui-se que é de extrema importância que sejam atualizados de forma criativa, para que de fato possam viabilizar a capacitação profissional ou a geração de renda, uma vez que os cursos são voltados para fabricação de artesanatos e que, por não se tratar de produtos de consumo intenso, podem ter retorno financeiro lento, porém, de alguma forma, contribui para a melhora da situação financeira do usuário.

Evidenciou-se a consciência dos assistentes sociais sobre a necessidade de meios e estratégias para criar vínculos com os usuários, uma vez que conseguem perceber os sentimentos que os usuários relataram em pesquisa que são o de vergonha e humilhação ao procurarem os serviços, com intenção em obter um benefício eventual, como cesta básica por exemplo. Diante desses sentimentos expressos, apontou-se ainda mais a importância de que os assistentes sociais executem acolhimentos que condiz com a ideologia da profissão, que possam refletir que no campo imaginário, tanto quanto no campo das ações e que jamais permita que transite a culpabilização do usuário.

Conclui-se que as ações sociais não são capazes de acabar com as desigualdades, mas contribuem para ampliar o acesso aos direitos de cidadania, e que lutar pelos direitos e Políticas Sociais se torna imprescindível, pois envolve a tentativa de amenizar a precarização das necessidades básicas de milhares de

pessoas. Necessidades essas, que se fossem sanadas, combateria a desigualdade, diminuiria a violência, e muitas conquistas e melhoras desembocariam no coletivo, possibilitando assim, a existência de uma sociedade mais humanizada e mais homogênea.

Acreditar nas possibilidades e manter-se em constante busca pela melhora dos serviços consiste em um dos principais desafios para os assistentes sociais, frente à terceirização que afeta a autonomia profissional.

Por fim, elucidamos nas considerações finais, que se confirmou a hipótese de que os usuários atendidos pela Política de Assistência Social, ao procurarem os serviços oferecidos pelos Centros de Referência de Assistência Social, sentem-se incapazes, envergonhados ou até mesmo humilhados por não conseguirem meios que supram suas próprias necessidades básicas. Não se reconhecem como sujeito de direitos, e nem sequer sabem que estão assegurados pela grande conquista da Constituição Federal de 1988, a qual garante o acesso as Políticas Sociais para quem delas necessitar e não visualizam a própria realidade social como expressão da questão social.

Referências Bibliográficas

BEHRING, Elaine; BOSCHETTI, Ivanete. **Política Social Fundamentos E História**, 7. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil Subchefia Para Assuntos Jurídicos (Comp.). **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**. 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 11 abr. 2017.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **População no último censo**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/panorama>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - MDS; Secretaria Nacional de Assistência Social. **Política Nacional de Assistência Social – PNAS/2004 e Norma Operacional Básica - NOB/SUAS**. Brasília: MDS, 2005.

SILVA, Maria O. S.; YASBEK, Maria C.; GIOVANNI, Geraldo. **A Política Social Brasileira no Século XXI: A prevalência dos programas de transferência de renda**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

A Intervenção dos profissionais do CREAS junto à criança vítima de Violência Intrafamiliar

The intervention of CREAS professionals with the child victim of Domestic Violence

Natalia Félix dos Santos¹
Nayne Cristina de Abreu Cassiano²
Vanessa da Silva Siqueira³
Lívia Marinho de Moura⁴
Cleide Henrique Avelino⁵

RESUMO

Este artigo teve a proposta de apreensão da ação interventiva dos profissionais do CREAS, bem como, as possibilidades e dificuldades de uma intervenção de qualidade junto às crianças vítimas de violência intrafamiliar e suas famílias. Buscou-se conhecer o histórico da violência contra a criança, identificando assim, que essa é uma prática existente em toda a história da humanidade, vinculada como método de disciplina e educação das crianças. A partir do ano de 1917, com a greve geral de trabalhadores, foi que começam a surgir algumas medidas protetivas para a criança e o adolescente; em seguida criou-se o Juizado de Menores em 1927, posteriormente o Código de Menores em 1979 e, após anos de lutas e modificações nos direitos infantis, a partir do art. 227 da Constituição Federal de 1988 criou-se o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA no ano de 1990, que ainda passa por modificações.

Palavras-chave: Violência Intrafamiliar, Criança, CREAS.

ABSTRACT

This article has the proposal of apprehension of the intervention of CREAS professionals, as well as the possibilities and difficulties of a quality intervention with children victims of intrafamily violence and their families. It was sought to know the history of violence against children, thus identifying, that this is an existing practice throughout the history of humanity, linked as a method of discipline and education of children. From the year 1917 onwards, with the general strike of workers, some protective measures for the child and the adolescent; then the Juvenile Court was created in 1927, later the Juvenile Code in 1979 and after years of struggles and modifications in children's rights, based on art. 227 of the Federal Constitution of 1988 was created the Statute of the Child and the Adolescent - ECA in the year of 1990, that still undergoes modifications.

Keywords: Violence Intrafamily, Child, CREAS.

¹Graduanda 8º termo de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

²Graduanda 8º termo de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

³Graduanda 8º termo de Serviço Social do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁴Assistente Social, Doutora em Serviço Social, Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

⁵Contadora; Especialista em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba.

Introdução

O presente artigo teve como temática a Violência contra a Criança, entendendo a ação interventiva dos profissionais do CREAS, bem como, as possibilidades e dificuldades de uma intervenção de qualidade junto às crianças vítimas de violência intrafamiliar e suas famílias, acenando a importância da informação, conscientização e prevenção, quebrando, assim o muro do silêncio para com a violência.

Para isso, foram traçados objetivos específicos, bem como; contextualizar a história da violência; caracterizar os tipos de violência contra a criança; buscar conhecer o perfil das famílias nas quais ocorre violência intrafamiliar e por fim, identificar os serviços destinados à criança e sua família, entendendo as ações e intervenções dos profissionais do CREAS, através de Pesquisa Bibliográfica e Pesquisa de Campo realizada no CREAS, conduzida através de pesquisa exploratória e descritiva, com questionário de abordagem qualitativa aos sujeitos de pesquisa com aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa – CEP, Parecer nº 2.134.135.

Entende-se que o principal desafio dos profissionais seria romper a barreira ideológica e cultural de que é preciso bater para educar. Como possibilidades, pôde-se destacar o trabalho interdisciplinar realizado pelos profissionais do CREAS, pois esse desempenho é de suma importância na conscientização, percepção dos sinais de violência e no rompimento do silêncio.

Histórico da Violência Contra a Criança

A violência contra a criança é uma evolução histórica, e esteve presente de diferentes formas na História da Humanidade. Além disso, foi e é vinculada ao processo de educação e disciplina.

Ariès (2014) demonstra em seu livro História Social da Criança e da Família que até o final do século XIII, a criança não era reconhecida como tal, e sim, como adultos de tamanhos reduzidos, uma figura caracterizada nas civilizações arcaicas, no período da Grécia Antiga.

[...] significa que os homens dos séculos X-XI não se detinham diante da imagem da infância, que esta não tinha para eles interesse, nem mesmo realidade. Isso faz pensar também que no domínio da vida real, e não mais

apenas no de uma transposição estética, a infância era um período de transição, logo ultrapassado, e cuja lembrança também era logo perdida. (ARIËS, 2014, p.18)

A sociedade traz consigo um senso comum sobre a violência e caracteriza somente a violência física como tal, ou seja, a forma de castigar e/ou punir, entretanto ela é somente uma das diversas violências evidenciadas.

Guerra (2005) enfatiza que desde a Idade Média – séculos V a XV e Idade Moderna – séculos XVI a XVIII, a violência contra a criança era legitimada pelo Cristianismo, e a sociedade dava exclusiva atenção à interpretação de versículos bíblicos⁶

A violência física ou o castigo físico foi introduzido historicamente pelos jesuítas, uma ordem religiosa fundada em 1534 por um grupo de estudantes da Universidade de Paris, denominada Companhia de Jesus. (PRIORE, 1995 *apud* GUERRA, 2005), pois acreditavam ser uma forma de educar e disciplinar, e defendiam a ideia de que muito mimo fazia mal aos filhos. (PRIORE, 1995 *apud* GUERRA, 2005). No Brasil, isso ocorreu no ano de 1549. [...] *sem castigo não se fará vida.* (GRÃ, 1553 *apud* GUERRA, 2005, p. 77)

Na História do Brasil, os índios protegiam e educavam de acordo com seus costumes, porém, não somente os índios, mas também os escravos mantinham uma relação de acolhimento e proteção com as crianças.

*[...] os diferentes relatos dos padres e em diferentes capitanias comprovam que os índios não se utilizavam de castigos físicos para o disciplinamento dos filhos. Ele procede as informações dos padres jesuítas a respeito deste comportamento: o padre Luís da Grã diz que os índios do Brasil nunca batem nos filhos por nenhuma coisa [...] (CHAVES, 1995 *apud* GUERRA, 2005, p. 76)*

A autora Guerra (2005, p. 52 - 53) faz colocações sobre o método disciplinar que a sociedade da época, no século XVII adotava,

Ao lado do apoio encontrado nas citações bíblicas quanto a punição corporal das crianças, ao nível doméstico, figurava um outro adágio: “corriges teu filho enquanto há esperanças, mas não te enfureças até fazê-lo perecer” (Provérbios 19:18). Na verdade, se por um lado havia uma assunção tácita da punição corporal como método disciplinar, por outro lado, ela não poderia levar ao desperdício da vida infantil [...]

⁶⁰ *que não faz uso da vara odeia seu filho, mas o que o ama, desde cedo o castiga*
Castigando-o com a vara, salvarás e livrarás a sua alma do inferno

A autora define violência como sendo [...] *toda e qualquer forma de constrangimento, coerção ou subordinação exercida sobre outra pessoa por uso abusivo de “poder”*. (MUSZKAT, 2005, p. 32) e Adorno (1988 *apud* GUERRA, 2005), destaca que a violência é a negação da liberdade, da igualdade e da vida, consideradas como valores universais. Dentre os tipos de violência estão: a violência física, a psicológica, a violência sexual e a negligência.

O Perfil das Famílias nas quais as Crianças sofrem Violência

A família foi e é o primeiro *lôcus* de socialização da criança e também do adolescente, incluindo os primeiros cuidados para com eles; dessa maneira deve ser a representação da segurança, do cuidado, da proteção, amor, incentivo e afeto, situações muito adversas das perspectivas de violência.

Assim, dá-se a origem da história de cada sujeito de direito, em especial as crianças, que, no decorrer das modificações do dia-a-dia em sua trajetória de vida, também formarão famílias, criarão histórias para além de um ciclo de vida em seu núcleo familiar.

Relacionando a família com a socialização da infância e juventude, ela é a principal responsável pela habitação, alimentação e todos os cuidados de proteção a essas crianças ou adolescentes. O início do processo de formação da criança, seja na cultura, nos valores e nas normas da sociedade, dá-se no ambiente familiar.

De acordo com Petzold (1996 *apud* FACO; MELCHIORI, 2009, p. 123), os conceitos de família são:

[...] quatro sistemas: macrossistema, exossistema, mesossistema e microssistema, compostos de catorze variáveis como: casais casados ou não; partilha ou separação de bens; morar juntos ou separados; dependência ou independência financeira; com ou sem crianças; filhos biológicos ou adotivos; genitores morando juntos ou separados; relação heterossexual ou homossexual; cultura igual ou diferente; entre outras variáveis que, combinadas, oferecem 196 tipos diferentes de família. Isto significa que o modelo nuclear de família composto por pai, mãe e seus filhos biológicos não é suficiente para a compreensão da nova realidade familiar que incorpora, também, outras pessoas ligadas pela afinidade e pela rede de relações.

Além das famílias consideradas nucleares, monoparentais, comunitárias, entre outras, existem também a colocação e relação intrafamiliar para com as famílias extensivas e extensiva ampliada, considerada por FACO; MELCHIORI (2009,

p. 127) [...] *família extensiva: inclui além dos pais e filhos, outros parentes como avós, tios, primos; família extensiva ampliada: foram listados os parentes, além de amigos e empregada doméstica [...]*

Na vida social das crianças existem diferentes realidades culturais, geográficas, sociais e econômicas no seio familiar. De acordo com Ferrari; Kaloustian (2004 *apud* FACO; MELCHIORI, 2009, p. 121),

A família representa o espaço de socialização, de busca coletiva de estratégias de sobrevivência, local para o exercício da cidadania, possibilidade para o desenvolvimento individual e grupal de seus membros, independentemente dos arranjos apresentados ou das novas estruturas que vêm se formando. Sua dinâmica é própria, afetada tanto pelo desenvolvimento de seu ciclo vital, como pelas políticas econômicas e sociais [...]

Independente dos arranjos familiares existentes é a Família que deve se responsabilizar pela formação das crianças, e, também dos adolescentes, fornecendo-lhes toda a estrutura suficiente para formá-los como cidadãos, pois, o ambiente familiar é o primeiro espaço de socialização de uma criança, cabendo à Sociedade e ao Estado o dever de prevenir e proteger garantindo todos os direitos destes sujeitos. O artigo 4º do ECA (1990) dispõe que:

É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária.

O ambiente familiar é um lugar muito importante para o desenvolvimento da criança. Esse espaço é indispensável para a garantia da sobrevivência e da proteção integral dos filhos e dos demais membros, porém, são nesses espaços que muitas vezes os sujeitos de direitos são vitimizados por atos diversos de violência.

Entende-se que toda forma de ação ou omissão, que tenha como finalidade prejudicar o bem-estar, a integridade física, psicológica e emocional a qualquer membro que seja da família, especialmente a criança, causa-lhe danos morais, físicos ou até mesmo emocionais, podem trazer consequências que comprometam todo o seu desenvolvimento interno e externo.

É a família que propicia os aportes afetivos e sobretudo materiais necessários ao desenvolvimento e bem-estar dos seus componentes. Ela

desempenha um papel decisivo na educação formal ou informal, é em seu espaço que são absorvidos os valores éticos e humanitários, e onde se aprofundam os laços de solidariedade. (FERRARI; KALOUSTIAN, 2011, p. 12)

Segundo Minuchin (1985-1988 *apud* FACO; MELCHIORI, 2009), o sistema familiar muda o tempo todo, ou seja, trajetórias de laços internos e externos estão sempre se modificando. Relação com os membros familiares, relação escolar, relação religiosa sobre crenças, práticas e valores subjetivos e interligados à transformação da sociedade que, automaticamente, sempre se inicia no ambiente familiar.

De acordo com Ferrari; Kaloustian (2011) tem crescido o número de mulheres chefes de família, tornando o domicílio sujeitos a ameaças frequentes, bem como o acesso aos serviços urbanos básicos e recursos produtivos; os autores ainda destacam que essas são algumas questões que afetam o entorno familiar, principalmente das famílias em situação de pobreza e vítimas de outros focos de expressões da questão social.

O sistema familiar muda à medida que a sociedade muda, e todos os seus membros podem ser afetados por pressões interna e externa, fazendo que ela se modifique com a finalidade de assegurar a continuidade e o crescimento psicossocial de seus membros. Com as mudanças econômicas, políticas, sociais e culturais [...] (FACO; MELCHIORI, 2009, p. 122)

A vida rotineira de trabalho dos membros responsáveis pela família, muitas vezes é atribulada, com afazeres internos e externos, ficando sobrecarregados, o que pode trazer conflitos nos ambientes familiares.

O indivíduo chega e descarrega todo o seu cansaço físico e mental nos afazeres domésticos, nos filhos, nos/as companheiros/as, entre outros membros de seu convívio, trazendo sérias consequências na subsistência e existência dos sujeitos, em especial, as crianças. Os padrões desses relacionamentos conflituosos são interpessoais e abusivos. Indivíduos que transmitem atos de agressões por fatores estressantes, como o trabalho, renda salarial, insatisfeitos/as com todo um contexto de condição socioeconômica. Ressalta-se também outro fator, o desemprego. O trabalho pela visão do senso comum da sociedade, dignifica e socializa o homem para ser um ser social, ou seja, a sociedade caracteriza que sem

trabalho, o homem não é um ser digno de respeito, portanto, a pressão começa por esse consenso.

De acordo com os estudos sobre as relações familiares da cartilha produzida pelo Instituto de Estudos Especiais – IEE da PUC – SP e pelo Centro Brasileiro para a Infância e Adolescência - CBIA (1994),

Acrescente-se aí os relacionamentos subalternos e submissos no ambiente de trabalho e com os serviços públicos.

A frustração é ainda incrementada pela distância entre os apelos de mercado para consumir novos produtos e os limites impostos pelos rendimentos do grupo familiar.

Esse contexto de vida esgarça as relações familiares e às vezes leva à violência e aos maus-tratos [...] (IEE PUC-SP; CBIA, 1994, p. 30)

Cabral *et al.* (2003) também destaca alguns fatores conjunturais que junto às estruturas, predisõem a eclosão da violência nos ambientes familiares:

*Gravidez não desejada; conflitos entre o casal; isolamento da família; ausência de uma rede de apoio (por exemplo: creche, apoio sócio-educativo em meio aberto); angústia criada pelo desemprego; estilo de vida que não leva em conta a criança; dívidas constantes; televisão ligada o tempo todo; dependência química. (CABRAL *et al.* 2003, p.16)*

O índice de desemprego e o exército de reserva, no qual é composto por pessoas desempregadas, são muito grandes; o desemprego reflete vários conflitos internos e externos, tais quais, danos morais, físicos e emocionais na vida dos sujeitos de direitos para com o seu ambiente familiar.

Por outro lado, os indivíduos encontram outros tipos de conflitos envolvendo também diferentes tipos de violência, interligadas à dependência química, para amenizar situações cotidianas, muitas vezes embasadas nas situações econômicas ou, até mesmo, situações de extrema pobreza,

[...] a vida em um mundo competitivo, consumista e cheio de dificuldades e de cobranças, leva o indivíduo a atos de fuga, que muitas vezes se manifesta no alcoolismo e na drogadição, trazendo sérios problemas no relacionamento familiar. (IEE PUC-SP; CBIA, 1994, p. 32)

E fatores envolvendo preconceitos,

[...] incluindo também outras precariedades, como a fragilização de vínculos afetivos, tanto os relacionais como os de pertencimento, decorrentes também das discriminações etárias, étnicas, de gênero ou por deficiências, dentre outras. (CRONEMBERGER; TEIXEIRA, 2013, p. 3)

Os diferentes formatos de discriminação e preconceitos, embasados em vários tipos extremos de violência, também são fatores preocupantes, condizendo que crianças estigmatizadas podem estar interligadas à violência intrafamiliar e que, quando combinadas com indagações de gênero, crianças deficientes, LGBT, grupos de semelhanças culturais/ou biológicas, raça, etnia e racismo contra crianças negras e/ou indígenas dentre outras, são estigmatizadas, excluídas e rotuladas.

Ainda ressalta Yazbek (2001 *apud* CRONEMBERGER; TEIXEIRA, 2013, p. 3), que [...] *vulneráveis são as pessoas ou grupos que, por condições sociais, de classe, culturais, étnicas, políticas, econômicas, educacionais e de saúde, distinguem-se por suas condições precárias de vida.* Enfatiza-se aqui vários fatores da violência intrafamiliar que podem ocorrer todos os dias nos balanços da vida social para com os membros da família, em especial, com crianças, nas lutas cotidianas pela sobrevivência.

Silva (2013) faz uma interpretação do entendimento de Ianni (1991), ressaltando que a questão social sempre esteve presente nas lutas sociais travadas no interior da sociedade brasileira,

[...] essas lutas tiveram um caráter elitista, mas sempre buscando a participação das massas: lutas pela terra, migrações internas, servidão e extermínio do indígena, movimento negro, liberdade sindical, protestos sociais dos trabalhadores emergentes da industrialização tardia, etc. [...] a representação política da questão social constitui-se pelo descontentamento popular expresso nas lutas por reformas sociais, políticas e econômicas que, em conjunturas históricas diversas, adquire sempre uma nova configuração. (SILVA, 2013, p. 262)

A autora esclarece que a Questão Social é reconhecida a partir do desenvolvimento do capitalismo, numa formação socioeconômica capitalista de industrializações e urbanizações, sendo assim, a figura do capital é apontada como responsável pela grande desigualdade social que existe no país.

A formação da questão social no Brasil é fruto do sistema capitalista, e sempre esteve no centro das lutas sociais. Sua representação política se constitui pelo descontentamento popular expresso nas lutas por reformas sociais, políticas e econômicas.

Considerando a violência no seio familiar como uma das expressões da questão social no Brasil, os autores Ferrari; Kaloustian (2011) apresentam,

A situação das famílias é também caracterizada por problemas sociais de natureza diversa, tais como atentados frequentes aos direitos humanos, exploração e abuso, barreiras econômicas, sociais e culturais ao desenvolvimento integral de seus membros. Faz-se necessário um contínuo acompanhamento do processo de mudanças que as afetam, bem como o desenvolvimento de perspectivas e abordagens teóricas que possibilitem o seu entendimento, cobrindo não somente os aspectos relacionados ao mundo intrafamiliar, como também os relacionados à dinâmica das políticas sociais no país. (FERRARI; KALOUSTIAN, 2011, p. 12)

As marcas nas crianças vitimizadas pelos diversos tipos de violência e também da vulnerabilidade social criam nos membros da família interligações e associações com as diversas dinâmicas das expressões da questão social; situações social, econômica, habitacional, educacional e cultural vinculadas à figura do Estado com grandes desigualdades no perfil de distribuição de renda do país, que automaticamente gera um ciclo de desigualdade social, entre a família, a sociedade e o Estado.

Correlacionando sobre a infraestrutura familiar e caracterizando todos os envolvidos nos diversos tipos de violência ocorridos no seio familiar, sabe-se que a violência vitimiza tanto crianças, adolescentes, mulheres e idosos, com os quais muitos reproduzem a violência de forma cultural e social ou como abuso de poder sobre a vítima.

As famílias e todos os membros da sociedade brasileira entendem a violência contra a criança como forma de educação, de imposição de respeito, e, na maioria das vezes, quando os agressores praticam atos de violência contra as crianças, os pais ou responsáveis usam o discurso de que é preciso bater para educar e disciplinar. Assim, cometem muitos erros com as crianças usando a violência no ambiente familiar, contrapondo o que era para ser um ambiente de conforto, alegria e confiança. *Nas famílias mais pobres, estas trajetórias e movimentos ocorrem, muitas vezes, de forma traumática, ditados pelas condições econômicas e a luta pela sobrevivência individual e familiar. (FERRARI; KALOUSTIAN, 2011, p. 13).*

Dificuldades e possibilidades da ação profissional

No decorrer da pesquisa, fica claro que a rede ainda é falha e isso acaba dificultando o trabalho, porém, as profissionais destacam que atualmente o CREAS conta com uma boa coordenação e relacionamento em equipe, o que acaba

refletindo positivamente nos atendimentos e no cotidiano profissional, facilitando, muitas vezes, a intervenção realizada pelo equipamento.

Os profissionais sentem dificuldade de colocar em prática os instrumentos e técnicas da profissão, pois o Serviço Social atua na mediação do Estado com a classe trabalhadora, e para alguns profissionais e para a sociedade, a profissão ainda está atrelada à filantropia; por isso relata que existe uma cobrança dos outros profissionais para com o Assistente Social. Nessa perspectiva, o embasamento teórico, a leitura e o conhecimento do Código de Ética da profissão são importantes, assim o profissional não se perde nem realiza intervenções que não são de sua competência.

Os primeiros passos em direção à proteção da criança

A partir do ano de 1917, com a greve geral de trabalhadores, é que começam a surgir algumas medidas protetivas para a criança e o adolescente, como, por exemplo, a proibição do trabalho da pessoa com idade inferior a 14 anos. Desde então os direitos das crianças vêm sendo conquistados; em seguida criou-se o Juizado de Menores em 1927, posteriormente o Código de Menores em 1979 e após anos de lutas e modificações nos direitos infantis, a partir do art. 227 da Constituição Federal de 1988 criou-se o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA no ano de 1990, que ainda passa por modificações.

O ECA é referência internacional. Ainda no contexto de direitos das crianças e adolescentes, estão os órgãos de proteção: Conselho Tutelar, Ministério Público, CREAS e Vara da Infância e Juventude, todos trabalham na prevenção e na busca pela garantia dos direitos infantis. Este trabalho teve como órgão de pesquisa o CREAS.

Conclusão

A violência contra a criança é um fato existente em toda história da humanidade e em todas as classes sociais, podendo ocorrer em diversos espaços sociais. Porém, o que este trabalho buscou, foi o estudo da violência contra a criança no seio familiar, sendo nomeada essa como violência infantil e intrafamiliar.

O principal objetivo foi de identificar as dificuldades e possibilidades dos profissionais do CREAS no atendimento às crianças vítimas de violência

intrafamiliar, e para nortear tal pesquisa, foi necessário traçar objetivos específicos bem como: contextualizar a história da violência; caracterizar os tipos de violência contra criança; buscar conhecer o perfil das famílias nas quais ocorre essa violência e, por fim, identificar os serviços destinados à criança e sua família, entendendo as ações e intervenções dos profissionais do CREAS. Todos os objetivos foram alcançados.

Ao longo deste trabalho, foram descritos todos os tipos de violência intrafamiliar contra a criança, com o intuito de conscientizar o leitor acerca de tais violências e os órgãos de proteção à criança, afinal, a família, por vezes, acredita que os gritos e agressões são normais. Além disso, buscou-se identificar o perfil das famílias nas quais ocorre a violência intrafamiliar contra a criança, sobretudo pelo fato de se acreditar que os agressores são pessoas visivelmente ruins. Em alguns casos sim, são agressivos e nervosos, em outros não; a violência sexual, por exemplo, é silenciosa, e os agressores geralmente são pessoas que deveriam oferecer proteção à criança, porém é o agente da violência; além disso, sabe-se que a violência sexual pode perdurar anos, pois a vítima vive sob ameaças constantes.

O importante a ressaltar foi que a hipótese da pesquisa foi confirmada, na qual, diferentemente do que grande parte da população acredita, a violência, seja ela contra a criança ou qualquer outro membro familiar, não é particularidade das famílias com vulnerabilidade social, ou seja, famílias as quais sofrem com a falta de acesso à educação, habitação, por vezes alimentação, saúde e segurança; mas, pode ocorrer em qualquer família, independente do nível social, econômico e cultural dos agressores. Sendo assim, a hipótese da pesquisa foi confirmada, pois, na entrevista com as profissionais, o ponto destacado por elas foi que a violência não tem classe social e que o maior número de casos atendidos no ano de 2016 foram da região central da cidade.

A pesquisa de campo foi realizada no CREAS e conduzida por meio de pesquisa exploratória e descritiva, com questionário de abordagem qualitativa aos sujeitos de pesquisa. A entrevista, com crianças de até doze anos que sofreram violência intrafamiliar, foi realizada com duas Psicólogas e uma Assistente Social, como prescrito no ECA, e teve o intuito de conhecer a atuação cotidiana dessas

profissionais, as quais apresentaram suas técnicas de trabalho, tanto com a vítima quanto com a família.

Foi identificado nas profissionais grande empenho e dedicação com o trabalho realizado, tendo em vista que elas destacaram que para um serviço efetivo e dinâmico é necessário um bom relacionamento da equipe, pois entendem que isso facilita o trabalho, destacando como facilidade de intervenção o trabalho interdisciplinar e, como dificuldade, colocaram que a rede, por muitas vezes, é desarticulada e que a violência contra a criança é sustentada na sociedade como método de correção e educação, e por isso sentem dificuldade de desmistificar essa questão, portanto, isso também acaba sendo um impasse na intervenção.

Através de pesquisas bibliográficas e pesquisa de campo, foi constatado que a violência intrafamiliar contra a criança é bem complexa e pode acarretar sérios problemas na vida da criança, tanto físico, como emocional, bem como, depressão, ansiedade, baixa autoestima, dificuldade de relacionamento, sentimento de culpa, dentre outros. Por isso, julga-se importante que a família e os profissionais estejam atentos e preparados para perceber os sinais da violência.

Referências Bibliográficas

ARAÇATUBA. **CREAS**, Centro de Referência Especializado de Assistência Social. Guia de Orientação a Educadores e Profissionais para identificar e combater a violência contra Crianças e Adolescentes, 2011.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

BRASIL. Constituição Federal, 1988. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em:
<https://www.senado.gov.br/atividade/const/con1988/CON1988_05.10.1988/art_127_.asp> Acesso em: 22 jul. 2017.

CABRAL, Cláudia et al. **Violência Intrafamiliar**. Em defesa da convivência Familiar e Comunitária. 3. ed. Rio de Janeiro: Terra dos Homens, 2003.

CONSELHO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE – **CMDCA** Disponível em: <http://www.cmdcario.com.br/index.php?op=page&id=13>> Acesso em: 20 out. 2017.

ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE - **ECA**, 1990. Disponível em:
<<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10586927/artigo-202-da-lei-n-8069-de->

13-de-julho-de-1990> Acesso em: 17 jun. 2017.

FERRARI, Mário. **A importância da família**. In: KALOUSTIAN, Silvio M. Família Brasileira – A base de tudo. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

INSTITUTO DE ESTUDOS ESPECIAIS – IEE PUC – SP, Centro Brasileiro para a Infância e Adolescência - CBIA. **Revisitando a Família**. São Paulo: Cartilha, 1994.

GUERRA, Viviane, N. A. **Violência de Pais Contra Filhos: a Tragédia Revisitada**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Violência Intrafamiliar**. Orientações para a prática em serviço. Brasília, 2002. Disponível em:
<http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/cd05_19.pdf> Acesso em: 02 Out. 2017.

MUSKAT, Malvina E. **Guia prático de mediação de conflitos em famílias e organizações**. São Paulo: Summus, 2005.

SALES, Mione A.; MATOS, Maurílio C.; LEAL, Maria C. **Política Social, Família e Juventude** – Uma questão de direitos. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

SILVA, Ivone M. F. Questão Social e Serviço Social na Formação Sócio-Histórica Brasileira. **Revista da Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social**. TEMPORALIS. Brasília-DF, n. 25, jan./jun. 2013. Disponível em:
<<http://periodicos.ufes.br/temporalis/article/view/3035/4139>> Acesso em: 23 jul. 2017.

VALLE, Luisa. **O Globo**, 2010 - 12% das crianças brasileiras são vítimas de violência doméstica. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/brasil/12-das-criancas-brasileiras-sao-vitimas-de-violencia-domestica-690755.html>> Acesso em: 27 jul. 2017.

VERONESE, Josiane. **Humanismo e infância: a superação do paradigma da negação do sujeito**. In: MEZZAROBBA, Orides. (Org.). Humanismo latino e Estado no Brasil. Florianópolis: Fundação Boiteux, Treviso: FondazioneCassamarca, 2003.

WASELSZ, Julio, J. **Mapa da Violência 2012**, Crianças e Adolescentes. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em:
<file:///C:/Users/User/Desktop/MapaViolencia2012_Crianças_e_Adolescentes.pdf> Acesso em: 20 ago. 2017.