e-book

GESTÃO DE NEGÓCIOS E FINANÇAS

Organizadores: Edivan Guidote Ribeiro e Robson Moro Aioffi

FAACZ
FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-98744-04-9

Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)
Ficha catalográfica elaborada por Claudia Barros Nogueira CRB-12/192-ES

R484g Ribeiro, Edivan Guidote.

Gestão de negócios e finanças, nº 1, 2018 [recurso eletrônico] / Edivan Guidote Ribeiro, Robson Moro Aioffi (Org.). – Dados eletrônicos – Aracruz: FAACZ, 2018.

92 p.

Inclui bibliografia.
ISBN: 978-85-98744-04-9

1. Administração. 2. Gestão de negócios. 3. Finanças. I. Ribeiro, Edivan Guidote. II. Aioffi, Robson Moro. III. Título.

CDD 658

PREFÁCIO

Mercedes Silvério*

Eis-me aqui, tentando fazer um prefácio. E não qualquer prefácio. E sim, um prefácio que convide à leitura, à análise reflexiva. Mas que também mostre a delícia que resulta do estudo de cada um dos textos. É um desafio que atrai, questiona, me faz refletir e sobre tudo, me honra.

Renovação e continuidade. Palavras que marcam a elaboração da nova publicação dos cursos de Negócios das Faculdades Integradas de Aracruz (FAACZ), Ciência da Administração e Ciências Contábeis, constituem-se em marco científico contextuado no livro que nos é apresentado: Gestão de Negócios e Finanças. Outros títulos lhe antecederam em formatos diversos: revista, artigos, livros.

Agora, autores e organizadores deste último projeto (esperemos que seja último por pouco tempo) nos presenteiam de novo com mais uma publicação.

Começarei escrevendo sobre aquilo que mais admirei e gostei no e-book, em cada artigo: a solidez teórica e metodológica, linguagem técnica e acessível a diversos públicos, atualidade temática e paixão pela pesquisa.

Interessante destacar a dimensão didático-pedagógica. Não só pela estrutura metodológica que se faz evidente em todos e cada um dos artigos, mas também pela magnífica iniciativa de participação de egressos entre os autores.

Se não fosse a necessidade de reflexão, de necessária associação de ideias com os textos de cada um dos artigos apresentados, poderia se priorizar uma leitura única, como de um texto cuja leitura provoca o desejo de ler tudo de uma vez.

Digna de ressaltar é o equilíbrio quantitativo e qualitativo entre o referencial teórico e os fundamentos metodológicos ao longo de todos os textos. As pesquisas desenvolvidas apresentam baseamento teórico coerente, atual, com clássicos e autores mais recentes, o que contribui em grande medida para uma ótima compreensão dos assuntos investigados. A diversidade de assuntos dentro de uma única temática e a leitura de fácil compreensão permite que se amplie o círculo de leitores.

A temática atualizada e de relevância social manifesta-se quando se aborda a inclusão do portador de deficiência no mercado de trabalho.

Com o objetivo de analisar a percepção dos portadores de deficiência sobre sua inclusão no mercado de trabalho no município de Aracruz/ES, a pesquisa revela qual a situação atual e contextual do objeto de estudo.

As conclusões da pesquisa mostram as percepções respectivas dos diversos grupos pesquisados, tanto os portadores de deficiências empregados, os desempregados, incluindo os empreendedores. Informação muito significativa para a criação e aplicação de políticas afirmativas.

O trabalho com modelos dá rigor teórico e metodológico às pesquisas. Exemplo é o artigo sobre as decisões do gestor, que tem como objetivo analisar os modelos de processo decisório adotados por gestores de empresas numa região do Espírito Santo.

O gestor precisa tomar decisões adequadas para que a empresa alcance seus objetivos e metas. É esta a tese de base da pesquisa. Nos resultados relacionam-se as opiniões dos gestores sobre como tomam as suas decisões. com os modelos analisados no referencial teórico da investigação, demostrando que a maioria dos gestores tomam suas decisões mais fortemente baseados em normas, regras e procedimentos da empresa, ou seja, aplicam o que na literatura é classificado como modelo organizacional.

A relação entre a satisfação do cliente com o sucesso da empresa constitui o assunto da pesquisa sobre a influência da qualidade de serviço na escolha de academia e tem como objetivo caracterizar a qualidade do serviço e a decisão de compra de academias de ginástica. Assume a premissa de base que as empresas fornecedoras do serviço de academias de ginástica devem estar atentas as inovações para cumprir com todas as exigências do seu cliente.

Sólido e rigoroso o artigo que aborda o conteúdo informacional dos relatórios modificados da auditoria independente de companhias abertas brasileiras listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA) no período de 1998 a 2008.

Na pesquisa utilizou-se um sólido instrumental metodológico baseado em classificações das modificações e modelos. Destacam-se o sistema de equações utilizadas para processamento de dados e análise qualiquantitatva dos resultados.,

O artigo que encerra a coleção aborda um assunto de interesse para grande número de pessoas e de organizações: como ter uma situação financeira favorável e adquirir uma correta educação financeira. O referencial teórico assume como base a relação entre o perfil investidor do indivíduo com a capacidade de utilizar ou aplicar corretamente seus recursos.

A pesquisa aplicou-se a alunos da FAACZ, fornecendo assim, mais um conhecimento que contribui ao melhor desempenho da organização educativa.

Por último, mas não menos importante, merece destaque as amplas e rigorosas referências bibliográficas utilizadas. Elas evidenciam um sólido conhecimento dos assuntos tratados e das metodologias apropriadas para os diversos objetos de pesquisa.

As limitações assinaladas pelos próprios autores e, consequentemente, as sugestões de outras pesquisas que ampliem ou deem continuidade as aqui apresentadas marcam a culminação adequada para este e-book.

Profissionais, alunos e público em geral receberão certamente este e-book com grande interesse. Não serão desapontados, pois vão encontrar nele conhecimento, exemplos e experiências metodológicas dignas de análise.

Em resumo, convido-os à leitura.....

Mercedes Silvério Gomez

Professora de Español Secundario Superior pela Universidade de La Habana, Pós-graduada em Estudos Sociais e Pedagógicos e Mestre em Ciências da Educação pelo Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona. Atualmente é Coordenadora de corpo docente e discente da FAACZ- Faculdades Integradas de Aracruz.

SUMÁRIO

MODELOS DE PROCESSO DECISÓRIO ADOTADOS POR GESTORES DE EMPRESAS NUMA REGIÃO DO ESPÍRITO SANTO ..... pág. 6

A PERCEPÇÃO DO PORTADOR DE DEFICIÊNCIA SOBRE SUA INCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO NO MUNICÍPIO DE ARACRUZ/ES ..... pág. 25

A INFLUÊNCIA DA QUALIDADE DE SERVIÇO NA ESCOLHA DE ACADEMIA..... pág. 35

O CONTEÚDO INFORMACIONAL DOS RELATÓRIOS MODIFICADOS DA AUDITORIA INDEPENDENTE NO BRASIL ..... pág. 51

PERFIL INVESTIDOR DOS ALUNOS DE GRADUAÇÃO DA FAACZ – FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ/ES..... ..... pág. 74

MODELOS DE PROCESSO DECISÓRIO ADOTADOS POR GESTORES DE EMPRESAS NUMA REGIÃO DO ESPÍRITO SANTO

Alessandra Broetto de Araujo Nascimento, graduada em Administração pela FAACZ-Faculdades Integradas de Aracruz. Email alessandra-b-a@hotmail.com.

Edivan Guidote Ribeiro, Administrador, Mestre, Professor da FAACZ – Faculdades Integradas de Aracruz. Email edivan@fsjb.edu.br

Tamyres Borges do Nascimento, graduada em Administração pela FAACZ - Faculdades Integradas de Aracruz. Email tamyresbn@hotmail.com

O ambiente organizacional contemporâneo é composto por diversas situações nas quais o gestor precisa tomar decisões adequadas para que a empresa alcance seus objetivos e metas. Dentro deste contexto este capítulo apresenta uma pesquisa com a temática processo decisório, iniciando com a revisão da literatura, seguida de uma pesquisa de campo, tendo como objetivo analisar os modelos de processo decisório adotados por gestores de empresas numa região do Espírito Santo. Esta pesquisa exploratória do tipo bibliográfica com pesquisa de campo, se deu por meio da aplicação de um questionário estruturado em forma de entrevista a 45 (quarenta e cinco) gestores de empresas de diferentes segmentos. Os resultados são apresentados ao final e demonstraram que a maioria dos gestores tomam suas decisões mais fortemente baseados em normas, regras e procedimentos da empresa, ou seja, aplicam o que na literatura é classificado como modelo organizacional. No entanto, utilizam também, com menos frequência, os modelos intuitivo, racional e político, aplicando os mesmos de acordo com o contexto da organização no momento da tomada de decisão.

INTRODUÇÃO

Com a evolução da administração, muitos pesquisadores construíram teorias centradas em pesquisas nas tarefas, na estrutura, nas questões do ambiente de negócios, nas pessoas, na tecnologia e na competitividade. Entre as teorias descritas na literatura está a Teoria Comportamental da Administração, que surgiu no final da década 50, cujos autores procuraram estudar as organizações como sistemas sociais cooperativos e como sistemas de decisão. Segundo Chiavenato (2002, p.143), “As teorias administrativas surgidas antes desse período abordaram preferencialmente as ações, deixando de lado as decisões que as provocam”.

Como se vê, a literatura indica que o aprofundamento teórico sobre o processo decisório ocorreu somente em anos recentes, mas não há administração sem tomada de decisão e, neste sentido, qualquer gestor torna-se um decisor. Portanto, “Os

administradores devem necessariamente ser homens de decisão porque o processo de tomada de decisão é parte do ofício de administrar" (LONGENECKER, 1981, p. 72).

Cada decisor possui habilidades próprias para gerenciar com sucesso todas as etapas do processo decisório (ABBADE; BRENNER, 2009), já que envolve riscos e incertezas (SHIMIZU, 2010), porém existem modelos teóricos que tentam explicar como ocorrem as etapas e as variáveis que envolvem uma decisão. Conforme Cornélio (1999) exemplos mais comuns de modelos de processo decisório são: racional, organizacional, intuitivo e político.

A relevância em aprofundar o estudo dos modelos de processo decisório encontra guarida na própria literatura, já que, segundo Chiavenato (2002) e Gontijo e Maia (2004), é preciso experimentar, dispor de capacidade adaptativa e atuar num processo de aprendizado organizacional constante para que se possam definir soluções adequadas. Assim sendo, entende-se que os resultados desta aprendizagem organizacional são úteis, uma vez que conhecer os modelos de decisão auxilia os gestores, tanto na execução de suas atividades, as quais afetam a organização diariamente, quanto no sucesso de suas carreiras como responsáveis pela decisão.

Tendo em vista que o processo decisório faz parte do cotidiano das organizações e que a literatura busca compreender essa realidade, este capítulo procura investigar a seguinte questão: Quais modelos de processo decisório são adotados por gestores de empresas numa região do Espírito Santo? Consequentemente o objetivo desta pesquisa passa a ser Analisar os modelos de processo decisório adotados por gestores de empresas numa região do Espírito Santo. Neste intuito este capítulo apresenta uma caracterização teórica do processo decisório, bem como descreve os principais modelos existentes e finalmente apresenta uma discussão dos resultados encontrados na pesquisa de campo.

PROCESSO DECISÓRIO

Conforme afirma Costa Neto (2007), os indivíduos e as organizações estão constantemente sujeitas à tarefa de decidir. Atualmente sabe-se que muitas variáveis são envolvidas num processo de tomada de decisão. Essas variáveis sempre existiram, porém passaram a ser estudadas e a ganhar maior importância no final da década de 50 com estudos sobre a Teoria Comportamental de Herbert Simon, que passa a estudar a organização com um sistema de decisões, segundo Chiavenato (2002). Por este pensamento de Simon, todos na organização tomam decisões, independente do cargo que assumem.

O difícil papel dos tomadores de decisão é discutido por Gontijo e Maia (2004, p. 17) quando destacam que "Os dirigentes têm que enfrentar rapidamente os problemas, trabalhando os efeitos, explorando o quê e o como da questão". Lousada e Valentim (2011), complementam este papel ao lembrar que as empresas necessitam de decisões adequadas, num espaço de tempo reduzido.

Decisões adequadas são difíceis porque uma mesma situação pode apresentar diversas alternativas de solução, mas só permite uma única ação e deste modo uma decisão eficaz pressupõe a focalização correta do problema. (GOMES; GOMES, 2012). Maximiano (2004) resume bem esta situação quando define que a decisão é definida como escolha entre alternativas, que tem como consequência a resolução de problemas ou aproveitamento de oportunidades.

A busca por soluções adequadas também é ressaltada por Chiavenato (2002, p.144), o qual afirma que “Decisão é o processo de análise e escolha entre as alternativas disponíveis de curso de ação que a pessoa deverá seguir”. Neste conceito de Chiavenato (2002) podem-se destacar dois aspectos sobre a decisão: o primeiro aspecto envolve uma etapa de análise, momento no qual o decisor se utilizará de todas as habilidades e competências que lhe for cabível, e, o segundo, envolve escolha entre alternativas, ou seja, o decisor optará pela alternativa que lhe pareça a melhor, para atingir os objetivos da organização.

Finalmente, Fernandes et al. (2007, p. 45) resume o conceito de processo decisório ao afirmar que é “[...] a capacidade de decidir, de tomar decisões, de escolher, selecionar ou optar entre várias alternativas de ação que possibilitem ir adiante, suceder ou mudar o estado atual da situação”.

A busca por soluções adequadas pode ocorrer de forma programada (estruturada) e não programada (não estruturada), segundo Moritz e Pereira (2006).

Segundo Montana e Charnov (2010), as decisões programadas são definidas por problemas ou oportunidades compreendidos, rotineiros, repetitivos e que seguem regras ou diretrizes estabelecidas. Portanto, muitas vezes os gerentes tomam decisões semelhantes, sendo que a primeira situação exposta necessita de uma abordagem sistêmica capaz de estruturar uma metodologia eficaz para que as próximas soluções sejam algorítmicas. Por conseguinte, Maximiano (2004, p. 111) afirma que “As decisões programadas fazem parte do acervo de soluções da organização. Resolvem problemas que já foram enfrentados antes e que se comporta sempre da mesma maneira”.

Sobre as decisões não programadas pode-se assegurar que os problemas ou oportunidades não são comuns e pouco entendidos, partem de uma singularidade, pois são raros de ocorrer. Logo, existem poucos precedentes, o que faz com que os gerentes detenham habilidades próprias para a decisão, sem a aplicação de políticas organizacionais (MONTANA; CHARNOV, 2010). De acordo com Longenecker (1981), esse tipo de decisão é mais complexo uma vez que o conhecimento sobre a situação é incompleto e requer um julgamento fundamentado pela subjetividade e intuição.

As tomadas de decisão em uma organização são divididas em níveis, sendo estes o nível alto, o nível intermediário e o nível de supervisão. Cada nível resulta em um tipo de decisão, sendo estas, estratégicas, táticas e operacionais, respectivamente, conforme mostra a Figura 1.

Figura 1 – Níveis de tomadas de decisão em uma organização

Fonte: Montana e Charnov (2010, p. 93)

As decisões estratégicas (alto nível) "[...] são aquelas que determinam os objetivos da organização como um todo, seu propósito e direção" (MONTANA; CHARNOV, 2010, p. 92). As decisões táticas (nível intermediário), também conhecidas como administrativas, estão abaixo do nível estratégico e são responsáveis pelo "[...] desenvolvimento de táticas para realizar as metas estratégicas definidas pela alta administração" (MONTANA; CHARNOV, 2010, p. 93). Essas decisões são voltadas para a ação, sendo mais específicas do que as decisões estratégicas. As decisões operacionais (nível de supervisão) estão na base da pirâmide, mas não deixam de ser importantes, uma vez que "As decisões operacionais absorvem a maior parte da energia e atenção da empresa" (ANSOFF, 1990, p. 25).

De posse dessas informações, Oliveira e Silva (2006) destacam que influenciados pelas mudanças que ocorrem no ambiente interno e externo à organizacão, os gestores de nível alto lidam com decisões não programadas, ou seja, questões problemáticas e urgentes. Já os gerentes do nível de supervisão, fundamentam-se nas decisões programadas, seguindo as regras e políticas da empresa.

Portanto, investigar e construir modelos favoráveis à aplicação de métodos e técnicas de decisão organizacional, que tem por base a informação, são de suma importância. Isto porque, o manuseio de tais modelos permite que a estrutura organizacional e as relações complexas inerentes aos processos desenvolvidos nesse âmbito, sejam compreendidas pelos gestores (LOUSADA; VALENTIM, 2011).

ETAPAS DO PROCESSO DECISÓRIO

Para Montana e Charnov (2010) a tomada de decisão acontece através de um processo em que a sequência de atividades empreendidas pela administração tem como resultado a solução de problemas empresariais. Sendo assim, vários autores tem uma descrição própria sobre processo decisório, porém as etapas por eles expostas são muito semelhantes. Portanto, no Quadro 1, estão representados os principais autores com suas visões respectivas.

Da análise das etapas descritas no Quadro 1, observa-se a existência de um raciocínio lógico em que a tomada de decisão inicia-se com a identificação de um problema ou

oportunidade, em seguida é realizada uma análise da situação, a qual gera alternativas, sendo uma dessas escolhida para tornar-se a decisão. Finalmente, os resultados da decisão tomada são acompanhados. O que se observa pela leitura é que alguns autores desdobram essas fases para facilitar o entendimento e a aplicabilidade da teoria.

Neste processo cada etapa influencia as outras. Mesmo que isso seja verdadeiro, nem sempre o processo segue todas as etapas em todas as decisões, conforme defende Chiavenato (2002, p. 147) quando diz que: “Se a pressão for muito forte para uma solução imediata as etapas [...] podem ser abreviadas ou suprimidas”.

Quadro 1 – Etapas do processo decisório

MINTZBERG	SIMON	MAXIMIANO	BAZERMAN	CHIAVENATO	LACOMBE
1 Identificação	1 Busca de informações	1 Identificação do problema ou oportunidade	1 Defina o problema	1 Percepção da situação que envolve algum problema	1 Identificação de sintomas e sinais
1.1 Reconhecimen-to da decisão	2 Criação, desenvolvi-mento e análise das possíveis ações	2 Diagnóstico	2 Identifique os critérios	2 Análise e definição do problema	2 Análise do tipo de problema ou da oportunidade existente
1.2 Diagnóstico	3 Escolha da alternativas	3 Geração de alternativas	3 Pondere os critérios	3 Definição dos objetivos	3 Identificação de soluções alternativas
2 Desenvolvimen-to		4 Escolha de uma alternativa	4 Gere alternativas	4 Procura de alternativas da solução ou de cursos de ação	4 Analise das soluções alternativas e considerações sobre as suas consequências
2.1 Procura		5 Avaliação da decisão	5 Classifique cada alternativa segundo cada critério	5 Escolha (seleção) da alternativa mais adequada ao alcance dos objetivos	5 Avaliação das alternativas e escolha da mais adequada
2.2 Formulação			6 Identifique a solução ótima	6 Avaliação e comparação dessas alternativas	6 Comunicação da decisão escolhida
3 Seleção				7 Implementação da alternativa escolhida	7 Acompanha-mento das ações necessárias à implantação da decisão
3.1 Avaliação					
3.2 Escolha e autorização					

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em: Mintzberg (apud CORNÉLIO, 1999, p.33), Simon (apud PUNG; HICHSON, 2004, p.139), Maximiano (2004, p.113), Bazerman (2004, p. 5), Chiavenato (2002, p. 146) e Lacombe (2006, p.443).

Segundo Maximiano (2004), essas etapas auxiliam os gestores a aumentar o grau de certeza nas decisões, de forma a eliminar os possíveis erros oriundos da atividade humana. Uma vez que essa é incapaz de processar várias informações concomitantemente, impossibilitandocaptar o essencial para a empresa.

O que se conclui é que o mapeamento dessas etapas deve ser considerado pelo gestor apenas como referências para análise e não uma regra, pois o processo decisório, na prática, varia em função do contexto global da organização.

As etapas do processo decisório não tem sido a única preocupação da literatura, a qual tem se dedicado ao estudo sob diversas outras perspectivas, incluindo tipos de decisões, níveis da decisão e também estudos sobre características do decisor, uma vez que "Os administradores dos vários níveis organizacionais tomam muitas decisões diferentes" (LONGENECKER, 1981, p. 73).

PRINCIPAIS MODELOS DO PROCESSO DECISÓRIO

Nesta seção serão abordados os principais modelos de tomada de decisão. Existem vários modelos, mas segundo Cornélio (1999) os modelos Racional, Intuitivo, Político e Organizacional são as quatro grandes áreas mais referenciadas na literatura.

Modelo racional

No modelo racional, a decisão é provocada a partir da detecção de um problema. Portanto, conforme Motta e Vasconcelos (2004), os gerentes terão acesso a todas as informações e, após avaliação destas, escolherão a melhor alternativa possível de forma objetiva. Por isso o modelo racional exige que o decisor seja bem informado e tenha conhecimento de todas as opções disponíveis.

Sendo assim, Maximiano (2004) alega que "Uma decisão racional baseia-se em informações e não em sentimentos, emoções ou crenças [...]". Então, para alcançar os objetivos organizacionais almejados, o gestor reúne informações oriundas dos vários setores da empresa a fim de servir como instrumento de tomada de decisão (LOUSADA; VALENTIM, 2011).

De acordo com Franklin, Kenski e Popadiuk (2011, p. 153) "O processo de decisão racional tem ampla aplicação em situações em que as alternativas estão bem definidas, a informação é clara e o ambiente é relativamente estável". Neste contexto, pode-se afirma que o modelo racional é o mais sistematizado e estruturado entre os modelos existentes, uma vez que auxilia os gestores ater mais clareza e racionalidade diante das informações incertas, as quais influenciam as decisões (OLIVEIRA; SILVA, 2006).

O modelo racional conforme Pung e Hickson (2004) é criticado por Marche Simon por considerarem que racionalidade tem severos limites, principalmente quando se trata

de tomada de decisão. Outro ponto é que, mesmo que o decisor tenha grande quantidade de informações disponíveis, ele não possui capacidade de interpretar e relacionar tantos fatos ao mesmo tempo, “[...] mas de simplificar a realidade de forma a ajustá-la à mente humana” segundo Gontijo e Maia (2004, p. 17).

As limitações do modelo racional também são descritas por Cornélio (1999), quando a autora ressalta que a decisão racional enfrenta três consequências: certeza, risco e incerteza. A mesma autora esclarece que o decisor escolhe a consequência mais adequada para si, ou seja:

a) na presença de certeza entre as alternativas, não há ambiguidade na escolha;
b) na presença de risco, o decisor escolhe a alternativa de maior utilidade; e
c) na presença de incerteza, opta-se pela menos pior.

Portanto, no modelo racional há uma completa ciência do risco envolvido, o que resulta na eliminação da incerteza na tomada de decisão (FERNANDES, et al. 2007).

Modelo intuitivo

Segundo Brockman e Anthony (apud FRANKLIN; KENSKI; POPADIUK, 2011), a intuição é definida como uma percepção imediata, sendo uma conexão entre o consciente e o subconsciente, com base no conhecimento precedente que é interiorizado pelas pessoas.

O modelo intuitivo identifica como elementos principaisa intuição, o senso comum, os instintos e a percepção individual, valorizando a experiência profissional e pessoal dos decisores.

Com base nos elementos citados, Motta e Vasconcelos (2004, p. 119) asseguram que:

> Os indivíduos constroemassimesse ‘instinto’ ou ‘intuição’ no qual baseiam as suas decisões, as quais não sabem explicar. É a experiência e a seleção de comportamentos e estratégias que foram funcionando e, portanto, foram sendo conservadas, e a eliminação de padrõesde comportamento e análise que foram se mostrando falhos que permitem a um indivíduo experiente decidir de modo acertado.

Contrário ao modelo racional, o modelo intuitivo é utilizado principalmente em situações onde as informações são limitadas, nas quais a intuição é mais apropriada (MAXIMIANO, 2004).

Num cenário onde as organizações lidam com constantes mudanças, o modelo intuitivo é exigido, já que tal cenário exige decisões rápidas e sendo assim a experiência do gestor faz a diferença na tomada de decisão, pois não se tem tempo de estruturar todas as etapas do processo decisório ou programar as decisões.

Esta afirmação é confirmada por Schoemaker e Russo (1993) quando explicam que a intuição nas decisões pode facilitar e agilizar o processo decisório, uma vez que os gestores, por utilizarem experiências do passado, compreendem automática e instantaneamente as situações. Porém, há uma inconsistência causada pela falta de percepção nas falhas de memória e distrações, e por isso, o decisor não pode se defender caso algo dê errado.

Outra limitaçãodeste modelo é evidenciada por Costa Neto (2007) ao salientar que nas decisões baseadas na experiência, existe um risco de não aproveitar as inovações e novidades tecnológicas e administrativas, as quais surgem constantemente no mundo moderno. Isto porque o detentor da experiência apega-se às práticas tradicionais, que na maioria das vezes são bem sucedidas, fechando-se para a aceitação das inovações.

Modelo político

No modelo político o processo decisório é um constante sistema de negociação, onde o objetivo é adequar as decisões aos grupos de interesse e os principais elementos são o poder, a influência e o conflito. Segundo Motta e Vasconcelos (2004, p. 108), "De acordo com seus interesses políticos, os tomadores de decisão nas organizações formam coalizões e alianças políticas e as soluções devem ser negociadas continuamente", sendo que essas negociações são feitas com o objetivo de manter, reforçar ou modificar a estrutura de poder.

Nesse sentido, Eisenhardt e Zbaracki (1992) afirmam que as decisões resultam do processo em que os tomadores de decisão são individualmente racionais, porém não coletivamente assim. Portanto, elas se reúnem através de acordos uma vez que possuem interesses concorrentes.

O modelo político abrange a política como instrumento de decisão, onde os diversos graus de influência dos atores, os quais ocupam distintas posições, lhes garantem poder. Deste modo, estas influências resultam na escolha procedente do resultado da troca ou da barganha entre envolvidos (LOUSADA; VALENTIM, 2011).

Segundo os autores Gontijo e Maia (2004, p. 18), no modelo político "Reconhece-se a existência de um equilíbrio precário entre objetivo individual e organizacional e focaliza-se o comportamento do grupo para compreender a política de decisão da organização". De posse deste cenário, o decisor então conduz sua decisão de forma negociada, de tal modo a atender aos grupos.

Os indivíduos possuem escolhas conflitantes e almejam algo que lhe seja conveniente, e por isso, usam informações para elevar seu poder nas organizações. Sendo assim, o fator predominante no modelo político é o conflito, uma vez que este surge com intuito de emanar situações nas quais é possível auferir vantagens pessoais (FERNANDES et al., 2007).

Lousada e Valentim (2011) explicam que o modelo político é alvo de conflitos que envolvem influência e poder, os quais afetam a organização sendo que, na maioria das vezes, os propósitos empresariais são ultrapassados pelos pessoais.

Neste contexto, Fernandes et al. (2007) afirma que muitos acreditam que o modelo político seja pouco ético por ser de aspecto espontâneo de cada pessoa. Entretanto, há diversas opiniões acerca deste paradigma, pois o consideram indispensável para o sucesso das empresas, já que possibilitam a ocorrência de mudanças e adaptações necessárias.

Modelo organizacional

No modelo organizacional, os decisores seguem regras e procedimentos da organização e buscam soluções satisfatórias e aceitáveis. Chiavenato (2002, p. 148) esclarece que neste modelo “A organização retira de seus participantes a faculdade de decidir sobre assuntos e a substitui por um processo decisório próprio, previamente estabelecido e rotinizado”.

É evidenciado que neste modelo, os decisores procuram adequar as alternativas existentes às normas e tradições organizacionais, de forma a valorizar conceitos institucionalizados (FERNANDES et al., 2007). O autor ainda afirma que “No paradigma organizacional, o fator preponderante é a presença de uma estrutura que deve ser respeitada durante o processo decisório” (FERNANDES et al., 2007, p. 57).

Nas organizações em que predomina o modelo organizacional, ocorre a divisão de trabalho e a integração das atividades entre os setores, os quais possuem responsabilidades e limitações em relação às ações a serem tomadas. Isto porque os indivíduos partem do pressuposto de que devem seguir os mesmo objetivos para que haja uma congruência no processo decisório (GONTIJO; MAIA, 2004).

Neste contexto, Escrivão Filho e Perussi Filho (2010, p. 134) afirmam que a organização ainda “[...] adapta o comportamento do indivíduo num sistema integrado, isto é influencia suas decisões”, influenciando o gestor a tomar as decisões pré-estabelecidas pela organização, tendo assim pouca possibilidade de inovar em suas decisões.

Outros modelos de processo decisório

Na seção anterior foram vistos os quatro principais modelos de processo decisório, porém na literatura são encontrados vários outros. Motta e Vasconcelos (2004) realizaram um estudo sintetizando diversos modelos conforme abaixo.

- Modelo Cyert e March: elaborado por Richard Cyert e James March, possui as decisões negociadas com os grupos de interesse e aprendizagem com a experiência organizacional.
- Modelo de Dissonância Cognitiva: criado por Festinger, possui as decisões influenciadas pelo tipo de personalidade do decisor e de situação no momento da decisão.
- Modelo Incrementalista: tem como autor Lindblom e é caracterizado pelo conservadorismo ao decidir, limitação de incertezas, mudanças lentas e graduais.
- Modelo da Anarquia Organizada: elaborado por Cohen, March e Olsen, é caracterizado como um processo de tomada de decisão desestruturado, em que o acaso e a sorte tem um importante papel no processo decisório.

Apesar dos modelos de processo decisório serem distintos não significa que os gestores tomam suas decisões centradas em um único modelo, ao contrário, eles podem tomar suas decisões baseadas em mais de um modelo, de acordo com seu

entendimento, suas experiências, as normas da organização, com os grupos de interesses, etc.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa foi realizada com 45 (quarenta e cinco) gestores de empresas localizadas no município de Aracruz. A população alvo da pesquisa foram as empresas que possuem convênio com a Faculdades Integradas de Aracruz para oferta de estágio, cuja amostra foi selecionada por disponibilidade, ou seja, empresas que demonstraram interesse em participar da pesquisa.

Para obtenção das respostas foi aplicado o método de entrevista, com questionário estruturado.

Para construção do questionário foi criado um indicador (proxy) para cada modelo, com base na literatura estudada e para cada proxy foi usada uma frase, representando assim o modelo, conforme apresentado no Quadro 2.

Quadro 2 - Proxies usadas no questionário em cada modelo de decisão

Modelo	Proxy/literatura	Frase usada no questionário para representar o modelo
Racional	Informações de maneira geral (MOTTA e VASCONCELLOS , 2004).	Informações da contabilidade, de jornais, de revistas e de cursos realizados
Intuitivo	Experiências anteriores (MAXIMIANO, 2004, MOTTA e VASCONCELLOS , 2004).	Experiências que obteve ao longa da vida e em negócios anteriores.
Político	Negociação com grupos de interesses (CORNÉLIO, 1999 e MOTTA e VASCONCELLOS , 2004).	Sugestões / reclamações / opiniões dos funcionários / sindicatos / demais gestores.
Organizacional	Regras, procedimentos e objetivos da empresa (CHIAVENATO, 2002 e ESCRIVÇÃO FILHO e PERUSSI FILHO, 2010)	Regras, procedimentos e objetivos da empresa.

Fonte: Preparado pelos autores.

Na primeira parte da entrevista foi realizada uma avaliação específica sobre cada modelo, por meio de uma simulação com 6 rodadas. Para isso era fornecido a cada gestor entrevistado um cartão com as frases de apenas dois modelos, entre as quais ele teria que escolher uma frase como a mais relevante e que ele usaria de referência para tomar uma decisão. A frase escolhida representava o modelo preferido entre os dois dados. Após a escolha do gestor o cartão era recolhido e novo cartão, com dois novos modelos, eram entregues para sua nova escolha.

Como temos 4 modelos, combinados de dois em dois, o gestor teve que fazer esta escolha 6 vezes. ou seja, 6 rodadas. Assim ele teve que decidir entre os modelos Racional X Intuitivo, Racional X Político, Racional X Organizacional, Intuitivo X Político, Intuitivo X Organizacional e Político X Organizacional.

A cada rodada da simulação os cartões eram recolhidos logo após a escolha do gestor, garantindo assim maior precisão nas suas preferências.

As escolhas do gestor na simulação foram tabuladas e discutidas em 3 grupos: Modelo mais preponderante em todas as simulações, Modelo menos preponderante e Modelo de preponderância intermediária.

Na segunda parte da pesquisa, foi realizada uma avaliação geral e para isso foi entregue ao gestor um cartão com as 4 frases, para que o entrevistado numerasse de 1 a 4, sendo que a PRIMEIRA seria a que MAIS influenciava e a ÚLTIMA a que MENOS influenciava no momento de se tomar uma decisão na empresa.

As escolhas obtidas na avaliação geral foram comparadas com as escolhas da fase da simulação, no sentido de verificar as congruências e/o incongruências.

Com estes procedimentos procurou-se responder ao problema de pesquisa que foi: Quais modelos de processo decisório são adotados por gestores de empresas numa região do Espírito Santo?

RESULTADOS: MODELOS DE PROCESSO DECISÓRIO ADOTADOS POR GESTORES DE EMPRESAS NUMA REGIÃO DO ESPÍRITO SANTO

Perifl da amostra

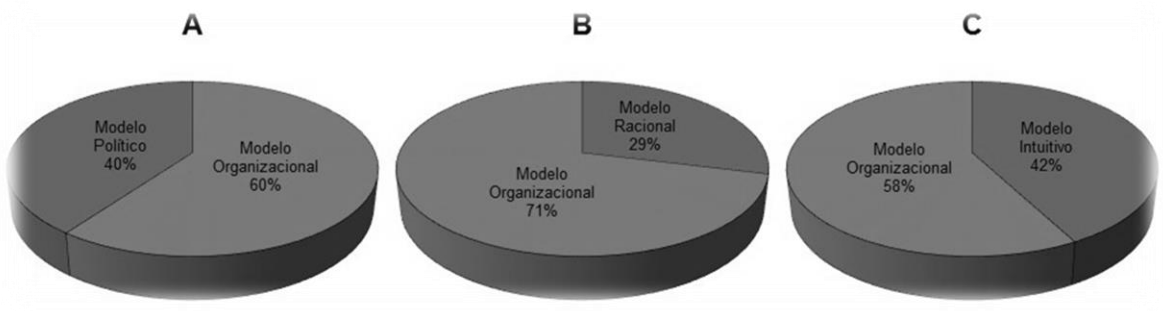
Os pesquisados, em sua grande maioria, têm formação escolar de nível superior (73%), estão bem distribuídos em diversas faixas etárias, com idade mínima de 25 anos e possuem experiência de gestão há mais de 5 anos (71%). Quanto à liderança, 45% deles lideram/lideraram grupos com até 10 colaboradores e 55% com mais de 10 colaboradores. Isso indica que a amostra está apta para responder sobre processo decisório, seja considerando a maturidade ou experiência com gestão.

A amostra foi obtida essencialmente entre micro, pequenas e médias empresas, usando como critério a quantidade de funcionários, conforme método descrito pelo SEBRAE (2014). Especificamente neste ponto a amostra foi representativa já que os respondentes estão atuando no setor de serviços (55%), comércio (27%) e construção civil (18%).

Modelo mais preponderante: Organizacional

Nesta seção será discutida a relação entre o modelo organizacional e os demais modelos, já que o organizacional se mostrou o preferido pelos decisores, conforme se visualiza no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Modelo organizacional em relação aos demais modelos



Fonte: Preparado pelos autores a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

A pesquisa indicou claramente que as normas, regras e procedimentos da empresa (modelo organizacional) possuem maior peso nos processos decisórios. O Gráfico 1 indica claramente que, numa situação de escolha, na qual o gestor deve considerar apenas uma opção para tomar suas decisões, fica em segundo plano as experiências acumuladas (modelo intuitivo), a preocupação com os grupos de poder (modelo político), e até mesmo as informações da contabilidade entre outras (modelo racional).

No modelo de decisão organizacional, conforme Fernandes et al (2007), os decisores procuram adequar as alternativas existentes às normas e tradições organizacionais, de forma a valorizar conceitos institucionalizados e o "[...] o fator preponderante é a presença de uma estrutura que deve ser respeitada durante o processo decisório".

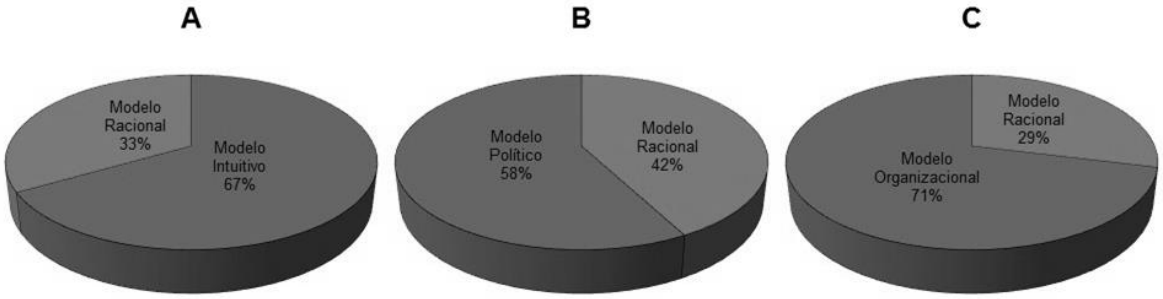
Um ponto a considerar é que a grande maioria dos entrevistados possui curso superior (73%), o que indica tais pessoas com maior nível de informação e com isso, tendem a estar mais abertas e preparadas para inovações e para correr riscos. Porém,nesta pesquisa, os gestores entrevistados estão centrando suas decisões nas normas e procedimentos da empresa.

Este resultado fortemente centrado no modelo organizacional não deixa de ser um aspecto para a reflexão das organizações, pois Chiavenato (2002, p. 148) esclarece que neste modelo "A organização retira de seus participantes a faculdade de decidir sobre assuntos e a substitui por um processo decisório próprio, previamente estabelecido e rotinizado". A questão é que, como todos sabem, o mundo é globalizado, de alta competitividade e as informações mudam em alta velocidade e sendo assim, rotinizar ou padronizar processos decisórios pode não ser a melhor alternativa para o sucesso empresarial. Neste cenário contemporâneo é necessário dar margem para a criatividade e inovação nas tomadas de decisões e à medida que a empresa tem uma cultura de decidir com base em suas normas e procedimentos, tal margem pode estar sendo comprometida. Cada empresa deve fazer sua reflexão.

Modelo menos preponderante: Modelo Racional

Nesta seção será discutida a relação entre o modelo racional e os demais modelos, já que o racional não se mostrou o preferido pelos decisores, conforme se visualiza no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Modelo racional em relação aos demais modelos



Fonte: Preparado pelos autores a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Pela análise do Gráfico 2, apurou-se que as informações de maneira geral, seja da contabilidade, de jornais, revistas ou de cursos frequentados pelos gestores (modelo racional) possuem menor influência no processo de tomada de decisão. Isso fica evidente porque tais informações ficam em segundo plano, quando comparado às experiências anteriores (modelo intuitivo: 67% das escolhas), às negociações com grupos de interesse (modelo político: 58% das escolhas) e às regras e objetivos da empresa (modelo organizacional: 71% das escolhas). Observa-se, então, que o modelo racional fica em segundo plano em todas as situações, embora com bastante proximidade ao modelo político.

De certa forma, este resultado causa surpresa, pois ao se levar em conta que a maioria dos gestores possui curso superior (73%), o modelo racional, ou seja, decisões baseadas em informações, ocupariam uma relevância maior que as demais variáveis envolvidas no processo decisório.

Uma possível explicação para esta realidade vem da literatura. Gontijo e Maia (2004) defendem que, mesmo que o decisor tenha grande quantidade de informações disponíveis, ele não possui capacidade de interpretar e relacionar tantos fatos ao mesmo tempo, e por isso simplifica a realidade ajustando-a à mente humana. Assim, ao considerarmos que 71% dos respondentes estão no mercado como gestor há mais de 5 anos e que maioria está acostumada a liderar grupos com mais de 10 pessoas, pode estar ocorrendo uma preponderância da experiência sobre as informações, simplificando o processo decisório, conforme afirmaram Gontijo e Maia (2004).

Outra possível explicação para este resultado está na dificuldade de obter informações claras e no ambiente instável. Segundo a literatura de Franklin, Kenskie Popadiuk (2011, p. 153) “O processo de decisão racional tem ampla aplicação em situações em que as alternativas estão bem definidas, a informação é clara e o ambiente é relativamente estável”. Sendo assim, também é possível inferir que o modelo racional teve baixa escolha porque há dificuldade dos gestores obterem informações e alternativas de decisão claramente definidas, já que o porte e segmento em que atuam (predominantemente micro e pequenas empresas nesta pesquisa), o

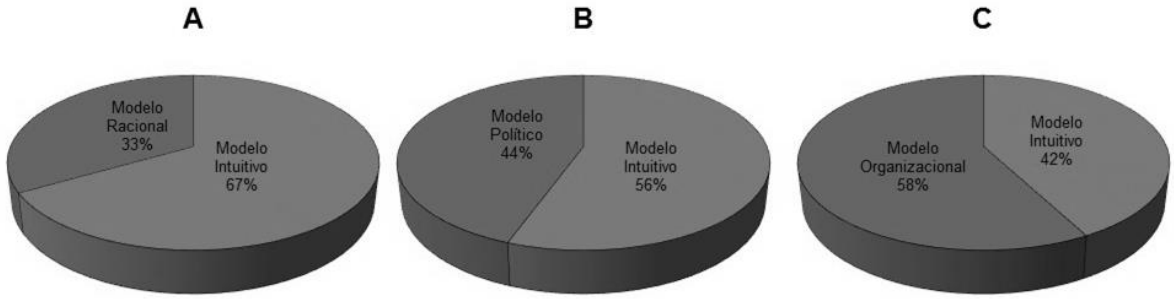
ambiente interno e o ambiente denegóciosdas organizações mudam constantemente. Assim, neste cenário, o modelo racional passa a ficar em segundo plano.

A reflexão que cabe com base nestes resultados está ligada à relação entre formação acadêmica X demais habilidades e competências. A formação acadêmica é uma etapa importante para a qualificação do gestor, pois lhe dá acesso a informações e desenvolve habilidades de interpretação do mundo dos negócios. No entanto, os resultados desta pesquisa indicaram que as experiências acumuladas, as normas e procedimentos das empresas e até mesmo saber fazer uma leitura dos grupos que têm poder na organização pesam no momento do processo decisório, ou seja, o decisor deve ser um profissional com habilidade e competências amplas e diversas.

Modelo com preponderância intermediária: Intuitivo

Nesta seção será discutida a relação entre o modelo intuitivo e os demais modelos, já que o intuitivo se mostrou um modelo que é bem utilizado pelos decisores, embora não preponderante, conforme se visualiza no Gráfico 3.

Gráfico 3 – Modelo intuitivo em relação aos demais modelos



Fonte: Preparado pelos autores a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

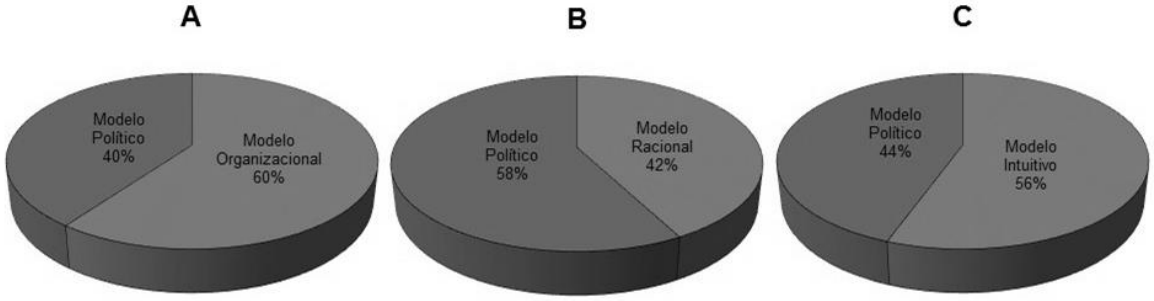
O modelo intuitivo não é preponderante sobre o modelo organizacional, mas os resultados mostraram que experiências acumuladas pelo gestor ao longo da vida e em negócios anteriores, que representa o modelo intuitivo, mostram-se com relevante utilização pelos decisores. Schoemaker e Russo (1993) explicam que a intuição nas decisões pode facilitar e agilizar o processo decisório, uma vez que os gestores,por utilizarem experiências do passado, compreendem automática e instantaneamente as situações.

Observa-se que as experiências anteriores têm 67% das escolhas quando comparadas ao peso do volume de informações obtidos na contabilidade, jornais, revistas e cursos (modelo racional). O percentual de escolha com base no modelo intuitivo é levemente superior ao modelo político (44%), indicando um certo equilíbrio quando a decisão tem que ser baseada em experiências ou em negociações com grupos de poder existentes dentro das organizações.

Modelo com preponderância intermediária: Político

Nesta seção será discutida a relação entre o modelo político e os demais modelos, já que o político se mostrou um modelo que é bem utilizado pelos decisores, embora não preponderante, conforme se visualiza no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Modelo político em relação aos demais modelos



Fonte: Preparado pelos autores a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Os resultados indicaram que o modelo político é considerado de forma mediana no momento das tomadas de decisões, já que se sobressai apenas sobre o modelo racional, com uma faixa de 58% dos respondentes indicando que utilizam modelo político, quando têm que escolher entre o racional e político.

De acordo coma literatura de Eisenhardt e Zbaracki (1992), os gerentes que tomam suas decisões sob a ótica do modelo político são individualmente racionais, porém não coletivamente assim. Logo, o processo de decidir ocorre por meio de acordos com os grupos de interesse, uma vez que possuem objetivos opostos. Sendo assim, os respondentes desta pesquisa, indicaram que as sugestões, reclamações e opiniões dos funcionários, sindicatos e demais gestores (modelo político) são consideradas no processo decisório, porém com certa limitação em relação às demais variáveis que envolvem a decisão.

Uma possível explicação para esse baixo peso dos grupos de poder no processo decisório pode estar ligado à própria amostra, já que foram pesquisadas predominantemente micro e pequenas empresas, as quais o gestor, sendo o próprio dono ou contratado, tem o total domínio da empresa, com existência de poucos grupos internos ou sindicais que representem poder nas organizações.

Avaliação geral

Nas questões anteriores o tomador de decisão escolheu uma opção entre duas que lhe eram dadas. Como o entrevistado não tinha acesso às suas escolhas, pois assim que ele optava o entrevistador recolhia sua resposta, foi programada uma segunda rodada, para que o gestor pudesse fazer sua escolha quando ele tinha quatro opções. Assim, nesta última questão, o entrevistado foi obrigado a priorizar, entre as quatro opções dadas, representando os quatro modelos, aquela que mais influenciava seu

processo de decisão. Depois que o entrevistado marcou sua preferência (de 1 a 4) os pesquisadores juntaram 1 e 2 como a primeira preferência e 3 e 4 como a segunda preferência. Os resultados estão na Tabela 1.

Tabela 1 – Preferências dos gestores no momento da decisão

Modelos	Primeira preferência	Segunda preferência
Racional	40%	60%
Político	24%	76%
Organizacional	76%	24%
Intuitivo	60%	40%

Fonte: Preparado pelos autores a partir dos resultados obtidos na pesquisa de campo.

Os resultados acima confirmam os resultados obtidos na primeira etapa da pesquisa (simulação específica), já que:

- As regras, procedimentos e objetivos das empresas (modelo organizacional) têm uma maior influência no momento em que os gestores tomam suas decisões, já que elas aparecem em 76% das preferências em primeiro lugar.
- Depois da utilização das regras e normas da organização (modelo organizacional), os gestores empregam suas experiências anteriores (modelo intuitivo) na tomada de decisão, com 60% das preferências em primeiro lugar.
- Os modelos racional e político, ou seja, as decisões baseadas em informações ou centradas nos grupos de poder da organização não têm a preferência principal dos tomadores de decisão, embora ocupem seu espaço nos processos decisórios.

Uma novidade que apareceu nesta última questão foi que o modelo racional apresentou maior relevância em relação o modelo político, 40% e 24% respectivamente, como primeira preferência, ou seja, nesta rodada os respondentes preferiram utilizar as informações da contabilidade, de jornais, de revistas e cursos realizados ao invés de decidir com base em negociações com os grupos de interesse da organização. Este dado conflita com as análises do gráfico 2- item B, quando o resultado foi o inverso, já que quando comparados os dois modelos entre si, o modelo político foi preponderante na primeira rodada. Embora estatisticamente a diferença entre 40% e 24 % seja pequena, este aspecto precisa ser melhor investigado em pesquisas futuras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As tomadas de decisão nas organizações ocorrem em todos os níveis hierárquicos e passam por um processo que envolve várias etapas. Assim, os gestores possuem o papel fundamental de identificar os problemas ou oportunidades existentes, a fim de

analisar todo o contexto envolvido e, por consequência, escolher a opção que melhor se adapta ao ambiente organizacional.

Existem diversas variáveis que auxiliam na compreensão do processo decisório. Estas variáveis são discutidas na literatura e utilizadas pelos gestores como formas de modelos de processo decisório. Este embasamento teórico favorece o gerente a identificar com maior facilidade os pontos fortes e fracos em cada situação particular. Assim, neste estudo analisou-se os modelos de processo decisório adotados por gestores de empresas numa região do Espírito Santo.

Os resultados demonstraram que a maioria dos gestores toma suas decisões, preponderantemente, baseadas nas normas, regras e procedimentos da empresa, ou seja, aplicam o modelo organizacional. Também utilizam em menores níveis de preferência as experiências anteriores e as discussões com os grupos de interesse para a tomada de decisão. O modelo racional, ou seja, as decisões com base em informações de uma maneira geral, não se mostrou preponderante nesta pesquisa.

Os resultados permitem duas reflexões centrais. Ao priorizar as regras e procedimentos da empresa como fundamentos para tomadas de decisões, as organizações não podem perder de vista que a competitividade atual exige decisões criativas, inovadoras e rápidas e devem refletir até onde este enfoque das decisões baseadas em normas está somando para o sucesso empresarial. Sob o ponto de vista do decisor, já que o modelo racional não se apresentou preponderante, ficou evidenciado que o gestor com formação acadêmica, cuja postura está focada em desenvolver sua capacidade para obter e compreender informações, não é suficiente para consubstanciar as tomadas de decisão, indicando que o gestor deve buscar o acúmulo de experiências e ter capacidade de compreender e lidar com os diversos grupos de poder que envolvem as organizações.

Finalmente, os resultados levam a entender que todos os modelos estudados são utilizados nas decisões gerenciais, porém cada situação requer a aplicação de modelos distintos, com pesos distintos para cada situação.

Uma limitação deste trabalho esta relacionada ao local de aplicação da pesquisa, haja vista que ocorreu em apenas uma cidade. Deste modo, os resultados obtidos são específicos para tal ambiente e não podem ser interpretados de forma mais abrangente. Além disso, o questionário foi estruturado com apenas um indicador para cada modelo. Uma sugestão é expandir a amostra e o campo de pesquisa, a fim de alcançar resultados mais amplos e que evidenciem de forma peculiar os modelos de processo decisório adotados por gestores de empresas.

REFERÊNCIAS

ABBADE, Eduardo Botti; BRENNER, Fábio. **Perfil de liderança e tomada de decisão**.Revista de Administração FACES Journal, v. 8, n. 1, 2009.

ANSOFF, H. Igor. **A nova estratégia empresarial**. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1990.

BAZERMAN, Max H. **Processo decisório**: para cursos de administração e economia. Tradução de Arlete Simille Marques. 5.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 6.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

CORNÉLIO, Renata Reis. **A formulação da decisão no nível estratégico de uma organização pública**: um estudo sobre o processo decisório na SMS-RJ. 1999. Dissertação de mestrado – Fundação Oswaldo Cruz, Escola Nacional de Saúde Pública, Disponível em: <http://portalteses.icict.fiocruz.br/pdf/FIOCRUZ/1999/corneliorrm/capa.pdf.>Acesso em: 20 Abr.2010.

COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. A tomada de decisão. COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira(Coord.). **Qualidade e competência nas decisões**. São Paulo: Blucher, 2007.

EISENHARDT, Kathleen M.; ZBARACKI, Mark J. **Strategic decision making**. Strategic management journal, v. 13, p. 17-17, 1992.

ESCRIVÃO FILHO, Edmundo; PERUSSI FILHO, Sérgio. **Teorias de administração**: introdução ao estudo do trabalho do administrador. São Paulo: Saraiva, 2010.

FERNANDES, Flavio César Faria; PACHECO, Ricardo Ferrari; LOPES, José Roberto; GODINHO FILHO, Moacir. Decisões empresarias: paradigmas comportamentais dos indivíduos. COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira (Coord.) **Qualidade e competência nas decisões**. São Paulo: Blucher, 2007.

FRANKLIN, Marcos Antonio; KENSKI, Victor Wolowski; POPADIUK, Silvio. **Modelo Racional de Tomada de Decisões e seus Pressupostos**. Revista de Administração da Unimep-Unimep Business Journal, v. 9, n. 3, p. 137-162, 2011.

GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro; GOMES, Carlos Francisco Simões. **Tomada de decisão gerencial**: enfoque multicritério. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GONTIJO, Arimar Colen; MAIA, Claudia Santos Castro. **Tomada de decisão, do modelo racional ao comportamental: uma síntese teórica**. Caderno de Pesquisas em Administração, v. 11, n. 4, p. 13-30, 2004.

LACOMBE, Francisco José Masset. **Administração**: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2006.

LONGENECKER, Justin Gooderl; tradução de Carlos Roberto Vieira de Araújo. **Introdução à Administração**: uma abordagem comportamental. São Paulo: Atlas, 1981.

LOUSADA, Mariana; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Modelos de tomada de decisão e sua relação com a informação orgânica**. Perspectivas em Ciência da Informação, v.16, n.1, p.147-164, jan./mar. 2011.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H.; tradução Cid Knipel Moreira; revisão técnica Álvaro Pequeno da Silva. **Administração.** 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

MORITZ, Gilberto de Oliveira; PEREIRA, Maurício Fernandes. **Processo decisório**. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2006.

MOTTA, Fernando Cláudio Prestes; VASCONCELOS, Isabella Francisca Freitas Gouveia de. **Teoria geral da administração**. 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

OLIVEIRA, Jayr Figueiredo de; SILVA, Edson Aurelio. **Gestão organizacional**: descobrindo uma chave de sucesso para os negócios. São Paulo: Saraiva, 2006.

PUNG, Derek Salman; HICKSON, David J. **Os teóricos das organizações**. Tradução de Afrânio Carvalho Aguiar. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

SCHOEMAKER, Paul JH; RUSSO, J. Edward. **A pyramid of decision approaches**. California management review, v. 36, n. 1, p. 9-31, 1993.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**(2014). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>. Acesso em: 06 Jun. 2015.

A PERCEPÇÃO DO PORTADOR DE DEFICIÊNCIA SOBRE SUA INCLUSÃO NO MERCADO DE TRABALHO NO MUNICÍPIO DE ARACRUZ/ES

Roberta Felicio das neves, graduada em Administração pela FAACZ- Faculdades Integradas de Aracruz. Email fn_roberta@hotmail.com

Arismar Manéia, Doutor em Ciências da Educação pela UNIDA/UFRJ, professor da FAACZ- Faculdades Integradas de Aracruz. Email arismarmaneia12@fsjb.edu.br

Este capítulo trata da inclusão de portadores de deficiência e no seu decorrer aborda-se aspectos legais e apresenta-se a análise de uma pesquisa de campo. A fundamentação literária se dá na leitura de autores, tais como Alves (1987), Pereira (2011), Bianchelti (2007), entre outros. A pesquisa é descritiva com abordagem qualitativa e para obtenção dos resultados aplicou-se entrevistas com portadores de deficiência com uso de questionário semiestruturado, bem como a 1 empreendedor que se prontificou a participar. O objetivo foi analisar a percepção dos portadores de deficiência sobre sua inclusão no mercado de trabalho no município de Aracruz/ES. Concluiu-se que esta comunidade ainda não tem um conhecimento consolidado da aplicabilidade da lei sobre sua inclusão, que os portadores de deficiências empregados sentem que estão incluídos no mercado, que os portadores desempregados avaliam que as oportunidades não são oferecidas adequadamente e que os empreendedores não demonstram muito interesse no tema.

INTRODUÇÃO

Antigamente as pessoas com deficiência eram excluídas da sociedade; era negado a elas até direitos básicos de qualquer outro cidadão da época. Nem mesmo o direito à vida era garantido, como na Roma antiga em que a Lei das XII Tábuas autorizava os patriarcas a matarem seus filhos que nasciam com deformações (ALVES, 1987).

A inclusão de pessoa com deficiência no mercado de trabalho ainda é difícil mesmo nos tempos atuais, pois, muitas delas vêm ao longo de anos tentando ganhar seu espaço na sociedade e no ambiente de trabalho, buscam oportunidades e mecanismos para fazer parte dela.

As pessoas com deficiência – PD -, segundo Bordignon (2011, p. 02), “[...] ainda são vistas por muitos, como seres incapazes, incompletos, dependentes e sem autonomia para gerenciar suas escolhas, sentimentos, opiniões, comportamentos, ou seja, a própria vida”. O mesmo autor ainda faz questão de registrar que esta “[...] é uma visão reducionista, que não define adequadamente as condições de desenvolvimento da

PD". Com o propósito de minimizar essa prática de exclusão, a política pública criou meios de incluir essas pessoas no mercado de trabalho.

Uma destas políticas públicas foi a criação da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, chamada Lei de Cotas, estabelecendo em seu art. 93 que todas as empresas privadas com mais de 100 funcionários devem preencher entre 2% a 5% de suas vagas com trabalhadores que tenham algum tipo de deficiência, cujo percentual varia em função do número de funcionários da organização.

Outro instrumento que disciplina a integração das pessoas com deficiência é a Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015, que em seu art. 37 defende que a inclusão da pessoa com deficiência no trabalho deve ser feita "[...] em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, nos termos da legislação trabalhista e previdenciária[...] e vai mais além determinando que nesta inclusão devem "[...] ser atendidas as regras de acessibilidade, o fornecimento de recursos de tecnologia assistiva e a adaptação razoável no ambiente de trabalho".

Mesmo com todas as questões legais existentes, é preciso lembrar que a legislação não diminui as dificuldades encontradas pelas pessoas com deficiência para ingressar no mercado de trabalho, que independente de suas condições, elas devem ter capacidade e estarem qualificadas para ocupar o trabalho.

Diante deste cenário de legalidades em implantação e de dificuldades para inclusão das PD está situado o objetivo deste trabalho que é "Analisar a percepção dos portadores de deficiência sobre sua inclusão no mercado de trabalho no município de Aracruz.

DEFICIÊNCIAS

Breve histórico

A vida da pessoa com deficiência é marcada por preconceitos e lutas em prol do direito à cidadania, de acordo com cada cultura dentro das sociedades.

O preconceito está nas mais diversas sociedades, onde as pessoas com deficiência eram tratadas com indiferença ou simplesmente eram ignoradas, como na Roma antiga em que a Lei das XII Tábuas autorizava os patriarcas a matarem seus filhos que nasciam com deformações (ALVES, 1987). Em compensação alguns povos protegiam as pessoas com deficiência, pois achavam que eles eram emissários dos deuses.

Já na mitologia grega, algumas deusas eram representadas como portadoras de deficiências, que eram muitas vezes a sua característica marcante como o caso, por exemplo, dos deuses do Amor e da Fortuna que, segundo os especialistas em mitologia grega, eram "eventualmente apresentados como pessoas cegas" (SILVA, 2009).

Somente na Idade Contemporânea (a partir de 1789) segundo Neves-Silva (2015), foram concedidas às pessoas com deficiência um tratamento mais humanitário, através da criação de ferramentas que facilitaram a locomoção e a inserção das mesmas no mercado de trabalho.

De acordo com Martins e Silva (2007), as pessoas com deficiência representavam um quantitativo de indivíduos minoritários na sociedade, o que favoreceu a sua marginalização e exclusão ao longo dos tempos, inclusive do acesso à educação, o que ocasionou, de forma mais ampla, a privação dessas pessoas a uma série de bens culturais e intelectuais, prejudicando-as no seu processo de inserção social e trabalhista.

Nos diversos períodos históricos que se seguiram e nas civilizações que marcaram a evolução do homem, constata-se que a pessoa com deficiência encontrou diversas formas de tratamento pela sociedade, ora de aceitação e respeito, ora de extermínio ou abandono (DICHER e TREVISAM, 2014).

Terminologias

Com intuito de diminuir o preconceito ao abordar uma pessoa com deficiência o conselho nacional dos direitos da pessoa com deficiência (CONADE) atualizou, em 2010, a nomenclatura, que a partir de então serão citados como PcD, sendo esse termo de grande importância no processo de inserção social.

De acordo com Estatuto da Pessoa com Deficiência, art. 2º da Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015:

> Considera-se pessoa com deficiência aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas.
>
> § 1o A avaliação da deficiência, quando necessária, será biopsicossocial, realizada por equipe multiprofissional e interdisciplinar e considerará:
>
> I - Os impedimentos nas funções e nas estruturas do corpo;
>
> II - Os fatores socioambientais, psicológicos e pessoais;
>
> III - a limitação no desempenho de atividades; e
>
> IV - A restrição de participação.
>
> § 2o O Poder Executivo criará instrumentos para avaliação da deficiência.

Diante da literatura que trata do assunto, o termo compreende todos os tipos de deficiência, seja ela, física, mental, auditiva, visual ou múltipla, cuja caracterização está melhor descrita a seguir:

- Deficiência física: De acordo com a Legislação brasileira (Decreto nº 5296/2004) a deficiência física, é a alteração que gera o comprometimento da função física podendo ser em forma de paraplegia, paraparesia, monoplegia,

monoparesia, tetraplegia, tetraparesia, triplegia, triparesia, hemiplegia, hemiparesia, ostomia, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, nanismo, membros com deformidade congênita ou adquirida.

- Deficiência auditiva: Mesmo nos dias de hoje muitas pessoas ainda confundem deficiência auditiva com deficiência mental e assim os deficientes auditivos acabam sofrendo preconceitos e sendo até chamados de “doidinhos” (RINALDI, 1997). Apesar disso, esses preconceitos são superados por descobertas e avanços científicos que procuram explicar as causas e origens da surdez. Segundo Bianchetti (2013) deficiência auditiva é a perca da capacidade normal dos sons, sendo assim chamado de surdo o indivíduo o qual audição não é funcional na vida comum.

- Deficiência mental: Como todos os indivíduos, as pessoas com deficiência mental são muitos diferentes em si, além da área intelectual, o mesmo possui muitas limitações como: comunicação, cuidados pessoais, habilidades sociais, autonomia, saúde e desempenho na família e comunidade, mas isso varia de pessoa para pessoa. (CARVALHO, 1997).

- Deficiência visual: é a diminuição ou a perda total da capacidade de ver com o melhor olho e após a melhor correção ótica, ela pode se manifestar como: cegueira e visão reduzida (SECRETARIA DE EDUCAÇÃO ESPECIAL, 1994). Com essa alta dificuldade, faz com que portadores dessa deficiência encontrem muitos problemas na sua integração social.

- Deficiência múltipla: De acordo com a Secretaria de Educação Especial (1994) a deficiência múltipla, é uma expressão usada para designar indivíduo que tem duas ou mais deficiências primárias (mental/ visual/ auditiva/ física), com implicações que causam atrasos no desenvolvimento global e na capacidade adaptativa.

Compreendidos os conceitos básicos regidos pela legislação e as características de cada deficiência, passa-se a discorrer sobre o mercado de trabalho inclusivo.

MERCADO DE TRABALHO

O mercado de trabalho é onde acontece o confronto entre demandas e ofertas de emprego, ele também é definido como o ambiente em que ocorrem as relações entre indivíduos, instituição e sociedade (PEREIRA, 2011).

O trabalho é importante na formação do indivíduo como ser social, não é apenas exercer uma atividade produtiva, mas fazer com que o indivíduo se sinta cidadão, ele deve ser visto como meio de inclusão, independente de diferenças e dificuldades,

cabendo à organização do trabalho preocupar-se, inclusive, com o mundo social e não somente com o produtivo (RIBEIRO, 2009).

No contexto descrito, a inclusão no mercado das pessoas com deficiência é uma forma de assegurar os seus direitos, mas também de oferecer oportunidade para testar limites e desenvolver potencialidades e habilidades produtivas. Dessa forma, a inserção das pessoas com deficiência no mercado trabalho, de acordo com lei nº 7.853/89, Decreto nº 3.298, art.35, pode ocorrer em três modalidades diferentes:

> I - colocação competitiva: processo de contratação regular, nos termos da legislação trabalhista e previdenciária, que independe da adoção de procedimentos especiais para sua concretização, não sendo excluída a possibilidade de utilização de apoios especiais;
>
> II - colocação seletiva: processo de contratação regular, nos termos da legislação trabalhista e previdenciária, que depende da adoção de procedimentos e apoios especiais para sua concretização;
>
> III - promoção do trabalho por conta própria: processo de fomento da ação de uma ou mais pessoas, mediante trabalho autônomo, cooperativado ou em regime de economia familiar, com vista à emancipação econômica e pessoal.

Muitas organizações apontam dificuldades para a atuação de pessoas com deficiências dentro do mercado de trabalho, relacionando deficiência como incapacidade, impedindo que essas pessoas cresçam e se desenvolvam dentro das organizações. No entanto, segundo Goldschmidt (2006) incentivar a diversidade no mercado de trabalho traz muitos benefícios para as empresas, já que pessoas com formação diferente, com visões diferentes sobre os mesmos problemas, com origens, idades orientações políticas e religiosas diferentes, reunidas em um mesmo ambiente proporcionam uma visão mais holística e promovem a criatividade e a inovação. Além disso, ter pessoas com deficiência no quadro de funcionários contribui para uma imagem positiva da empresa no mercado e na sociedade em geral.

Segundo Bernardi (2017) o trabalho favorece a inclusão econômica da pessoa com deficiência, aumenta sua inclusão social e eleva a autoestima sendo inevitável à conquista da plena cidadania. Porém, com alto índice de desemprego e as seleções mais rigorosas, as pessoas com deficiência enfrentam obstáculos maiores do que pessoa sem deficiência, mesmo com garantias previstas na legislação, melhor descrita na seção seguinte.

Aspectos legais

Conforme descreve a constituição Federal de 1988, não deve haver discriminação nos processos de admissão do portador de deficiência, porém, infelizmente, muitas das vezes os portadores de deficiência não são respeitados. Dessa forma, nota-se que não é por falta de leis que as pessoas com deficiência não estão sendo inclusas no mercado de trabalho. Por causa disso, portadores de algum tipo de deficiência, por menor que seja, continuam sofrendo discriminação (BECHTOLD e WEISS, 2006).

Com propósito de assegurar e possibilitar condições de igualdade, direitos e liberdades fundamentais das PcD e contribuir para sua inclusão social e cidadania, em 2015, foi instituída a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (BRASIL), também chamaa Lei das Cotas, publicada sob o número 13.146, de 06/06/2015.

Conforme essa Lei de cotas, todas as empresas privadas com mais de 100 funcionários devem preencher entre 2% a 5% de suas vagas com trabalhadores que tenham algum tipo de deficiência, obedecendo a seguinte regra: empresas com até 200 funcionários devem ter 2% de suas vagas preenchidas por pessoas com deficiência, entre 201 e 500 funcionários, 3%; entre 501 e 1000 funcionários, 4%; empresas com mais de 1001 funcionários, 5% das vagas.

No campo da área pública, a Lei nº 8.112/90 também trata do tema e reserva um percentual dos cargos e empregos públicos para as pessoas com deficiência, fixando o percentual de reserva de vaga em até 20% (vinte por cento) nos concursos federais. Isto já vem sendo usado nas várias unidades da federação e, também, nos âmbitos estaduais e municipais.

A despeito de toda regulamentação, muitas empresas preferem fazer o pagamento das multas por descumprimento da lei, ao contrário de investir na capacitação dos trabalhadores e adaptação dos espaços para receber a PcD. Estudos mostram que A maioria das contratações acontece por empresas desobrigadas a cumprir esta lei, ou seja, empresas com menos de 100 funcionários.

As mudanças na legislação facilitam o acesso ao mercado de trabalho do ponto de vista da PcD, mas a verdadeira inclusão só ocorrerá quando todos os trabalhadores realizarem as suas atividades conjuntamente, com igualdade e oportunidade garantida, independente de uma obrigação legal.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento deste estudo foi utilizada uma pesquisa de campo, tendo como prática a entrevista dirigida, utilizando para a coleta de informações um questionário semi-estruturado com perguntas abertas e fechadas.

O enfoque desta pesquisa foi descritivo com abordagem qualitativa.

Foram pesquisados 3 grupos distintos: 5 portadores de deficiência que estão trabalhando, 7 que não trabalham e 1 empreendedor.

Os portadores foram selecionados de maneira aleatória, a partir de um banco de dados de uma empresa de transporte público.

Todos entrevistados foram selecionados pelo critério de disponibilidade, ou seja, foram entrevistados aqueles que se colocaram à disposição para tal,

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O primeiro grupo pesquisado foi representado por 5 portadores de deficiência que estão empregados. Os dados do perfil dos portadores de deficiência que trabalham e que se dispuseram a participar da pesquisa indicam predominância para o gênero feminino (4) e baixa formação escolar (2 com formação inferior a ensino médio e 3 com ensino médio completo). Entre os entrevistados, 4 têm idade acima de 35 anos, o que indica que têm experiência vivida como PcD suficiente para responder à pesquisa. Outro dado relevante foi que entre os 5 respondentes, três deles são portadores de deficiência física, um é portador de deficiência auditiva e um é portador de deficiência múltipla, o que indica uma amostra bastante plural.

A este grupo foi questionado como eles são tratados por seus colegas de trabalho e pode-se identificar que a grande maioria não percebe nenhum tipo de discriminação por parte dos seus colegas que não possuem deficiência.

Quando questionados sobre o que o emprego representa para eles, a maioria dos entrevistados respondeu que gosta do que faz e que o emprego é uma forma de inclusão, pois se sente valorizado perante a sociedade.

O grupo pesquisado declarou ser conhecedor da lei de cotas que estabelece que todas as empresas privadas com mais de 100 funcionários devem preencher entre 2% a 5% de suas vagas com trabalhadores que tenham algum tipo de deficiência. Isso sugere que a citada lei tem estimulado o portador de deficiência a conhecer seus direitos para galgar oportunidades de trabalho.

Um segundo grupo ouvido pela pesquisa era formado por 7 portadores de deficiência que não trabalham, sendo 5 mulheres, 4 acima de 35 anos, com baixa escolaridade (5 com formação menor que ensino médio). Quanto ao tipo de deficiência foram entrevistados cinco portadores de deficiência física, um portador de deficiência visual e um portador de deficiência múltipla.

A maioria dos entrevistados neste grupo são aposentados por invalidez e a deficiência não permite realização de trabalhos no mercado. Apenas dois responderam que estão fora do mercado de trabalho por falta de oportunidade e, por possuírem limitações, sentem que as empresas não oferecem oportunidade para sua contratação.

Deste segundo grupo pesquisado, ou seja, que não trabalham, a maioria sente que que as empresas da cidade oferecem poucas oportunidades para as pessoas com deficiência e apenas uma respondente diz que ela vê, sim, oportunidades, já que, por diversas vezes, sabe de vagas sendo oferecidas pelo SINE – Sistema Nacional de Empregos de Aracruz. Este dado sugere uma certa dúvida, já que esse grupo não está no mercado de trabalho e este sentimento de que não há ofertas para eles pode ter ocorrido pelo fato dos mesmos não terem interesse na busca por vagas, uma vez que são aposentados em sua grande maioria.

Quando se questiona se conhece a lei de cotas a maioria diz que já ouviram falar, mas tem pouco conhecimento, o que está em sentido contrário ao grupo que trabalha, já que aquele grupo demonstrou ser conhecedor da lei.

Um terceiro grupo visado pela pesquisa foram empreendedores e, numa tentativa de colher opinião dessa ala empregadora, foram encaminhados por email questionários a 12 empresários, porém somente 1 se dispôs a responder.

O empresário que se prontificou a responder à pesquisa declarou que sua empresa passou a contratar pessoas com deficiência após a obrigação do sistema de cotas e sente que isso tem sido positivo, pois o portador de deficiência, que atua na parte financeira da sua empresa, dá um rendimento satisfatório, além da empresa ser vista de forma positiva no meio social por incluir pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

O baixo retorno de empreendedores interessados em responder à pesquisa leva a crer que ainda há muito que ser feito para sensibilizar o empreendedor quanto ao tema, de tal modo que ele possa debater abertamente com a sociedade e expor seus pontos de vistas, inclusive para buscar melhorias neste processo de cumprimento legal, empregabilidade e responsabilidade social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo propôs-se a analisar a percepção do portador de deficiência sobre a inclusão no mercado de trabalho de Aracruz. Para isso foram aplicados questionários a grupos de pessoas com deficiência, bem como a um empreendedor do município que se prontificou a responder à pesquisa.

Concluiu-se que o portador de deficiência que está empregado, percebe que está incluído, não sente discriminação em seu local de trabalho e tem conhecimento da lei brasileira que estabelece as cotas para este grupo, sugerindo que a lei contribuiu para sua inclusão no mercado de trabalho. O grupo de portadores de deficiência que não trabalha, percebe que as empresas não oferecem as devidas oportunidades para essa categoria de deficientes.

O baixo interesse de empreendedores em participarem da pesquisa, com manifestação positiva de apena 1 interessado, sugere que esta categoria precisa ser melhor sensibilizada para o tema, o que poderia melhorar a relação empregador x portador de deficiência.

Uma limitação desta pesquisa foi o baixo número de entrevistados e o fato dos entrevistados sem emprego serem, em sua maioria, aposentados. Sugere-se que novas pesquisas sejam feitas aumentando a amostra, para se fazer uma análise mais quantitativa, que possa melhor representar o pensamento coletivo desta classe de cidadãos.

REFERÊNCIAS

ALVES, José Carlos Moreira**. Direito Romano**. Forense, 1987.Disponível em: <http://www.infoescola.com/direito/lei-das-doze-tabuas/ >. Acesso: 8 abr. 2017.

BECHTOLD, Patrícia Barthel; WEISS, Sílvio Luiz Indrusiak. **A inclusão das pessoas com necessidades educacionais especiais no mercado de trabalho**. Disponível em: <www.icpg.com.br>. Acesso em: 01. Jul. 2017.

BERNARDI, Jardel José Scarton. **A inclusão do deficiente no mercado de trabalho."** (2017). Disponível em: <http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4003/Jardel%20Jos%C3%A9%20Scarton%20Bernardi.pdf?Sequence=1>. Acesso em: 01 jul.2017.

BIANCHETTI, Lucídio; FREIRA, Ida Mara. **Um olhar sobre a diferença**. Papirus Editora, 2007.

BORDIGNON, Priscila Mallmann**. A Inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho:** uma realidade possível. Monografia. Porto Alegre. 2011.Disponível em <http://www.faders.rs.gov.br/uploads/1345762043A_Inclusao_da_PcD_no_Mercado_de_Trabalho___uma_realidade_possivel._Priscila_Mallmann_Bordignon.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil.** Planalto, 1988. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em 10 Jul. 2017.

BRASIL. **Lei brasileira de inclusão da pessoa com deficiência**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm#art101>. Acesso em: 07 abr. 2017.

BRASIL. **Estatuto da pessoa com deficiência**. Brasil: Senado Federal, 2017.

CARVALHO, Eunice Nathália Soares de. **Educação especial: deficiência mental.** Brasília: MEC. Secretaria de Educação Especial (1997).

DICHER, M.; TREVISAM, E. **A jornada histórica da pessoa com deficiência:** inclusão como exercício do direito à dignidade da pessoa humana. Disponível em: <http://publicadireito.com.br/artigos/?cod=572f88dee7e2502b>. Acesso em: 10 mai. 2017.

GOLDSCHMIDT, Rodrigo. **O direito fundamental do deficiente físico ao trabalho digno e sua inclusão no mercado de trabalho**. Disponível em: <https://editora.unoesc.edu.br/index.php/seminarionacionaldedimensoes/article/viewFile/911/524>. Acesso em: 01. Jul. 2017.

NEVES-SILVA, Priscila; PRAIS, Fabiana Gomes; SILVEIRA, Andréa Maria. **Inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho em Belo Horizonte, Brasil:** cenário e perspectiva. Ciência & Saúde Coletiva, v. 20, n. 8, p. 2549-2558, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v20n8/1413-8123-csc-20-08-2549.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2017.

MARTINS, Lúcia de Araújo; SILVA, Katiene Symone de Brito Pessoa da. **Pesquisando e investindo na escola inclusiva, com vistas a incentivar a**

cooperação dos pares. Disponível em: <http://coralx.ufsm.br/revce/revce/2007/02/a6.htm>. Acesso em: 03. Jul.2017.

PEREIRA, Ana Cristina Cypriano. **Inclusão de pessoas com deficiência no trabalho e o movimento da cultura organizacional:** análise multifacetada de uma organização. (2011).Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29934/000778168.pdf?sequence=1>. Acesso em: 05 mar. 2017.

RINALDI, Giusepe. **Programa de capacitação e recursos humanos do ensino fundamental deficiência auditiva.** Brasília: SEESP (1997).

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO ESPECIAL. **Política nacional de educação especial.** Ministério da Educação e do Desporto, Secretaria de Educação Especial, 1994.

SILVA, Otto Marques et al. **A pessoa deficiente na história do mundo de ontem.** Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/52454926/A_Epopeia_Ignorada.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1512391973&Signature=%2F8k61La0GBqw3E2pigUKd9%2BfEY4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DA_EPOPEIA_IGNORADA_A_Pessoa_Deficiente_n.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2017.

A INFLUÊNCIA DA QUALIDADE DE SERVIÇO NA ESCOLHA DE ACADEMIA

Francieli Gregorio do Nascimento, graduada em Administração pela FAACZ- Faculdades Integradas de Aracruz.

Mariella Morellato Trazzi, graduada em Administração pela FAACZ - Faculdades Integradas de Aracruz.

Robson Moro Aioffi, Administrador, Mestre, Professor da FAACZ - Faculdades Integradas de Aracruz.

A busca pelo corpo perfeito é o desejo das pessoas e conforme o mercado avança, os equipamentos e as técnicas se modificam. Desta forma, as empresas fornecedoras do serviço de academias de ginástica devem estar atentas a todas essas modificações para cumprir com todas as exigências do seu cliente. Portanto, este estudo busca caracterizar a qualidade do serviço e a decisão de compra de academias de ginástica. Por meio do método SERVQUAL, se propõem investigar a influência da qualidade do serviço na escolha de academias do município de Aracruz, visando alcançar a expectativa do cliente. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva quantitativa através de 150 alunos de sete empresas do ramo de academia de ginástica no município. A coleta de dados foi realizada diante da aplicação física de um questionário estruturado. O resultado deste estudo identifica que a qualidade de serviço possui influência através das suas variáveis no método SERVQUAL, onde, confiabilidade e cortesia são as de maior significância, sendo comprovado neste estudo. Portanto, sugere-se que os proprietários e profissionais das academias de ginástica estejam sempre cientes da necessidade de conhecer o desejo e expectativa do cliente. E assim, que possam analisar e identificar as melhorias necessárias para alcançar a satisfação dos clientes.

INTRODUÇÃO

A busca pelo corpo perfeito é o desejo das pessoas e conforme o mercado avança, os equipamentos e as técnicas se modificam. Devido à alta tecnologia disponível com facilidade, as empresas fornecedoras do serviço de academia de ginástica devem estar atentas a todas essas modificações para cumprir com todas as exigências do seu cliente.

Em 1867, o professor alemão Attila, montou uma instituição destinada ao ensino da cultura física com aparelhos em Bruxelas. Desde então, iniciou-se as chamadas academias de ginástica. A partir daí foram surgindo novos estabelecimentos, nos quais se praticava atividades físicas em salas fechadas. Posteriormente, esta pratica começou a se espalhar por todos os continentes do mundo. Em 1914, surgiu a primeira academia no Brasil, situada em Belém Capital do Pará. Em 1925, o português Enéas Campello iniciou as atividades de ginástica na cidade do Rio de Janeiro. Em

seguida, as academias se espalharam por todo o país. (CAPINUSSÚ & COSTA, 1989; COSTA & PALAFOX, 1993).

Desta forma, na atualidade, a população se depara com duas grandes preocupações: com o visual e com a saúde. Para Costa e Venâncio (2003) é explícita a exposição e busca por um corpo padrão presente na mídia, sendo ele saudável e belo. Trata-se de um reflexo realizado pelos meios de informação (internet, televisão, revistas, entre outros). Sendo que para alcançar um ideal “atingível” se faz necessário ter um corpo que propague saúde e beleza padrão. Desde então, tal realidade é um fator de desafio para as empresas, uma vez que tais pessoas passam a cobrar mais pela qualidade dos serviços prestados. Segundo Kotler, Hayes & Bloom (2002), qualidade é a prestação de um serviço que supere as expectativas do cliente.

O estudo tem relevância devido ao grande crescimento de empresas no ramo de academias. Conforme Rodrigues (2014) pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o país é o segundo colocado no ranking deste segmento no mundo, onde o primeiro colocado, os Estados Unidos, estão praticamente estáveis há três anos (cresceu apenas 0,7% de 2009 a 2012), o número de academias no Brasil cresceu 29% no mesmo período.

A procura pelo mercado de academias no país deve-se ao fato da grande preocupação da sociedade com o visual e com a saúde, em busca de um corpo saudável e atlético, tal demanda movimenta um mercado bilionário. Em análise realizada pelo SEBRAE (2014), as empresas deste segmento geram aproximadamente 317 mil empregos formais para profissionais de educação física e movimenta cerca de R$ 2,45 bilhões por ano.

Através desse estudo busca-se analisar: a influência da qualidade de serviço na escolha de academia.

Nos tempos atuais as pessoas se preocupam muito mais com aspecto estético e visual, trazendo assim a grande busca pelas academias para atingir o corpo sarado e bonito.

Os alunos que buscam as academias de ginásticas logo procuram aquelas que oferecem um melhor conforto, um melhor equipamento, pois o mercado está em grande crescimento tecnológico e as pessoas buscam por esse avanço da tecnologia.

O avanço da tecnologia tem contribuído para a modificação dos equipamentos das academias. Conforme Bento et al (2013), através da utilização da tecnologia nas academias é possível controlar as atividades realizadas pelos alunos a partir do ato da matrícula. Mediante o uso da tecnologia, o profissional de educação física atinge um nível considerável no acompanhamento do aluno, o que contribui para o alcance dos resultados desejados por professor e aluno, bem como na medição do seu desempenho. Dessa forma, obtêm-se um aumento da produtividade e a melhora do resultado, tanto do ponto de vista do desempenho do aluno quanto do desempenho financeiro da academia de ginástica.

As considerações, aqui apresentadas, motivam a analise do comportamento do consumidor perante a influência da qualidade no serviço para escolha de academias no município de Aracruz. Desta forma, o problema de pesquisa é: qual a influência da qualidade do serviço na escolha de academias?

O estudo tem como objetivo geral: analisar qual a influência da qualidade de serviço na escolha de academia.

Como objetivos específicos têm-se: a) caracterizar qualidade de serviço; b) caracterizar decisão de compra;

Corrêa e Ferreira (2009), identificaram que as academias enfrentam desafios no desenvolvimento do negócio. Tais desafios estão relacionados à rotatividade de alunos e ao aparecimento de novos concorrentes. Assim, o resultado da pesquisa tem suma importância para os empresários do ramo devido a grande influencia dos desafios citados.

Sendo assim, os empresários buscam alcançar um alto nível de qualidade de serviço prestado a fim de atender todas as necessidades e expectativas dos alunos.

Essa busca pela qualidade afeta diretamente as academias que prestam o seu serviço, exigindo um acompanhamento do mercado e constante adaptação ao avanço de tecnologia e informação.

Desta forma, o tema proposto possui influência no movimento econômico do país, uma vez que gera um número considerável de empregos e movimenta uma quantia bilionária em reais conforme citado na contextualização deste estudo. Sendo assim, torna-se relevante aos empreendedores do ramo para a identificação das estratégias para atingir a qualidade e satisfação dos clientes na prestação dos serviços.

Este estudo divide-se, além da introdução, no segundo capítulo, que visa listar conceitos gerais dos fatores do serviço, no terceiro capítulo, onde se aborda os processos de decisão de compra, no quarto capítulo é exposta a metodologia específica do trabalho e no quinto capítulo se apresenta a análise de dados.

SERVIÇO

Conforme Ursula (1987), serviço é classificado como prestação de serviço, pois visa a satisfação dos clientes conforme as necessidades dos próprios, sendo elas de sobrevivência ou de realização própria. O serviço é avaliado pela atividade que cumpre, pelo seu conteúdo, pelo que faz e como o faz. Segundo Kotler, Philip e Armstrong (1990) serviço é um ato ou desempenho, intangível, oferecido por uma parte, podendo sua execução estar ligada ou não a um produto.

De acordo com Hoffman et.al (2009) serviço é definido como ação, esforços ou desempenhos. Serviço pode ser caracterizado como um bem intangível, pois o serviço é experimentado pelo seu cliente e julgado por ele. O serviço pode ter a participação ativa ou passiva do cliente, a qual sempre as empresas terão que entender a interação dos serviços e o envolvimento do cliente no processo de produção. Tendo o serviço a participação do cliente, o mesmo está exposto aos níveis de satisfação. Sendo assim, pode-se realizar a análise diante a qualidade do serviço.

De acordo com Mello et al. (2002), o estudo da qualidade em serviços surgiu após a preocupação em aprimorar a qualidade dos produtos. Para Paladini (2004), a qualidade passa a ser a característica que atende “totalmente” ao consumidor e envolve todos os requisitos que produtos e serviços devem ter para realizar o que o

cliente deseja. Através destes argumentos, identifica-se um ganho de competitividade das empresas de serviço,sendo analisadas as características do produto, a compreensão dos clientes e a percepção da qualidade dos serviços.

Gronroos (1984) desenvolveu um dos primeiros modelos para mensuração da qualidade em serviços. Mais tarde, Parasuramanet al. (1985) propuseram a medição de qualidade do serviço, baseado no modelo de satisfação de Oliver (1980).

Conforme Gummesson (1998), a qualidade em serviços surge como uma das contribuições à evolução do paradigma do marketing tradicional. Caso a qualidade seja considerada uma avaliação do consumidor a respeito do desempenho do fornecedor de serviços, trata-se de um julgamento pessoal. Conforme, Parasuramanet al. (1988), conceito altamente relativo, formado por cada cliente, consequentemente, mais difícil de ser mensurado.

Em seguida, Parasuramanet al. (1988) complementaram seu modelo com um instrumento denominado SERVQUAL, o qual busca medir a qualidade do serviço prestado. Desde então, identifica-se a dedicação de alguns autores nesse campo de pesquisa, sendo para aperfeiçoamento, comparação ou proposta de novos modelos.

De acordo com Parasuramanet al. (1988), o conceito de qualidade de serviço é visto por meio de cinco dimensões: confiabilidade, presteza, cortesia, empatia e tangibilidade. Diante disso, Zeithaml, Bitner (2000) definiram a confiabilidade como a dimensão mais importante. Fitzsimmons,Fitzsimmons (2000) definiram as demais dimensões, onde a presteza atribui-se a dedicação em proporcionar ao consumidor o pronto-atendimento. Cortesia compreende-se no conhecimento, maneira e habilidade dos colaboradores em transmitir confiança e segurança aos clientes. A empatia define-se através da provisão de cuidados e atenção individual aos consumidores. E, por fim, a tangibilidade, onde se representa a aparência do ambiente físico, equipamentos, colaboradores e materiais de comunicação.

Para Parasuraman, Zeithaml, Berry (1988) considera-se a qualidade do serviço uma avaliação global, correspondente à atitude. Uma vez que a correspondência inicia-se do fato de que as atitudes abordam um conceito global associado às predisposições individuais.

Tipo de qualidade do serviço

Para Hellen (2014), qualidade é um fenômeno multidimensional. Desta forma, não é possível atingir a qualidade do serviço sem distinguir os aspectos importantes de qualidade. De acordo com Gronroos (2007), a qualidade do serviço refere-se a três dimensões sendo: (i) qualidade técnica de produção, (ii) a qualidade do desempenho dos serviços, e (iii) quadro mental da organização.

Mosahab, Mahamad, Ramayah (2010) consideram três dimensões da qualidade em serviço, a saber; (i) qualidade física, (ii) qualidade interativa e, (iii) qualidade organizacional. Apesar de essas três dimensões representarem um importante papel na divisão da qualidade do serviço, necessita-se de detalhes aprofundados em relação à qualidade do serviço prestado.

A partir daí, Zeithaml, Parasuraman, Berry (1990) criaram uma ferramenta base para testar a qualidade do serviço através da metodologia SERVQUAL.

Quando se trata de serviços, a escala SERVQUAL é uma das metodologias em destaque para avaliação de qualidade do serviço. Ferramenta desenvolvida por Zeithaml, Parasuraman, Berry (1990), onde as expectativas e percepções dos clientes sobre o serviço prestado são as bases referenciais.

Com o intuito de avaliar a qualidade dos serviços prestados, na visão dos autores, esta escala pode ser utilizada para avaliação dos serviços prestados pelos funcionários entre os departamentos e divisões de uma empresa.

Para Zeithaml, Parasuraman, Berry (1990), a sustentação da qualidade de um serviço é atender ou superar a expectativa do cliente; sendo assim, a qualidade de um serviço pode ser definida como o grau da divergência entre as expectativas ou arbítrio dos clientes e suas percepções.

Comportamento do consumidor

De acordo com Blackwellatal (2005) o comportamento do consumidor define-se como “atividades com que as pessoas se ocupam quando obtém, consomem e dispõem de produtos e serviços”, com isso, podemos dizer que é um campo de estudo no qual foca as atividades realizadas pelo consumidor.ParaRichers (1984), o comportamento do consumidor é caracterizado pelas atividades que são executadas mentalmente e emocionalmente a qual os consumidores utilizam na seleção da compra, na contratação de um serviço ou produto para seu próprio desejo e necessidade.

Segundo Limeira (2007), comportamento do consumidor significa vários tipos de informações e reações dos mesmos, ocorridas como estímulos diversos, tendo o marketing como elo que faz com que as pessoas tenham o ato de consumir produtos. Ainda de acordo com Limeira (2007) observa-se que os fatores pessoais dos consumidores são definidos com base em suas necessidades, no grupo social que se encontram, na cultura, na idade entre outros.

Para Kotler e Keller (2006) o marketing reúne todas as atividades de planejamento e concretização, visando à satisfação conforme as necessidades de seus clientes fixos e aqueles que almejam conquistar por meio dos seus produtos e através de sua inovação dos mesmos. Para que as tarefas do marketing sejam eficazes o cliente tem que entender a proposta do fornecedor e com isso o gerente e o administrador posicionam o seu serviço ou produto conforme o seu público alvo.

Podemos afirmar que a preocupação voltada para o comportamento do consumidor surgiu a partir do aumento da competição entre as empresas e devido à concorrência acirrada em que se encontra no nosso mercado, que fizeram com que as organizações se sentissem pressionadas e assim buscar alternativas de sobrevivência.

De acordo com Kotler e Keller (2006), existe uma relação clara entre a lucratividade da organização, a qualidade do produto ou serviço e a satisfação do consumidor. Assim, a prioridade ao cliente externo deve constituir o planejamento estratégico de uma empresa quanto à necessidade de elevar a qualidade dos produtos e serviços

ofertados, contribuindo para que fique claro o seu posicionamento no mercado onde está inserida.

Para Engel, Blackwell e Miniard(2000), o processo de compra de produtos ou serviços define-se em cinco etapas, sendo elas: reconhecimento da necessidade, busca de informações, avaliação de alternativas, decisão de compra e avaliação pós-compra. Diante disso, os mesmos afirmam que o comportamento do consumidor abrange atividades desde o uso corriqueiro ou a percepção de necessidade até o descarte, no entanto, pode ser focado no ato de comprar.

Segundo Blackwell, Miniard e Engel (2005) as empresas hoje reconhecem os consumidores como rei, através do conhecimento da forma que as pessoas compram e consomem os produtos, os profissionais de marketing compreendem como atrair seus clientes, quais produtos são necessários e como podem melhorar seus produtos para seus clientes, assim descobrindo como agradar o cliente.

Para Solomon (2008) os consumidores adquirem produtos visualizando o que ele representa e muitas vezes não se importa com a utilidade do produto. Assim podemos dizer que nem mesmo os consumidores reconhecem os seus motivos de compra ou no que influencia o consumo de um produto ou serviço. O Fato que é que podemos compreender melhor o consumidor através do fator motivacional, cultural e social.

Podemos observar que os profissionais de Marketing atraem o cliente para manter o hábito de compra através do psicológico, assim busca identificar as expectativas e o melhor produto ou serviço para poder atendê-lo e por isso que cada vez mais a relevância de compreender o comportamento do consumidor.

DECISÃO DE COMPRA

As pessoas necessitam de consumir até mesmo para sua sobrevivência, seja para alimentar, para se vestir e se divertir. Sendo caracterizado que cada ser humano tem as suas diferenças, é através dessas diferenças que se devem compreender cada consumidor. Conforme Viera (2004), mais do que nunca, compreender o consumidor é reconhecido como uma necessidade vital não apenas para as empresas, mas para toda a organização que se assuma como orientada para o mercado.

Segundo Karsaklian (2000), por mais que se busque conhecer o consumidor, os comportamentos vão variar conforme o seu modo de vida, implicando assim a dificuldade de saber e entender o comportamento do consumidor, pois á medida que sua rotina e vida muda implicarão mudança.

Entretanto, Rodrigues,Jupi (2004) explicam que a área de comportamento do consumidor estuda como indivíduos, grupos e organizações, selecionam, compram, usam e dispõem de bens, serviços, ideias ou experiências para satisfazer as suas necessidades e desejos.

Conforme Blessa, (2010, p. 57) “[...] o homem tem necessidades e desejos infinitos que se contrapõem a suas possibilidades finitas e limitadas de satisfazê-los”. Dessa forma, o consumidor passa pelo processo de escolha, procurando escolher o que mais

lhe agrada. No entanto, o desejo invade proporcionando o prazer, ganhando espaço em relação á satisfação das necessidades, fazendo agir pela emoção ao invés de agir pela razão.

Os estudos do comportamento do consumidor surgiram em meados da década de 60, em pesquisas conduzidas para identificar as variáveis presentes nos consumidores (Rodrigues e Jupi, 2004).

Conforme De Oliveira (2006), para um relacionamento eficaz com o seu cliente é de grande importância que se conheça o mesmo e que seja feita análise a quais fatores que influenciam a decisão de compra, fatores esses que permitem montar estratégias, potencializar a organização conforme as necessidades dos seus clientes.

Segundo Rodrigues,Jupi (2004), motivação, personalidade, percepções dos consumidores são os principais fatores que influenciam na decisão de compra, destacando variáveis também como classes sociais, variáveis sociais, econômicas e culturais, classificando através destas os consumidores na sociedade.

Para Mattei,Mirian, Oliveira (2006), o principal determinante para o comportamento e os desejos das pessoas é a cultura, que são divididas em subculturas socializando e identificando de forma específica cada indivíduo. Assim podem-se citar as nacionalidades, os grupos raciais e as regiões geográficas.

Assim se pode afirmar que a localização de cada pessoa em seu grupo social se define em status e termos de papéis. Para Kotler e Keller (2006), o papel é as atividades esperadas conforme o desempenho de cada pessoa é através de cada papel que se determina o status, sendo através deste a escolha pelas pessoas pelos produtos que se identificam o seu papel, o status real ou desejado no meio da sociedade.

Conforme Kotler e Keller (2006) ainda afirmam que as decisões do comprador também são influenciadas por características pessoais, como idade e estágio no ciclo de vida, ocupação, circunstâncias econômicas, personalidade, autoimagem, estilo de vida e valores.

METODOLOGIA

Neste estudo, foram utilizadas as abordagens quantitativa e descritiva, com dados primários e subjetivos.Quantitativa, pois conforme Marconi e Lakatos (2011), a análise quantitativa se efetua com toda informação numérica tendo como objetivo medir e permitir o teste de hipóteses uma vez que os resultados são definidos. Descritiva, pois para Cervo e Bervian (1996) observa, correlaciona fatos sem manipulá-los, registra e analisa, procurando assim também descobrir com precisão, a frequência com que ocorre um fenômeno, qual a sua relação e conexão com outros.

Com o intuito de completar a pesquisa, foram utilizados os dados primários, os quais foram essenciais para a realização da transformação de dados em conhecimento, iniciando-se com a criação do instrumento de coleta de dados, de codificação, da verificação de erros e da análise e interpretação de dados (HAIR et al., 2003).

A pesquisa foi realizada nas academias de ginástica de Aracruz, sendo elas Boa Forma, Equilibrium, Olympia, Performance, Pró Saúde Academia, Ultimate Sport Center e Vida Ativa, são localizadas na Sede Aracruz e em bairros diferentes. Antes da aplicação do questionário foi realizada uma divulgação interna nas academias de ginásticas explicando aos proprietários o motivo da pesquisa e solicitando a permissão para a aplicação.

A população deste estudo foram alunos das academias da qual foi entrevistada uma amostra de 150 alunos.

Os fatores ou variáveis que foram utilizados para o desenvolvimento do questionário foram retirados de Parasuraman et al (1988), pois este autor define qualidade de serviços em cinco dimensões: confiabilidade, presteza, cortesia, empatia e tangibilidade. Assim para medir estas variáveis Zeithmal, Parasuraman, Berry (1990) criaram a ferramenta do método SERVQUAL, que mede todas essas variáveis, avaliando assim todos os serviços prestados aos funcionários.

O instrumento de coleta de dados que fora utilizado neste estudo foi um questionário, com perguntas fechadas e composto por questões referentes à percepção dos alunos das academias de ginástica em relação aos 5 construtos. Os questionários foram entregues nas academias de ginástica de Aracruz, o qual foi aplicado de forma individual aos alunos matriculados e frequentes nas academias e, após respondidos, foram recolhidos e lançados ao Google Docs para tabulação dos dados.

Ato contínuo à coleta de dados realizou-se a análise destes. Para tanto, foram utilizadas medidas de proporção para caracterizar o perfil dos respondentes, que representava os alunos das academias de ginástica.Em seguida utilizou estatística descritiva (média e desvio padrão) a fim de se analisar as respostas coletadas, buscando alcançar o objetivo deste estudo.

ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção, apresenta-se a análise dos resultados, buscando alcançar o objetivo deste estudo. Inicialmente, apresenta-se a caracterização da amostra, seguida da análise das variáveis.

Caracterização da amostra

A análise inicial focou conhecer a amostra, identificando se esta se enquadrava no perfil da pesquisa. A tabela 01 apresenta um resumo da caracterização da amostra.

TABELA 01 – RESUMO DA CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Gênero	Feminino	64,67%
	Masculino	35,33%
Idade	Média	25 Anos
	Moda	23 Anos
	Mínima	14 Anos
	Máxima	72 Anos
Estado Civil	Solteiro	70,67%
	Casado	27,33%
	Separado	0,00%
	Divorciado	0,00%
	Viuvo	0,67%
	União Estável	1,33%
Nível de Escolaridade	Ensino Fundamental	7,10%
	Ensino Médio Completo	45,81%
	Ensino Superior Completo	23,23%
	Especialização	20,65%
	Mestrado	2,58%
	Doutorado	0,65%
	Pós Doutorado	0,00%
Renda Mensal	Até 3 salários mínimos	50,67%
	De 3 a 10 salários mínimos	38,00%
	De 10 a 20 salários mínimos	10,00%
	Acima de 20 salários mínimos	1,33%
Frequência	Tempo Médio de Academia	11 meses

Fonte: Dados de pesquisa

Observando-se os resultados da tabela 1, observam-se as seguintes características: a maioria dos respondentes é do gênero feminino, solteiro, com ensino médio completo e renda mensal variando em até 3 salários mínimos, com tempo médio de frequência nas academias no período de 11 meses.

Esperava-se que a maior parte dos respondentes fosse do sexo feminino, pois a mulher tende a se preocupar mais com a saúde e com a estética. Também se esperava um perfil baseado em uma média de 25 anos e estado civil solteiro, onde a academia torna-se um ponto de encontro.

Análise das variáveis

Utilizado a escala SERVQUAL para tabulação dos dados, a mesma foi adaptada para uma escala de 1 a 5, onde o nível 1 refere-se a discordo totalmente, o nível 2 a discordo parcialmente, o nível 3 a indiferente, o nível 4 a concordo parcialmente e o nível 5 a concordo plenamente. Entende-se que os níveis para as expectativas são altos, pois se obteve respostas com valores entre 4 e 5.

TABELA 02–MÉDIA E DESVIO PADRÃO DAS VARIÁVEIS

Variáveis	Média	Desvio Padrão
TANGIBILIDADE	**4,41**	**0,98**
Os equipamentos da academia sempre possuem aparência moderna	4,36	1,05
As instalações físicas são sempre atraentes	4,31	1
Os funcionários possuem boa aparência	4,6	0,89
A academia sempre possui uma propaganda atraente	4,39	0,95
CONFIABILIDADE	**4,64**	**0,84**
A academia sempre cumpre o que foi contratado	4,69	0,79
A academia tem interesse em resolver os problemas dos clientes	4,65	0,83
O cumprimento dos serviços foi conforme combinado de maneira certa logo na primeira vez	4,62	0,89
Os prazos são sempre concluídos dentro do combinado	4,61	0,83
Todos os meus dados cadastrais estão sempre atualizados	4,63	0,87
PRESTEZA	**4,61**	**0,86**
As séries montadas pelos professores são executadas de forma correta dentro do prazo previsto	4,65	0,84
Os clientes são sempre atendidos imediatamente	4,59	0,93
Os funcionários estão sempre dispostos a ajudar os clientes	4,67	0,8
Os funcionários estão sempre livres para responder os pedidos dos clientes	4,51	0,87
CORTESIA	**4,69**	**0,76**
Os funcionários possuem postura que inspira confiança aos clientes	4,68	0,79
Os funcionários são cordiais com os clientes	4,73	0,72
Os funcionários são bem treinados para atender os clientes	4,68	0,77
Os funcionários possuem conhecimento para responder as dúvidas dos clientes	4,69	0,77
EMPATIA	**4,54**	**0,87**
Os alunos possuem atenção individual dos professores	4,25	1,03
O horário de funcionamento é conveniente para os clientes	4,65	0,83
Possui funcionários, na quantidade e com a qualidade necessária, para dar atenção pessoal aos clientes	4,61	0,78
Os interesses do cliente são tratados com prioridade	4,67	0,87

Fonte: Dados da pesquisa

A primeira dimensão utilizada do modelo SERVQUAL foi à tangibilidade, a qual apresenta um nível considerado alto de expectativa, onde sua média é de 4,41. Conforme definiram Fitzsimmons, Fitzsimmons (2000) a tangibilidade é a representação da aparência do ambiente físico, equipamentos, colaboradores e materiais de comunicação. Começando pela decoração até a aparência do quadro de

funcionários, os objetos e materiais contidos e utilizados em uma empresa são itens tangíveis. (BATESON, 2001).

Neste estudo, identifica-se um elevado grau de significâncias nas expectativas dos clientes quanto espaço físico, aos materiais e aos funcionários da academia. Observa-se que com esse alto nível, a busca e expectativa do consumidor em obter um ambiente agradável e com pessoas fisicamente agradáveis vêm se ressaltando ao passar dos anos.

Para o fator confiabilidade, as variáveis possuem respostas mantendo uma média igualada, sendo suas notas entre 4,61 e 4,69, com média dimensional de 4,64. Percebe-se nesta dimensão que a percepção do cliente para com o fatorconfiabilidade é bastante considerada no momento de avaliar o serviço que está sendo prestado. ParaZeithaml e Bitner (2000), a confiabilidade é considerada a dimensão mais importante. Bateson (2001) também afirma que os prestadores de serviço não confiáveis são considerados os mais frustrantes para os clientes. Sendo assim, as academias de ginástica devem se atentar para alcançar o maior nível de confiança entre a relação aluno e professor.

Através disso, é possível identificar que o estudo vai ao encontro do que foi definido por Zeithaml e Bitner (2000) e também por Bateson (2001). Onde, as empresas devem buscar a confiabilidade de seus clientes perante a uma boa prestação de serviço, sendo a disponibilidade para atendimento ao cliente e para solução de problemas, o cumprimento de prazos e contratos, entre outros.

No atributo presteza, a média dimensão das respostas foi de 4,61, apresentando, também, um alto nível de importância para os clientes. Este elevado grau de expectativas por parte dos clientes pode ser explicado pelo fato de ser uma academia de ginástica e a disponibilidade dos professores para ajudar os alunos a executar os exercícios corretamente. O aluno que busca o serviço de academia de ginástica tem como objetivo alcançar um bom resultado, para tal, se faz necessário que os colaboradores estejam aptos para o atendimento diferenciado.

Fitzsimmons,Fitzsimmons (2000) definiram as demais dimensões, onde a presteza atribui-se a dedicação em proporcionar ao consumidor o pronto-atendimento. Bateson (2001) conceitua esta dimensão como receptividade. Onde se torna responsável pela mensuração da cordialidade da empresa e seus colaboradores para com seus clientes de maneira e em horário oportunos.

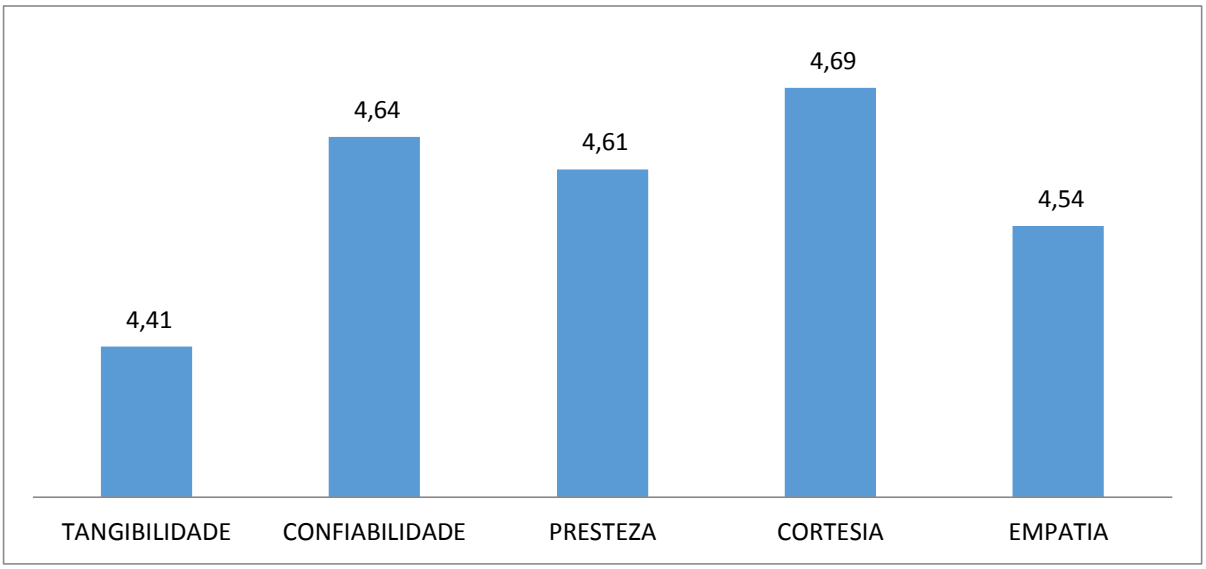
A quarta dimensão estudada foi à cortesia, a qual apresentou a maior média, sendo 4,69. Isso ocorre pelo fato da importância dessa dimensão, sendo a que mais interessa aos respondentes. Essa dimensão diz respeito à confiança e ao conhecimento que os professores transmitem aos clientes.

Para Zeithaml, Berry e Parassuraman (1988)a cortesia compreende-se no conhecimento, maneira e habilidade dos colaboradores em transmitir confiança e segurança aos clientes. De acordo com Bateson (2001), através da cortesia demonstrada e praticada pelos funcionários, é possível que os clientes saibam que estão, inclusive fisicamente, seguros.

Por fim, a última dimensão analisada é a empatia com média dimensional de 4,54, o que se considera também um nível alto. Nesta variável o que os clientes esperam é que os professores demonstrem o interesse de atingir e satisfazer o desejo do cliente oferecendo a sua atenção.

De acordo com Hoffman et.al (2013) a empatia trata-se da capacidade de perceber as sensações dos outros como se fosse suas próprias. No qual é possível identificar e entender a necessidade dos clientes, tornando o serviço acessível a todos. Para Bateson, as empresas que possuem esta dimensão estão sempre atentas para o que é ser um cliente da sua própria empresa. Sendo assim, pode-se entender que a empatia define-se através da provisão de cuidados e atenção individual aos consumidores.

GRÁFICO 01 – MÉDIA DAS VARIÁVEIS



Fonte: Dados da pesquisa

Desta forma, a análise dos dados permite avaliar que, em geral, os respondentes têm como expectativa uma excelente qualidade do serviço prestado. Onde as principais médias são 4,64 e 4,69, referindo-se a CONFIABILIDADE e CORTESIA, respectivamente. Sendo assim, são as dimensões que requerem maior atenção.

No que se refere à dimensão confiabilidade, entende-se que deve ser conquistado e demonstrado a disponibilidade para com seus clientes, através de uma excelente prestação de serviço, sendo a disponibilidade para atendimento e para solução de problemas, a quantidade suficiente de funcionários para atender prontamente a demanda, o cumprimento de prazos e contratos, entre outros. De forma mais simples, pode-se entender que a confiabilidade é a habilidade da execução do serviço prometido da forma mais precisa e confiável possível.

Na dimensão cortesia, trata-se da confiança e do conhecimento transmitido pelos colaboradores para os clientes. Através deste estudo, identificou-se que é a dimensão que atrai maior expectativa para os respondentes. Conforme definição de Bateson (2001) é através da cortesia que os clientes identificam que estão seguros, inclusive fisicamente.

CONCLUSÃO

Este estudo objetivou verificar qual a influência da qualidade de serviço na escolha de academias de ginásticas de Aracruz, ainda como objetivo específico de caracterizar a qualidade de serviço e caracterizar decisão de compra.

Para alcançar o objetivo deste estudo foi realizada uma pesquisa com 150 frequentadores de academia. Utilizaram-se medidas de proporção e estatística descritiva para analisar os dados coletados.

Os resultados sugerem que a qualidade do serviço tem grande influência nas escolhas de academias de ginásticas, onde os alunos das academias se preocupam fortemente com a cortesia que lhes são transmitidas, a cordialidade dos profissionais para com os alunos das academias de ginásticas, a confiabilidade aos frequentadores de academias para que se cumpra o que foi contratado.

Desta forma, através deste estudo é possível que os proprietários e professores das academias de ginástica do município de Aracruz estejam cientes que os clientes criam bastante expectativa na qualidade dos serviços prestados. Sendo assim, existe a necessidade de acompanhamento e melhoria continua.

Para os clientes, as dimensões que geram maior expectativa e atenção são as de confiabilidade e cortesia, pois espera-se que o serviço prestado seja executado conforme prometido da forma mais precisa e confiável possível, transmitindo segurança para o cliente em todos os aspectos.

Obteve-se como limitação a amostra, onde a pesquisa foi aplicada apenas para alunos matriculados em academias de ginástica da região. Como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se que seja realizado um estudo mais aprofundado, aumentando a quantidade de respondentes. Visto que este estudo identificou as expectativas dos clientes em apenas um momento.

REFERÊNCIAS

BATESON, JOHN E.G. & HOFFMAN, K. D. **Marketing de serviços**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BENTO, Alexandre Rodizio et al. **Artigo cientifico: Importância da tecnologia no acompanhamento das atividades dos alunos de academia.** Congresso Virtual Brasileiro – Administração (CONVIBRA). 2013. Disponível em <http://www.convibra.org/upload/paper/2013/29/2013_29_8124.pdf> Acesso em: 08 de Jun. 2015.

BLACKELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. 9ª. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda**. Atlas, 2001. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2012/37/2012_37_4433.pdf. Acesso em: 03 de Jun. 2015.

CAPINUSSÚ, J.M., COSTA, L.P. **Administração e marketing nas academias de ginástica e musculação**. São Paulo, Ibrasa, 1989.

CERVO, Amado Luiz, BERVIAN, Pedro Alcino. **Método Científico**.1996. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/208722994/CERVO-Amado-Luiz-BERVIAN-Pedro-Alcino-O-Conhecimento-Cientifico#scribd>. Acesso em: 15 de Jun. 2015.

CORRÊA, S. A. M. & FERREIRA, A.A. **Estratégia competitiva das academias de ginástica da cidade de São Paulo.** FACEF Pesquisa, 2009. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/5/201>. Acesso em: 25 de Mai. 2015.

COSTA, S.B., PALAFOX, G.H.M. **Características especiais da ginástica de academia no seu processo evolutivo no Brasil.** Revista da Educação Física/UEM, Maringá, 1993. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/RevEducFis/article/view/4023> Acesso em: 18 de Jun. 2015.

DE OLIVEIRA, Paulo Alexandre. **Artigo científico: Comportamento do consumidor:** fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores finais**.** 2006. Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/include/getdoc.php?id=210&article=93&...> . Acesso em: 28 mai. 2015.

DE BRITO COSTA, Elaine Melo; VENÂNCIO, Silvana. **Atividade Física e Saúde:** discurso que controlam o corpo**.** 2003. Disponível em: <http://www.revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/66/2685>. Acesso em: 18 de Jun. 2015.

FITZSIMMONS, J.; FITZSIMMONS, J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação.** Bookman, 2000.

GRONROOS, C. **Toward a third phase in service quality research: challenges and directions. In Swart, et al. (Eds.)** Advances in Service Marketing and Management, 2, JAI Press, Greenwich. 2007.

GRÖNROOS, C. **A service quality model and its marketing implications.** European Journal of Marketing. 1984.

GUMMESSON, E. **Implementation requires a relationship marketing paradigm.**Journal of the academic marketing science.Summer, 1998.

HAIR, J.F.; BABIN, B.J.; MONEY, A.H. and SAMOUEL, P., Essentials of Business Research Methods, Wiley, New York, NY, 2003.

HELLEN, George Kimani. Artigo Científico: **Service quality and customer satisfaction in certified public accountant training institutions in Nairobi Kenya.**2014. Disponível em: <http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/77729/Hellen_Service%20quality%20and%20customer%20satisfaction%20in%20Certified%20Public%20Accountant%20training%20institutions%20in%20Nairobi%20Kenya.pdf?sequence=1>. Acesso em: 06 de Jun. 2015.

HOFFMAN, K.D.; BATESON, J.L.G; IKEDA, A.A; CAMPOMAR, M.C.. **Princípio de marketing de serviços**. 3ª ed. Norte Americana, 2013.

Karsch, Ursula Margarida Simon. **O serviço social na era dos serviços**. Cortez Editora, 1987.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor.** São Paulo: Atlas. 2000.

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

KOTLER, P.; KELLER, L. K. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Person: Prentice Hall, 2006.

Kotler, Philip, and Gary Armstrong.Marketing. Englewood Cliffs (NY): Prentice Hall, 1990.

KOTLER, PHILIP; HAYES, THOMAS & BLOOM, PAUL N.**Marketing de serviçosprofissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros.** 2. ed.SãoPaulo:Manole, 2002.

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

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 2011. Disponível em: <http://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india>. Acesso em: 01 de Jun. 2015.

LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. **E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros.** São Paulo: Saraiva, 2007.

MATTEI, D. , MACHADO, M. e OLIVEIRA, P. **Comportamento do Consumidor: Fatores Que Influenciam No Processo De Decisão De Compra Dos Consumidores Finais.** 2006. Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/viewarticle.php?id=93>. Acesso em: 05 de Jun. 2015.

MELLO, S. C. et al. Aplicação **do modelo SERVQUAL para a avaliação da qualidade de serviço numa instituição de ensino superior baseado na percepção dos alunos.** 2002. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR26_1034.pdf>. Acesso em: 05 de Jun. 2015.

MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick; SALOMI, Gilberto Eid. **Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. 2004.** Disponível em < http://www.scielo.br/pdf/%0D/prod/v14n1/v14n1a03.pdf >. Acesso em: 22 de Mai. 2015.

MOSAHAB, Rahim; MAHAMAD, Osman; RAMAYAH, T. **Service quality, customer satisfaction and loyalty: A test of mediation.**2010. Disponível em: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/6811>. Acesso em: 30 de Mai. 2015.

OLIVER, R.L. A Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions.**Journalof Marketing Research**.1980.

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão **da Qualidade: teoria e prática.**2. ed.São Paulo: Atlas, 2004.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, VALERIE A & BERRY, LEONARD L.**A conceptual model of servicequality and its implications for future research.**Journal of Marketing, Fall. 1985.

PARASURAMAN, A; ZEITHAML, V. A; BERRY, L. L. **Servqual: a multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality.**JournalofRetailing, 1988.

RICHERS, Raimer. **O enigmático mais indispensável consumidor: teoria e prática.** Revista da Administração, jul./set. de 1984.

RODRIGUES, Gizella. **Brasil caminha para assumir liderança mundial em número de academias.** 2014. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/v/index.jsp?vgnextoid=ff8fd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD&vgnextfmt=default>. Acesso em: 07 jun. 2015.

RODRIGUES, Márcia Aparecida; JUPI, Viviane da Silva. **O comportamento do consumidor: fatores que influenciam em sua decisão de compra.** Revista de Administração Nobel, v. 3, 2004. Disponível em: <http://www.louiselage.com.br/alunos/ADMINISTRACAO_EM_VENDAS/FICHAS%20DE%20LEITURA/comportamento%20do%20consumidor.pdf>. Acesso em: 10 de Jun. 2015.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo.** 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VIEIRA,Valter A. Consumerismo**: Uma revisão nas áreas de influencia do comportamento do consumidor.** In. Trabalho Acadêmico do Curso de Administração de Empresas e Comércio Exterior da Universidade Paranaense (UNIPAR) Campus Francisco Beltrão-Pr. 2004.

ZEITHAML, V. A.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L. L. **Delivering Quality Service – Balancing Customer Perceptions and Expectations.**1990.Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=RWPMYP7-sN8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=ZEITHAML,+V.+A.%3B+PARASURAMAN,+A.%3B+BERRY,+L.+L.+Delivering+Quality+Service+%E2%80%93+Balancing+Customer+Perceptions+and+Expectations.&ots=ce8vjcz-ph&sig=EVpqDUSeL2hRi8IMQ5GIzQohYH4#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 29 de Mai. 2015.

ZEITHAML, V.; BITNER, M. J. **Services Marketing: integrating customer across the firm.**New York: McGraw Hill. Jan. 2000.

O CONTEÚDO INFORMACIONAL DOS RELATÓRIOS MODIFICADOS DA AUDITORIA INDEPENDENTE NO BRASIL

Izaque Vieira Ribeiro, Contador, Mestre, Coordenador e Professor dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da FAACZ – Faculdades Integradas de Aracruz.

Esta pesquisa objetivou investigar o conteúdo informacional dos relatórios modificados da auditoria independente de companhias abertas brasileiras listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA) no período de 1998 a 2008. As modificações foram classificadas em dois tipos: (a) quantitativas, em que o auditor indica quais são as diferenças entre o lucro líquido e o patrimônio líquido divulgados pela companhia auditada e os valores em que o auditor sugere como adequados; e (b) qualitativas, em que não há menção a tais valores. Para avaliar se as informações dos relatórios modificados eram relevantes, foi utilizado o modelo de precificação de ativos desenvolvido por Ohlson (1995), em que variáveis contábeis e de mercado são utilizadas. Além disso, duas amostras foram levadas em consideração: companhias que apresentam lucros e prejuízos e companhias que apenas apresentam lucros. As evidências empíricas indicam que a relevância do tipo de relatório depende da amostra considerada. Para aquela formada pelas companhias que apresentam tanto resultado positivo quanto negativo, as ressalvas qualitativas são relevantes somente em relação ao patrimônio líquido. Já para as que apresentam lucro, apenas as ressalvas quantitativas são relevantes, tanto em relação ao lucro quanto em relação ao patrimônio. Adicionalmente, apenas a diferença de lucro líquido reportada nos relatórios quantitativos é relevante para o mercado.

INTRODUÇÃO

A Comissão de Valores Mobiliários, por meio da Deliberação n° 677/2011, aprovou o Pronunciamento Conceitual Básico – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatórios Contábil-Financeiro – emitido pelo Comitê de Pronunciamento Contábil (CPC), que estabelece a relevância e representação fidedigna como características fundamentais da informação contábil (CPC, 2011).

As demonstrações contábeis divulgadas por companhias abertas são obrigatoriamente acompanhadas do relatório dos auditores. Atribui-se ao auditor o papel de intermediário informacional, uma vez que, nos mercados financeiros, investidores e administradores não possuem o mesmo nível de informação sobre determinada empresa (LOPES, 2002).

Nesse contexto, a auditoria assume, dentre outras, a função de proteção ao investidor, visando contribuir para a confiabilidade das informações com vistas à redução da assimetria informacional[1] (DANTAS *et al.*, 2006).

De acordo com a Instrução CVM n 38/84, o auditor independente deve emitir relatório com ressalva (ou adverso) sempre que as demonstrações contábeis auditadas não estiverem em consonância com os princípios contábeis ou quando deixarem de revelar fatos que possam produzir reflexos significativos sobre as mesmas. É exigido ainda, nestes casos, que sejam evidenciados os efeitos sobre o resultado e sobre o patrimônio líquido, ou indicadas as razões que possam estar impedindo a sua quantificação (CVM, 1984). Nesse sentido, no Brasil existem ressalvas "quantitativas", em que a magnitude da divergência entre os valores divulgados e a opinião dos auditores é expressa e ressalvas "qualitativas", em que não há menção às diferenças de valores.

Nesta perspectiva, o relatório da auditoria independente visa proporcionar um relacionamento de credibilidade entre os agentes econômicos uma vez que os auditores atuariam como intermediários informacionais. (JENSEN; MECKLING, 1976; HEALY; PALEPU, 2001).

Pesquisas acadêmicas têm investigado a relevância dos relatórios da auditoria independente bem como a relação entre o conteúdo informacional dos relatórios emitidos e o valor de mercado das empresas auditadas, a exemplo de estudos realizados por Batista (2009) no qual concluiu que a publicação dos relatórios da auditoria não demonstra ter influenciado o valor médio das ações no mês posterior à sua divulgação, na maioria dos casos estudados.

Al-Thuneibat, Khamees, Al-Fayoumi (2008), ao analisaram se o relatório modificado da auditoria possui conteúdo informacional, mensurado por meio dos efeitos sobre os preços e retornos das ações na Jordânia, concluíram que tais efeitos não eram significativos. Em pesquisa realizada no mercado australiano, Bessell, Anandarajan e Umar (2003) sugerem que os relatórios dos auditores não influenciam de forma decisiva as percepções de risco e a tomada de decisões.

Na mesma linha de pesquisa, mas com conclusão oposta, Jacques (2011) ao pesquisar empresas de capital aberto e não financeiras negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo nos exercícios de 2005 a 2009, conclui que os relatórios possuem conteúdo informacional. Taffler *et al*. (2004) e Ogneva *et al*. (2007) ao estudarem, respectivamente, os mercados de ações do Reino Unido e dos Estados Unidos, encontraram evidências de que o mercado reage de forma significativa aos relatórios ressalvados da auditoria independente.

Dado que há conclusões divergentes em diversas pesquisas, este estudo tem o objetivo contribuir para a apuração do potencial informacional contido nos relatórios modificados da auditoria, buscando responder ao seguinte questionamento: Qual a relevância do conteúdo informacional contido nos relatórios qualificados da auditoria independente em empresas brasileiras com ações negociadas na BM&FBOVESPA?

A metodologia foi baseada no modelo de precificação de empresas desenvolvido por Ohlson (1995), que permite que variáveis contábeis (lucro líquido e patrimônio líquido)

sejam relacionadas com variáveis de mercado. Foram realizadas 4.048 observações que abrangeu o período de 1998 a 2008.

De forma semelhante, o estudo visa trazer contribuições à literatura acadêmica ao abordar a relação entre as informações quantitativas divulgadas pela companhia em seus demonstrativos financeiros e aquelas apresentadas nos relatórios modificados da auditoria independente, quando divergentes, possuem conteúdo informacional relevante e capaz de impactar no seu valor de marcado.

O objetivo principal deste trabalho, contudo, é investigar a relevância do conteúdo informacional contido nos relatórios qualificados da auditoria independente em empresas brasileiras com ações negociadas na BM&FBOVESPA.

REGULAÇÃO DA AUDITORIA EXTERNA INDEPENDENTE NO BRASIL

As atividades de auditoria já eram realizadas no Brasil desde o século XIX: Fiegl (2005) destaca que o registro mais antigo pode ser constatado no Decreto nº 2.935, de 16 de junho de 1862, que aprovava a reorganização da Cia. de Navegação a Vapor *Anonyma*. Porém, o desenvolvimento e expansão das auditorias independentes foi influenciado de maneira significativa a partir da década de 1940, com a instalação de empresas multinacionais (BATISTA, 2010).

Um breve resumo da evolução histórica da auditoria no Brasil pode ser descrita a partir dos seguintes acontecimentos: (i) a edição da Lei 4.728, de 14 de junho de 1965 (FRANCO; MARRA, 2001), que Disciplina o mercado de capitais e estabelece medidas para o seu desenvolvimento; (ii) a criação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), por meio da Lei 6.385, de 07 de dezembro de 1976 (FRANCO; MARRA, 2001); (iii) a constituição em 13 de dezembro de 1971 do Instituto dos Auditores independentes do Brasil (IBRACON), resultado da fusão do Instituto dos Contadores Públicos do Brasil (ICPB), instituído em 26 de março de 1957 e do Instituto Brasileiro dos Auditores Independentes (IBAI), instituído em 02 de janeiro de 1968 (BATISTA, 2010).

A partir destes fatos, a auditoria no Brasil passou por sucessivas alterações, em particular com a promulgação da Lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976, que determinou a obrigatoriedade de que as companhias abertas tenham seus demonstrativos contábeis auditados por empresas de auditoria independente, registrados na CVM.

Com a implementação da Lei 11.638/07, de 28 de dezembro de 2007, que altera a Lei 6.404/76, as sociedades de grande porte (sociedades ou conjunto de sociedades sobre controle comum que tiverem, no exercício anterior, ativo total superior a R$ 240 milhões ou receita bruta anual superior a R$ 300 milhões), ainda que não constituídas sobre a forma de Sociedades Anônimas de capital aberto, deverão seguir as

disposições da Lei 6.404/76, no que tange à escrituração e elaboração de demonstrações financeiras e a obrigatoriedade de auditoria independente.

A Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 11 (NBC T 11) esclarece que o relatório do auditor independente, “é o documento mediante o qual o auditor expressa sua opinião, de forma clara e objetiva, sobre as demonstrações contábeis nele indicadas”. Assim, o trabalho desenvolvido pela auditoria independente é normatizado e fiscalizado por órgãos reguladores específicos que estabelecem normas e procedimentos a serem seguidos pelas empresas de auditoria.

As normas de auditoria “[...] estabelecem a qualidade do desempenho e os objetivos globais a serem alcançados em uma auditoria de demonstrações contábeis” (BOYNTON; JOHNSON; KELL, 2002, p. 74). No Brasil, os principais órgãos que atuam na normatização e na fiscalização das atividades da auditoria independente são: (i) o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) - Criado em 27 de maio de 1946, por força do Decreto Lei 9.295 (BRASIL, 1946); (ii) o Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (IBRACON) – criado em 13 de dezembro de 1971, a partir da fusão de dois institutos anteriores; (iii) a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) – autarquia vinculada ao Ministério da Fazenda. Foi constituída por meio da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976; (iii) o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) – criado pelo CFC em 07 de outubro de 2005.

A Resolução do Conselho Federal de Contabilidade nº. 820/1997, estabelece que o relatório dos auditores independentes se constitui no documento por meio do qual os auditores devem expressar de forma clara e objetiva a sua opinião quanto aos demonstrativos contábeis apresentados pelas entidades auditadas, assumindo total responsabilidade técnico-profissional pela comunicação emitida (CFC, 1997).

Quanto aos tipos de relatórios, a norma NBC T 11 (CFC, 1991) estabelece que, quanto à natureza, o relatório do auditor poderá assumir as seguintes formas: a) relatório sem ressalva, podendo conter parágrafos de ênfase ou não; b) relatório com ressalva; c) relatório adverso e d) relatório com abstenção de opinião ou negativa de opinião. Batista *et al.* (2010), comentando sobre a natureza dos relatórios de auditoria, declaram que a emissão do relatório sem ressalva sinaliza que as demonstrações contábeis foram elaboradas em acordo com as Normas Brasileiras de Contabilidade e a legislação específica.

A norma NBC T 11 sofreu recentemente alterações, citando-se como principais: [...] NBC TA 700 (CFC, 2009), formação da opinião e emissão do relatório do auditor independente sobre as demonstrações contábeis - Resolução CFC Nº 1.231/09 (CFC, 2009); NBC TA 705 – Modificações na opinião do auditor independente – Resolução CFC 1.232/09 (CFC, 2009) e NBC TA 706 – parágrafos de ênfase e parágrafos de outros assuntos no relatório do auditor independente – resolução CFC nº 1233/09 (CFC, 2009). [...] NBC TA 700 (CFC, 2009), elaborada de acordo com a sua equivalente *International Standard on Auditing* (ISA) 700, traz orientações que proporcionam consistência na elaboração do relatório do auditor independente sobre as demonstrações contábeis. (JACQUES, 2011, p.50).

As NBC TA's 700 e 705, classificam os relatórios em dois grupos: não modificado e modificado. De forma resumida, pode-se concluir que o relatório da auditoria será

emitido sem ressalva na situação em que as informações apresentadas expressarem de forma fidedigna a realidade financeira da entidade e que as mesmas tenham sido elaboradas de acordo com as normas e práticas contábeis vigentes. Por seu turno, o relatório ressalvado ou modificado ocorre quando se evidencia distorções entre as informações prestadas pela empresa e aqules obtidas no processo de auditoria, bem como nas situações em que não se é possível obter evidências suficientes para suportar as informações fornecidas pela empresa auditada.

O relatório adverso alerta para o fato de que os demonstrativos apresentados não obedecem adequadamente às normas e práticas contábeis vigentes. Por fim, a abstenção de opinião ocorre quando da impossibilidade da auditoria em formular opinião consistente uma vez que as divergências de informações apuradas e disponibilizadas pela empresa são relevantes e generalizadas.

Trabalhos anteriores

Do ponto de vista econômico, a informação é considerada relevante quando altera as expectativas dos agentes em relação à ocorrência de eventos futuros (LOPES, 2001). Para Romney e Steinbart (2000, p.15), a informação contábil é relevante, pois "[...] reduz a incerteza, melhora a habilidade de fazer previsões e permite corrigir ou confirmar expectativas".

Assumindo a perspectiva de que o papel da contabilidade seja o de prover informações úteis à tomada de decisões, espera-se que estas sejam confiáveis e necessárias à adequada interpretação da situação econômico-financeira da entidade (DANTAS *et al.,* 2006). Sob esta ótica, a informação disponibilizada pela contabilidade tem sido alvo de pesquisas, com o intuito de se apurar a relevância dos dados nelas contidos para a determinação de como as variáveis contábeis estão relacionadas com as de mercado (LOPES; SANT'ANNA; COSTA, 2007).

Barth, Beaver e Landsman (2001, p. 4) corroboram sobre a importância da informação contábil para os diversos interessados nos destinos da empresa ao declararem que:

> Value relevance is an empirical operationalization of these criteria because an accounting amount will be value relevant, i.e., have a predicted significant relation with share prices, only if the amount reflects information relevant to investors in valuing the firm and is measured reliably enough to be reflected in share prices. Only if an accounting amount is relevant to a financial statement user can it be capable of making a diference to that user's decisions.

Kothari (2001) relaciona os trabalhos de Fama (1965), Ball e Brown (1968) e Beaver (1968) como "[...] os principais responsáveis pela mudança na percepção da importância dos números apresentados pelos demonstrativos financeiros da contabilidade e a sua relação com os valores de mercado das empresas".

A relação entre informação contábil divulgada e reação do mercado foi pioneiramente estudada por Ball e Brown (1968) que analisando a relação entre o sinal (direção) dos lucros anormais e os retornos anormais das ações negociadas na Bolsa de Nova York, encontraram evidências sobre a relevância das demonstrações contábeis divulgadas para os investidores. (SARLO NETO, 2004).

Diversos estudos buscaram correlacionar a informação contábil com o comportamento do mercado, como os de Beaver, Clarke e Wright (1979) que verificaram a existência de uma correlação positiva entre as variações percentuais dos lucros e dos preços; Bernard e Thomas (1990); Lopes *et al*. (2002) e Batista (2009). Lopes *et al*. (2005); Cunha, Beuren e Pereira (2009); Al-Thuneibat, Khamees e Al-Fayoumi (2008); Hodge (2003); Bassel, Anandarajan e Umar (2003); Mutchler (1985) e Dopuch, Holthausen e Leftwich (1987); Chen e Church (1993); Bamber e Stratton (1997), LaSalle e Anandarajan (1997); Lin, Tsang e Xiao (2003); Ittonen (2009); Almeida (2006) e Batista (2009).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho de pesquisa abrangeu empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo que divulgaram demonstrações contábeis acompanhadas de relatórios de auditoria com modificação nos anos de 1998 a 2008. Foram utilizadas duas bases de dados: os relatórios da auditoria independente foram obtidos por meio do sistema “DIVEXT”, disponibilizado pela Comissão de Valores Mobiliários; já as informações contábeis e de mercado foram obtidas da base Economática®.

Quanto aos procedimentos metodológicos específicos para tratamento dos Relatórios da Auditoria Independente (RAIs) desenvolvidos a fim de se alcançar o objetivo proposto, foram realizadas: a) leitura e classificação dos RAIs entre “sem ressalva” e modificados; b) classificação dos RAIs modificados em “ressalva quantitativa” e “ressalva qualitativa”; c) Para os RAIs classificados como “ressalva quantitativa”: determinação das diferenças entre as informações contábeis apuradas nas Demonstrações Contábeis e nos RAIs, relativas ao Lucro Líquido e ao Patrimônio Líquido.

Com o intuito de se reduzir eventuais presenças de valores extremos que enviesasse as inferências obtidas, empregou-se o método Winsor, no valor de 1% em cada cauda, em todas as variáveis utilizadas nos modelos. Essa metodologia consiste em substituir os *outliers* pelo valor mais próximo, dentro dos percentis definidos (BRILHANTE, 1999). Desta forma, excluem-se as firmas de maior porte, com base em seu valor de mercado à época da pesquisa.

Os dados foram rodados em painel, com duplo efeito fixo (companhia e ano) e matriz robusta a fim de minimizar os efeitos dos *outliers* mantendo-se muito mais próxima à tendência central verdadeira onde se encontra a maioria dos dados. As *dummies*

indicativas dos anos de realização da pesquisa, embora consideradas, não tiveram seus coeficientes apresentadas nas tabelas para fins de *layout*.

Estratégia de pesquisa

Com o intuito de analisar a relação entre os relatórios qualificados da auditoria independente e o valor de mercado das companhias de capital aberto negociada na Bolsa de Valores de São Paulo no período de 1998 a 2008, empregou-se como base o modelo proposto por Ohlson (1995). O modelo de Olhson (1995) é frequentemente utilizado em pesquisas sobre relevância da informação divulgada ao mercado, dado que estabelece uma plataforma teórica que relaciona variáveis contábeis às de mercado (BARTH *et al*., 2001).

No Brasil, trabalhos como os de Lopes (2001) e de Costa e Lopes (2007) utilizaram o modelo de Ohlson (1995) para avaliar se o lucro líquido e o patrimônio líquido são informações relevantes para o mercado. Nesse sentido, neste trabalho serão acrescentadas variáveis *dummy* para capturarem o potencial efeito sobre a relevância da informação contábil para cada tipo de relatório modificado (quantitativo ou qualitativo).

A relação entre as variáveis contábeis e de mercado pode ser impactada por empresas com dificuldades financeiras. Nesse sentido, a relação entre empresas com patrimônios líquidos negativos e que apresentam prejuízos pode ser significativamente diferente da relação esperada entre aquelas que apresentam patrimônio líquido positivo e lucro (conforme COLLINS *et al*., 1999). Além disso, como as variáveis das equações são “escalonadas” pelo preço da ação no ano anterior, pode haver uma potencial alteração na distribuição dos dados de empresas que apresentam prejuízos, pois à medida em que estes aumentam, o valor de mercado tende a diminuir, aumentando o valor da variável defasada. É por isso que em trabalhos de conservadorismo contábil é comum que a relação retorno x resultado contábil seja negativa (CASTRO, 2011).

Para controlar os potenciais efeitos do que foi descrito no parágrafo anterior, foram consideradas apenas companhias com patrimônio líquido positivo e cada equação foi realizada com duas especificações diferentes: a) na primeira especificação, considerando-se todos os valores de resultado, mas inserindo-se uma variável *dummy* para companhias que apresentaram prejuízo; b) na segunda especificação, considerando-se apenas companhias que apresentaram resultado positivo (ou seja, excluindo companhias com prejuízos).

Com o objetivo de avaliar a relevância dos relatórios de auditoria com modificação, a Equação nº 1, apresentada a seguir, leva em consideração o tipo de ressalva (quantitativa ou qualitativa), bem como suas interações com as variáveis contábeis lucro líquido e patrimônio líquido.

1ª Equação

TABELA 1: Equação nº 1 com a abertura do tipo de ressalva

1) $VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it} + \beta_4 QL_{it} + \beta_5 QT*LL_{it} + \beta_6 QL*LL_{it} + \beta_7 QT*LP+_{it} + \beta_8 QL*PL+_{it} + \beta_9 BF_{it} + \beta_{10} PJ_{it} + \beta_{11} PJ*LL_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t \, dano_t + \varepsilon_{it}$ **(1A)**

2) $VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL+_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it} + \beta_4 QL_{it} + \beta_5 QT*LL+_{it} + \beta_6 QL*LL+_{it} + \beta_7 QT*LP+_{it} + \beta_8 QL*PL+_{it} + \beta_9 BF_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t \, dano_t + \varepsilon_{it}$ **(1B)**

Variável dependente	$VM_{i,t}$	Valor de mercado por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1.
Variáveis independentes	LL_{it}	Lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1.
	$LL+_{i,t}$	Valores positivos do lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1.
	$PL+_{i,t}$	Valores positivos do patrimônio líquido por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1
	$QT_{i,t}$	Variável *dummy* que assume o valor um quando as ressalvas forem quantitativas referentes ao lucro líquido e ao patrimônio líquido e zero quando forem qualitativas, no período t.;
	$QL_{i,t}$	Variável *dummy* que assume o valor um quando as ressalvas forem qualitativas zero quando forem quantitativas, no período t.;
	$QT_{i,t}*LL_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* QT_{it} com a variável LL_{it}, no período *t;*
	$QT_{i,t}*LL+_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* QT_{it} com a variável $LL+_{it}$, no período *t;*

	$QL_{i,t}*LL_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* QL com a variável LL_{it}, no período *t;*
	$QL_{i,t}*LL+_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* QL com a variável $LL+_{it}$, no período *t;*
	$QT_{i,t}*PL_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* QT com a variável PL_{it}, no período *t;*
	$QL_{i,t}*PL+_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* QL com a variável $PL+_{it}$, no período *t;*
	$BF_{i,t}$	Variável *dummy* que assume o valor um quando empresas de auditoria independente for *Deloitte Touche Tohmatsu*, *Arthur Andersen*, *Ernst & Young*, *Price Waterhouse Coopers* ou KPMG e zero quando for outra a empresa de auditoria independente no período *t*;
	$PJ_{i,t}$	Variável *dummy* para prejuízo que assume o valor 1 quando o valor da variável lpa_{it} for menor que zero e 0 quando o seu valor for positivo;
	$PJ_{i,t}*LL_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* PJ_{it} com a variável LL_{it}, no período *t*;
	$Dano_t$	Variáveis *dummies* de ano (de 1998 a 2008) que assume o valor um para o ano da variável e zero para os outros anos.

Fonte: elaborado pelo autor

A *dummy* QT na equação dá-se em razão da necessidade de se apurar se a natureza da ressalva tem efeito específico para elaboração de juízos aos tomadores de decisão ou se a mesma é irrelevante. Além dos relatórios modificados, foi inserida a *dummy* BF, que busca distinguir se a emissão de relatórios foi realizada pelas chamadas “Big-Five” ou não. Companhias de maior porte e, geralmente, de maior valor de mercado, contrataram auditores “Big-Five”. Ressalta-se que a empresa Arthur Andersen compôs o banco de dados em relação aos anos de 1998, 1999, 2000 e 2001, quando auditou 370 empresas, emitindo 38 relatórios com ressalvas quantitativas.

As interações das *dummies* QT, QL e PJ têm por objetivo inferir quanto aos efeitos da ação combinada das mesmas em relação aos valores divulgados das variáveis contábeis lucro líquido e patrimônio líquido. Já na segunda Equação, busca-se avaliar a relevância da informação contábil gerada pelos auditores independentes quando estes emitem ressalvas quantitativas, dado que divulgam qual seria a diferença identificada para o lucro líquido bem como para o patrimônio líquido, conforme descrito a seguir:

Diferença entre os Resultados da firma *i* no período *t*:

$\Delta LL_{it} = LL_{firma} - LL_{auditoria}$

(1)

Diferença entre os Patrimônios Líquidos da firma *i* no período *t*:

$\Delta PL_{it} = PL_{firma} - PL_{auditoria}$

(2)

Assim, será possível identificar se há relação entre os preços de mercado e a diferença informada pelos auditores em seus relatórios. A Equação 2 é apresentada a seguir:

2ª Equação

TABELA 2: Equação nº 2 com a indicação da diferença de valores para o lucro líquido e para o patrimônio líquido no relatório da auditoria

1) $VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it}*\Delta LL_{it} + \beta_4 QT_{it}*\Delta PL_{it} + \beta_5 PJ_{it} + \beta_6 PJ*LL_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t Dano_t + \varepsilon_{it}$

(2A)

2) $VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL+_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it}*\Delta LL_{it} + \beta_4 QT_{it}*\Delta PL_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t Dano_t + \varepsilon_{it}$ **(2B)**

Variável dependente	$VM_{i,t}$	Valor de mercado por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1;
Variáveis independentes	$LL_{i,t}$	Lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1;
	$LL+_{i,t}$	Valores positivos do lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1;
	$PL+_{i,t}$	Valores positivos do patrimônio líquido por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%,

	$QT_{i,t}*\Delta LL_{it}$	Variável resultante da interação entre *dummy* para ressalva quantitativa e variação do valor do lucro líquido, no período t;
	$QT_{i,t}*\Delta PL_{it}$	Variável resultante da interação entre *dummy* para ressalva quantitativa e variação do valor do patrimônio líquido, no período t;
	$PJ_{i,t}$	Variável *dummy* para prejuízo que assume o valor 1 quando o valor da variável lpa_{it} for menor que zero e 0 quando o seu valor for positivo;
	$PJ_{i,t}*LL_{i,t}$	Variável resultante da interação da *dummy* PJ_{it} com a variável LL_{it}, no período *t*;
	$Dano_t$	Variáveis *dummies* de ano (de 1998 a 2008) que assumem o valor um para o ano específico e zero para os demais anos.

Fonte: elaborado pelo autor

As interações apresentadas na Equação 2 visam determinar a relevância informacional das ressalvas quantitativas distintamente em relação ao lucro líquido e ao patrimônio líquido.

RESULTADOS DA PESQUISA

A partir de uma base de dados composta por empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo no período de 1998 a 2008, foi obtido um total de 4.048 observações. Deste montante, em 571 firmas as ressalvas foram de natureza qualificada, sendo 207 quantitativas e 364 qualitativas.

Os relatórios qualificados da auditoria independente com ressalva quantitativa e qualitativa equivaleram a 14,1% do total dos relatórios emitidos no período de 1998 a 2008. Ademais, percebe-se redução do percentual de ressalvas quantitativas a partir do ano de 2005.

A este respeito Almeida (2006), dá indícios de que a emissão do relatório sem ressalva é uma tendência das auditorias independentes no cenário nacional, citando a legislação quando faz a referência de que: [...] para os usuários, demonstrações contábeis acompanhadas de relatório sem ressalva, têm maior utilidade do que aquelas que contenham erros contábeis ou fraudes, mesmo que o relatório que as acompanhe os discrimine e quantifique mediante ressalvas. (NBC T11-IT 05-ITEM 28).

Um fator que pode explicar a quantidade mais elevada de relatórios quantitativos entre 1999 e 2004 foi a decisão do IBRACON em estabelecer que os as firmas de auditoria

deveriam ressalvar os relatórios de companhias que decidiram tratar a maxidesvalorização do real em relação ao dólar como ativo diferido, e não no resultado. Consequentemente, aquelas que o fizeram puderam amortizar o diferido em até quatro anos. Neste sentido, em todos os anos os relatórios seriam emitidos com ressalva.

Decidiu-se por trabalhar com todos os setores econômicos por duas razões principais: a) para os propósitos da pesquisa não há distinção entre os setores de atividade econômica das empresas e b) para ampliar a base amostral dos dados, composta por 571 firmas.

No período da pesquisa (1998 a 2008) o grupo das *Big Five* era composto pelas seguintes empresas de auditoria independente: Deloitte Touche Tohmatsu, Arthur Andersen, Ernst & Young, Price Waterhouse Coopers e KPMG. A opção por estas cinco empresas, consideradas as "Cinco Grandes", se deu pois no período da pesquisa, de 1998 a 2008, elas foram responsáveis por 62,67% dos relatórios emitidos, enquanto as demais, em número de 149 empresas, detinham apenas 37,33% das auditorias externas.

Foi possível constatar-se que os relatórios não qualificados formaram o maior quantitativo de emissões no período analisado (65,53%), emitidos em sua maioria por empresas de auditoria pertencente ao grupo das Bigfive, detentoras de maior percentual de atuação no cenário analisado pela pesquisa. Quanto aos relatórios qualificados, estes foram emitidos em maior número pelas não Bigfive (54,53%) embora estas últimas empresas tenham participado com apenas 37,20% das auditorias realizadas no período.

Dos relatórios qualificados emitidos, apenas 36,25% eram de natureza quantitativa. Do total geral de relatórios emitidos, somente 5,11% foram portadores de ressalvas quantitativas. A maioria dos relatórios não qualificados ocorre em situação de não prejuízo da firma (72,23%) e quando este resultado contábil é reconhecido nos demonstrativos financeiros, constitui-se em fator predominante para as ressalvas qualitativas (52,26%), nos casos estudados.

A utilização do método Winsor eliminou *outliers* ao nível de 1%, reduzindo sensivelmente a dispersão representada pelo desvio padrão e indicada pelos valores extremos de máximos e mínimos. Entretanto, a média para a variável lucro líquido (LL), permaneceu negativa. A fim de se testar a sensibilidade do relatório da auditoria independente nos casos em que não haja valores negativos para as variáveis contábeis nas equações propostas, estas foram tratadas e seus valores negativos eliminados, com redução concomitante da dispersão dos dados, originando assim a variável LL+ e PL+.

Faz-se em seguida a apresentação da dispersão dos dados relativos às variáveis Ll, Pl, LL, PL, LL+ e PL+ acima descritas. Os resultados obtidos, evidenciam que as variáveis fundamentais do Modelo de Olhson (1995), encontram-se em sua composição original com elevada dispersão, o que poderia comprometer a análise de seus efeitos sobre as equações propostas. A dispersão é significativamente reduzida quando estas variáveis são tratadas, no primeiro momento, com a redução de *outliers*

ao nível de 1% e em um segundo momento, considerando-se *dummy* para valores positivos das variáveis Lucro Líquido e Patrimônio Líquido.

Os dados da variável Lucro por Ação (Ll) possuem valores altamente dispersos com elevado percentual deles com escores negativos. As distribuições de frequência destes dados mostram-se assimétricos à esquerda, com curva extremamente alongada. Esta característica é progressivamente modificada a partir do tratamento da variável. Inicialmente, a variável LL tem sua dispersão reduzida e a curva converge para a simetria bilateral com leve tendência à esquerda, entretanto, sua amplitude reduz significativamente.

A variável LL+ tem os escores negativos eliminados e a assimetria passa a convergir para a direita, com reduzida amplitude de valores. Análise semelhante pode ser realizada em relação a variável Pl, com a exceção de que, em nenhuma situação a assimetria foi negativa, embora houvesse valores com escores negativos, indicando assim menor impacto destes escores para o conjunto dos dados da variável. Nas equações apresentadas, as variáveis foram consideradas estatisticamente significantes aos níveis de 1%, 5% e 10%, para análises bicaudais.

Análise dos resultados

A partir das equações desenvolvidas, os dados foram submetidos a tratamento estatístico e rodados em painel com matriz robusta, uma vez que nesta abordagem não há nenhuma restrição quanto ao comportamento dos erros do modelo e é desconhecida a forma com que os erros se desviam tanto no que se refere à mudança da sua distribuição como no que se refere a não independência dos erros ou em ambos os casos (NEDER, 2000), estabelecendo-se assim a relação de significância estatística entre as variáveis estudadas e a variável dependente $VM_{i,t}$ (valor de mercado por ação).

Os resultados referentes à Equação 1 são apresentados na Tabela 3:

TABELA 3: Especificações com o tipo de modificação (quantitativa ou qualitativa)

Variável Independente	**Todos os valores de LL[1]**		**Para valores de LL e PL positivos[2]**	
	Coef.	**Est. t**	**Coef.**	**Est. t**
LL	4,82	1,09	----	----
LL+	----	----	9,68	2,16**
PL+	1,97	3,09***	1,11	1,76***

QT	– 106,93	– 1,33	– 106,46	– 0,90
QL	– 292,25	– 3,81***	– 362,25	– 3,93***
QT*LL	15,42	0,98	----	----
QT*LL+	----	----	– 17,15	– 2,09**
QL*LL	– 15,82	– 1,26	----	----
QL*LL+	----	----	20,48	1,50
QT*PL+	0,90	0,43	12,53	4,44***
QL*PL+	9,34	2,53**	3,18	0,78
BF	154,55	3,86***	163,34	3,41***
PJ	– 165,89	– 4,02***	----	----
PJ*LL	– 27,69	– 4,61***	----	----
Const.	1.226,83	20,14***		
***Dummies* de ano**	Sim		Sim	
Rho[2]	0,3087		0,3492	
F	22,68		17,16	
Prob > F	0,0000		0,0000	
Observações	3.163		2.437	

*Estatisticamente significante ao nível de: ***1%; **5% e *10%.*

[1]$VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it} + \beta_4 QL_{it} + \beta_5 QT*LL_{it} + \beta_6 QL*LL_{it} + \beta_7 QT*LP+_{it} + \beta_8 QL*PL+_{it} + \beta_9 BF_{it} + \beta_{10} PJ_{it} + \beta_{11} PJ*LL_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t\, dano_t + \varepsilon_{it}$ (1A)

[2]$VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL+_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it} + \beta_4 QL_{it} + \beta_5 QT*LL+_{it} + \beta_6 QL*LL+_{it} + \beta_7 QT*LP+_{it} + \beta_8 QL*PL+_{it} + \beta_9 BF_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t\, dano_t + \varepsilon_{it}$ (1B)

Onde:

$VM_{i,t}$ = valor de mercado por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$LL_{i,t}$ =** lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$LL+_{i,t}$ =** valores positivos do lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$PL+_{i,t}$ =** valores positivos do patrimônio líquido por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$QT_{i,t}$ =** Variável *dummy* que assume o valor um quando as ressalvas forem

2 Rho é conhecida como correlação de Spearman, sendo empregada quando as variáveis não estão normalmente distribuídas. Os resultados sugerem que a equação, nas suas duas abordagens são significativas para explicar o comportamento das variáveis em estudo (Rho = 0,3087 e Rho =0,3492, respectivamente).

quantitativas referentes ao lucro líquido e ao patrimônio líquido e zero quando forem qualitativas, no período t.; **$QL_{i,t}$ =** Variável *dummy* que assume o valor um quando as ressalvas forem qualitativas zero quando forem quantitativas, no período t.; **$QT_{i,t}$*$LL_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* QT_{it} com a variável LL_{it}, no período *t;* **$QT_{i,t}$*$LL+_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* QT_{it} com a variável $LL+_{it}$, no período *t;* **$QL_{i,t}$*$LL_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* QL com a variável LL_{it}, no período *t;* **$QL_{i,t}$*$LL+_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* QL com a variável $LL+_{it}$, no período *t;* **$QT_{i,t}$*$PL_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* QT com a variável PL_{it}, no período *t;* **$QL_{i,t}$*$PL+_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* QL com a variável $PL+_{it}$, no período *t;* **$BF_{i,t}$ =** variável *dummy* que assume o valor um quando empresas de auditoria independente for Deloitte Touche Tohmatsu, Arthur Andersen, Ernst & Young, Price Waterhouse Coopers ou KPMG e zero quando for outra a empresa de auditoria independente no período *t*; **$PJ_{i,t}$ =** variável *dummy* para prejuízo que assume o valor 1 quando o valor da variável lpa_{it} for menor que zero e 0 quando o seu valor for positivo; **$PJ_{i,t}$*$LL_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* PJ_{it} com a variável LL_{it}, no período *t*; ***Dummies* de ano =** Variáveis *dummies* de ano (de 1998 a 2008) que assumem o valor um para o ano específico e zero para os demais anos.

Fonte: elaborado pelo autor

Considerando os resultados da primeira especificação da Equação 1, em que companhias que apresentam lucros e prejuízos compõem a amostra, é possível verificar que o patrimônio líquido é relevante para o mercado (p-value < 0,01). Já em relação ao resultado, apenas os prejuízos (PJ x LL) seriam relevantes (p-value < 0,01), mas com sinal negativo, de maneira similar ao demonstrado por Collins et al. (1999). Tal fato corrobora parcialmente as afirmações de Lopes (2001), em que países com características institucionais como as do Brasil tendem a apresentar maior relevância para o patrimônio líquido. Porém, é necessário ressaltar que os resultados positivos não foram estatisticamente significativos.

Já em relação às ressalvas, foi possível constatar que companhias com menores portes (com base em seu valor de mercado) tendem a receber relatórios modificados qualitativos (QL é estatisticamente significativa). Por outro lado, não se pode afirmar o mesmo em relação às ressalvas quantitativas (p-value > 0,10 para QT).

Os resultados empíricos obtidos a partir das interações $QT_{i,t}$*$LL_{i,t}$ e $QL_{i,t}$*$LL_{i,t}$ indicam que as ressalvas, quer sejam quantitativas (QT) ou qualitativas (QL) não são relevantes em relação ao resultado. A mesma inferência pode ser estendida à interação da ressalva quantitativa e o patrimônio líquido ($QT_{i,t}$*$PL+_{i,t}$).

Já a interação $QL_{i,t}$*$PL+_{i,t}$ denota que a ressalva qualitativa leva ao aumento da relevância do patrimônio líquido (p-value < 0,05). Tal constatação é coerente com os resultados obtidos por Hung e Subramanyam (2007), ao demonstrarem em pesquisa realizada na Alemanha que o Patrimônio Líquido é a informação mais relevante para os investidores em comparação com as informações referentes ao Lucro Líquido.

Costa *et al*. (2012) demonstram que há aumento na relevância do patrimônio líquido em períodos de crises econômicas, pois poderia ser tratado pelos investidores como uma “opção de abandono”. O aumento da relevância do patrimônio líquido quando há ressalva qualitativa no relatório pode indicar que a incerteza em relação à magnitude da ressalva qualitativa levaria os investidores a centrarem suas análises no PL, em vez do lucro líquido.

É necessário ressaltar que os resultados são diferentes dos apresentados por Al-Thuneibat, Khamees e Al-Fayoumi (2008). Ao analisarem empresas jordanianas, concluíram pela pouca significância destes relatórios na determinação dos valores de mercado da firma.

Quanto à análise da segunda especificação da Equação 1, constata-se que quando são considerados apenas os resultados positivos, os mesmos são relevantes para o mercado (p-value < 0,05), assim como o patrimônio líquido (p-value < 0,01). Tais resultados são coerentes com os apresentados em pesquisas anteriores no Brasil, como Costa (2005) e Costa *et al*. (2012).

De maneira similar à primeira especificação, é possível afirmar apenas que empresas de menor porte, mensurado com base em seu valor de mercado, apresentam ressalvas qualitativas (QL, p-value < 0,01). O mesmo não pode ser afirmado em relação às ressalvas quantitativas (QT, p-value > 0,10).

Ao serem consideradas apenas companhias abertas que apresentaram lucros, os resultados das *dummies* interativas que relacionam as ressalvas quantitativas (QT) com o resultado (QT x LL+) e com o patrimônio líquido (QT x PL+) passam a ser estatisticamente significativas a 5% e 1%, respectivamente. O sinal negativo do coeficiente inica que o resultado se torna menos relevante, enquanto há aumento da relevância do patrimônio líquido (sinal positivo). Neste sentido, há indícios de que existe uma inversão na relevância do resultado e do patrimônio líquido frente à incerteza de seus montantes. Tal fato será confirmado com base na segunda especificação da Equação 2, apresentada posteriormente.

Diferentemente da primeira especificação, as ressalvas qualitativas (QL) não são relevantes, nem em relação ao lucro líquido (QL x LL+) nem em relação ao patrimônio líquido (QL x PL+).

De maneira geral, os resultados das duas especificações da Equação 1 sugerem que há aumento da relevância do patrimônio líquido quando há ressalva qualitativa. Quando consideradas apenas aquelas que apresentam lucro, apenas as ressalvas quantitativas são levadas em consideração pelo mercado, indicando redução da relevância do lucro líquido e aumento da do patrimônio líquido, de maneira similar ao que ocorre em períodos de incertezas (COSTA et al., 2012).

A seguir, na Tabela 4, são apresentados os resultados das duas especificações da Equação 2:

TABELA 4: Especificações com a indicação da diferença de valores para o lucro líquido e para o patrimônio líquido no relatório da auditoria

Variável Independente	Todos os valores de LL[1]		Para valores de LL e PL positivos[2]	
	Coef.	**Est. t**	**Coef.**	**Est. t**
LL	4,92	1,07	----	----

LL+	----	----	9,37	1,97**
PL+	2,27	3,42***	1,49	2,23**
QT*ΔLL	– 0,51	– 0,47	– 1,65	– 1,76*
QT*ΔPL	– 0,18	– 1,60	– 0,36	– 0,61
PJ	– 164,16	– 3,96***	----	----
PJ*LL	– 28,09	– 4,52***	----	----
Const.	1.306,05	24,82***	1.095,12	19,14***
Dummies de ano	Sim		Sim	
Rho[3]	0,3081		0,3480	
F	26,50		19,07	
Prob > F	0,0000		0,0000	
Observações	3.190		2.459	

*Estatisticamente significante ao nível de: ***1%; **5% e *10%.*

[1] $VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it}*\Delta LL_{it} + \beta_4 QT_{it}*\Delta PL_{it} + \beta_5 PJ_{it} + \beta_6 PJ*LL_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t \, Dano_t + \varepsilon_{it}$ (2A)

[2] $VM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LL+_{it} + \beta_2 PL+_{it} + \beta_3 QT_{it}*\Delta LL_{it} + \beta_4 QT_{it}*\Delta PL_{it} + \sum_{t=1998}^{2008} \beta_t \, Dano_t + \varepsilon_{it}$ (2B)

Onde:

$VM_{i,t}$ = valor de mercado por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$LL_{i,t}$ =** lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$LL+_{i,t}$ =** valores positivos do lucro por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$PL+_{i,t}$ =** valores positivos do patrimônio líquido por ação no dia 31/12 do período t, com exclusão de *outliers* ao nível de 1%, dividido pelo valor de mercado da firma i no dia 30/04 do período t+1; **$QT_{i,t}*\Delta LL_{it}$ =** variável resultante da interação entre *dummy* para ressalva quantitativa e variação do valor do lucro líquido, no período t; **$QT_{i,t}*\Delta PL_{it}$ =** variável resultante da interação entre *dummy* para ressalva quantitativa e variação do valor do patrimônio líquido, no período t; **$PJ_{i,t}$ =** variável *dummy* para prejuízo que assume o valor 1 quando o valor da variável lpa_{it} for menor que zero e 0 quando o seu valor for positivo; **$PJ_{i,t}*LL_{i,t}$ =** variável resultante da interação da *dummy* PJ_{it} com a variável LL_{it}, no período *t*; ***Dummies* de ano =** Variáveis *dummies* de ano (de 1998 a 2008) que assumem o valor um para o ano específico e zero para os demais anos.

Fonte: Elaborado pelo autor

3 Rho é conhecida como correlação de Spearman, sendo empregada quando as variáveis não estão normalmente distribuídas. Os resultados sugerem que a equação, nas suas duas abordagens são significativas para explicar o comportamento das variáveis em estudo (Rho = 0,3081 e Rho =0,3480, respectivamente).

Na Equação 2, busca-se verificar a relevância dos relatórios qualificados da auditoria independente, nos casos em que são identificadas as diferenças de valores relativos ao resultado e ao patrimônio líquido.

Na primeira especificação, são consideradas companhias que apresentaram tanto lucro quanto prejuízo; na segunda especificação, estão apenas as que apresentaram lucro. Quanto à análise da primeira especificação da Equação 2, constata-se que, apenas o patrimônio líquido (p-value < 0,01) e os resultados negativos (p-value < 0,01) são relevantes para o mercado, de maneira similar aos resultados da primeira especificação da Equação 1, apresentados na Tabela 9.

Já em relação às interações da *dummy* $QT_{i,t}$ com as diferenças apontadas tanto para o lucro líquido quanto para o patrimônio liquido, não é possível afirmar que tais informações divulgadas pelos auditores são relevantes para o mercado (p-values > 0,10).

Quanto à análise da segunda especificação da Equação 2, constata-se que tanto o lucro quanto o patrimônio líquido possuem conteúdo informacional para o mercado. Adicionalmente, a diferença apontada pelos auditores nas ressalvas quantitativas em relação ao resultado também é relevante, mas ao nível de significância de 10%. O mesmo não pode ser afirmado em relação à diferença relatada sobre o patrimônio líquido (p-value > 0,10).

Os resultados da Equação 2 indicam que as informações referentes às diferenças apontadas para valores declarados do lucro líquido e do patrimônio líquido não são absorvidas pelo mercado de forma similar, dado que somente as discrepâncias associadas ao lucro líquido são levadas em consideração (considerando sua significância a 10%). Uma potencial explicação seria a magnitude de tais diferenças em relação ao resultado e ao patrimônio líquido, fato que não foi tratado neste estudo.

CONCLUSÃO

Este trabalho buscou investigar se os relatórios qualificados emitidos pelas empresas de auditoria independente em relação às demonstrações financeiras das empresas listadas e atuantes na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA), no período de 1998 a 2008, possuem conteúdo informacional para o mercado.

Foram levadas em consideração duas Equações que associam as variáveis Lucro Líquido, Patrimônio Líquido, diferença de Lucro Líquido e diferença de Patrimônio Líquido, as *dummies* relativas ao relatório (RE - existência ou não existência), bigfive (BF - se o relatório é emitido pelas cinco maiores empresas de auditoria existente no período da pesquisa), QT (se quantitativo), QL (se qualitativo) e PJ (se retratam prejuízos no resultado).

Os resultados obtidos dependem do tipo de especificação utilizada, ou seja, se a amostra leva ou não em consideração companhias abertas que apresentaram

prejuízos. Quando estas estão incluídas na amostra, há indícios de que somente as ressalvas qualitativas são relevantes, mas somente em relação ao patrimônio líquido.

Quando são consideradas na amostra apenas companhias que apresentaram lucro, as ressalvas qualitativas perdem relevância, enquanto as quantitativas tornam-se relevantes: o patrimônio líquido torna-se mais relevante e o oposto ocorre com o resultado. Já em relação às diferenças reportadas pelos auditores em suas ressalvas quantitativas, apenas as relacionadas ao lucro são relevantes, e mesmo assim, ao nível de 10%.

Conjuntamente, os resultados reforçam o argumento de que o patrimônio líquido torna-se mais relevante em ambientes de incerteza, conforme afirmado por autores como Collins et al. (1999) e Costa et al. (2012).

Tais resultados conduzem à reflexão sobre o conteúdo informacional dos relatórios da auditoria independente. Ressalvas qualitativas alteram somente a relevância do patrimônio líquido, enquanto as quantitativas são consideradas tanto para o PL quanto para o lucro. Porém, há indícios de que somente as diferenças relativas ao lucro reportadas em ressalvas quantitativas são levadas em consideração pelo mercado.

A pesquisa não levou em consideração a magnitude das diferenças nas ressalvas quantitativas e o conteúdo de cada modificação, além de não avançar na busca por implicações sobre os aspectos relevantes da alteração na legislação societária brasileira a partir da adoção da Lei 11.638/2007 e a convergência das normas brasileiras de contabilidade às normas internacionais (IFRS). Esses fatores podem levar a novas evidências e são, portanto, oportunidades para futuras pesquisas.

Espera-se que os resultados desta pesquisa possam contribuir para o debate sobre o papel do auditor e também sobre o seu relatório. Aparentemente, o mercado avalia de maneira distinta o tipo de ressalva (quantitativa e qualitativa) e sobre qual variável contábil a mesma está centrada (resultado ou patrimônio líquido). Esta informação pode ser importante para futuras discussões sobre alterações nos tipos de relatório, além da decisão do tipo de modificação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Karla K. N. **Uma análise crítica dos pareceres dos auditores independentes sobre demonstrações contábeis de empresas brasileiras**. 2006. p. 124. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis UnB/UFPB/UFPE/UFRN. João Pessoa, 2006.

AL-THUNEIBAT, Ali A.; KHAMEES, Basheer A.; AL-FAYOUMI, Nedal A. The effect of qualified auditors' opinions on share prices: evidence from Jordan. **Managerial Auditing Journal**, v. 23, p. 84-101, 2008.

BARTHA, Mary E.; BEAVERA, William H.; LANDSMAN, Wayne R. The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting: another view. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, n. 1, p. 77-104, 2001.

BATISTA, Cleibson G. *et al.* Impacto dos pareceres de auditoria na variação do retorno das ações preferenciais das empresas listadas na BM&FBOVESPA. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 10., 2010. **Anais...** 2010. Disponível em: <http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos102010/163.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2010.

BERNARD, V. L. The Feltham-Ohlson Framework: Implications for Empiricists. **Contemporary Accounting Research**, v. 11, p. 733-747, 1995.

BESSELL, Max; ANANDARAJAN, Asokan; UMAR, Ahson. Information content, audit reports and going-concern: an Australian study. **Accountin and Finance**, v. 43, p. 261-282, 2003. Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em: 16 dez. 2011.

BOYNTON, William C.; JOHNSON, Raymond N.; KELL, Walter G. **Auditoria**. São Paulo: Atlas, 2002.

BRASIL. Comissão de Valores Mobiliários. Deliberação nº 677. CPC Pronunciamento Conceitual Básico (R1). **Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro**. Brasília, 2 de dezembro de 2011. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/pdf/cpc00_r1.pdf>. Acesso em: 03 abr.2012.

_____. **Decreto Lei 9.295 de 27 de maio de 1946**. Cria o Conselho Federal de Contabilidade, define as atribuições do contador e do guarda-livros e dá outras providências. Institui o Código de Processo Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 10 jun. 1010.

_____. Lei n° 11.638/07, de 28 de dezembro de 2007**.** Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. **Diário Oficial da república Federativa do Brasil, Brasília**, DF, 28/12/2007. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/contabil/lei6404_ 1976.htm>. Acesso em: 19 dez. 2010.

_____. Lei n° 6.404/76, de 17 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. **Diário Oficial da república Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 17/12/1976. Disponível em: <http://www.normaslegais.com.br/legislacao/ contabil/lei6404_1976.htm>. Acesso: 19 dez. 2010.

_____. Resolução CFC nº 820/1997. Aprova a NBC T 11 – **Normas de Auditoria Independente das Demonstrações Contábeis com Alterações e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.portaldecontabilidade.com.br/nbc/res820.htm>. Acesso em: 15 nov. 2010.

_____. Resolução CFC nº 830, de 11 de dezembro de 1998. Aprova a NBC T 11 – IT 05 – **Parecer dos Auditores Independentes sobre as Demonstrações Contábeis**. Disponível em:

<http://www.portaldecontabilidade.com.br/nbc/res830.htm>. Acesso em: 15 nov. 2010.

BRILHANTE, Maria de F. Almeida. **Inferência estatística em modelos não gaussianos com recurso a spacings e outras funções de estatísticas ordinais.** 1999. 165 f. Tese (Doutorado em Matemática, especialidade de Probabilidades e Estatística) - Departamento de Matemática, Universidade dos Açores, Açores, 1999.

CASTRO, E. L. **O Efeito dos Diferentes Tipos de Dupla Listagem no Conservadorismo Contábil**. Dissertação **(**Mestrado Profissional em Ciências Contábeis) - Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças, 2011.

COLLINS, D.; PINCUS, M.; XIE, H. Equity valuation and negative earnings: the role of book value of equity. **The Accounting Review,** v. 74,n. 1, p. 29-61, 1999.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). Disponível em: <http://www.cvm.gov.br>. Acesso em: 23 set. 2011.

COPELAND, T.; KOLLER, T.; MURRIN, J. **Valuation: measuring and managing the value of companies**, New York: Wiley, 2000.

COSTA, F. M.; LOPES, A. B. Ajustes aos US-GAAP: estudo empírico sobre sua relevância para empresas brasileiras com ADRs negociados na Bolsa de Nova Iorque. **Revista Contabilidade & Finanças**, v.19, p. 27-36, 2007.

_____; REIS, D. J. S.; TEIXEIRA, A. M. C. Implicações de Crises Econômicas na Relevância da Informação Contábil das Empresas Brasileiras. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 6, n. 2, p. 141-153, abril/junho 2012.

CUNHA, Paulo Roberto da; BEUREN, Ilse Maria; PEREIRA Eliangela. Análise dos pareceres de auditoria das demonstrações contábeis de empresas de Santa Catarina registradas na comissão de valores Mobiliários. **RIC - Revista de Informação Contábil**, v. 3, n. 4, p. 44-65, Out-Dez/2009.

DAMASCENA, Luzivalda G. et al. Estudo sobre os pareceres de auditoria: análise dos parágrafos de ênfase e ressalvas constantes nas demonstrações contábeis das companhias listadas na BM&FBOVESPA. In: CONGRESSO ANPCONT, 4., 2010, Natal. **Anais...** Natal, 2010. Disponível em: <http://www.furb.br/congressocont/2010/trabalhos/cue_315.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2010.

_____; PAULO, Edilson; CAVALCANTE, Paulo R. N. Divergências entre parágrafos de ressalva e Parágrafos de ênfase nos pareceres de auditoria. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ** (online), Rio de Janeiro, v. 16, n.2, p. 50 - p. 66, maio/ago, 2011.

DANTAS, José Alves; ZENDERSKY, Humberto Carlos; SANTOS, Sérgio Carlos dos; NIYAMA, Jorge Katsumi. A dualidade entre os benefícios do disclosure e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação. **E & G Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 56-76, dez 2006.

DUTRA, Marcelo Haendchen; ALBERTON, Luiz; VAN BELLEN, Hans Michael. A análise de conteúdo aplicada aos parágrafos de ‘ênfase’ e de ‘informação relevante’ dos pareceres da auditoria independente emitidos para as empresas do Setor

Elétrico. In: ENANPAD, 2007, Rio de Janeiro. **Anais …** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

FIGUEIREDO, L.V. **Lições de Direito Econômico**. Rio de Janeiro. Editora Forense, 2010.

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARD BOARD (FASB). Disponível em: <http://www.fasb.org>. Acesso em: 10 jun. 2012.

FRANCO, Hilário; MARRA, Ernesto. **Auditoria Contábil**. 4. Ed. São Paulo: Atlas.

HEALY, P. e K. PALEPU. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, p. 405–440, 2001**.**

HODGE, Frank D. Investor's Perceptions of Earnings Quality, Auditor Independence, and the Useful-ness of Audited Financial Information. **Accounting Horizons,** v. 17, p. 37-48, 2003. Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br>. Acesso em: 20 mai. 2012.

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (IASB). **Normas internacionais de contabilidade 2001: texto completo de todas as normas internacionais de contabilidade e interpretações SIC existentes em 1º de janeiro de 2001**. São Paulo: IBRACON, 2001.

ITTONEN, Kim. Audit Reports and Stock Market. Acta wasaensiano 200. **Business Administration Accounting and Finance**. Helsink. Finland, 2009.

JACQUES, Flávia V. S. **A relação entre a evidenciação de informações nos pareceres de auditoria e o valor das ações de companhias abertas listadas na BM&FBOVESPA**. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, 2011.

JENSEN, Michael C.; MECKLING, William H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. **Journal of Financial Economics,** [s.l.], v. 3, p. 305-360, 1976.

KOTHARI, S. P. Capital Markets Research in Accounting. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, n. 1, 2001, p. 105-231. Disponível em: <http://schwert.ssb.rochester.edu/f532/JAE01_SP.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2001.

LOPES, Alexsandro B. **A Informação Contábil e o Mercado de Capitais**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

_____. **A relevância da Informação e o Mercado de capitais**. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

_____; SANT'ANNA Dimitri P. de, COSTA, Fábio M. da. A relevância das informações contábeis na BM&FBOVESPA a partir do arcabouço teórico de Ohlson: avaliação dos modelos de Residual Income Valuation e Abnormal Earnings Growth. **Revista de Administração,** São Paulo, v.42, n.4, p.497-510, out./nov./dez. 2007.

OGNEVA, M. K. Internal control weakness and cost of equity: evidence from SOX Section 404 disclosures. **The Accounting Review**, v. 82, n. 5, p. 1255-1297, 2007.

OHLSON, James A. Earnings, Book Values, and Dividends in Equity Valuation**.** **Contemporary Accounting Research**, v. 11, n. 2, p. 661-687, 1995.

ROMNEY, Marshall B.; STEINBART, Paul John. **Accounting Information System***.* 8 ed. New Jersey: Prentice Hall, 2000.

SARLO NETO, Alfredo. **A Reação dos Preços das Ações à Divulgação dos Resultados Contábeis**: Evidências Empíricas sobre a Capacidade Informacional da Contabilidade no Mercado Acionário Brasileiro. 2004.

TAFFLER, R. In denial? Stock market underreaction to going-concern audit report disclosures. **Journal of Accounting and Economics**, v. 38, p. 263–296, 2004.

PERFIL INVESTIDOR DOS ALUNOS DE GRADUAÇÃO DA FAACZ – FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ/ES

Joelson Alves Moreira, Funcionário público, Graduado em Administração pela FAACZ – Faculdades Integradas de Aracruz

Jussélio Rodrigues Ribeiro, Administrador, Funcionário da Furnas,

Mestre e Professor da FAACZ - Faculdades Integradas de Aracruz.

Uma situação financeira desfavorável se torna um problema que afeta a vida de qualquer pessoa ou organização, trazendo assim diversos transtornos que poderiam ser evitados por meio de um correto conhecimento financeiro, que levaria a pessoa ou organização a utilizar e ou aplicar seus recursos de forma mais inteligente, de acordo com seu perfil investidor. A pesquisa aqui apresenta o perfil investidor dos alunos de graduação da FAAZ e o tipo de investimento mais comum entre a grande maioria dos entrevistados. Mediante os resultados obtidos foi possível constatar que, os graduandos desta instituição não possuem um conhecimento necessário sobre o mercado financeiro, desconhecem as formas de investimento e os tipos de perfil investidor. Embora a grande maioria realizam ou já realizaram algum tipo de investimento no mercado financeiro, a pesquisa demostra que no geral os graduandos não realizaram algum tipo de teste que aponte seu perfil financeiro. A realização de um teste é essencial para saber o melhor caminho a se percorrer no mercado. A pesquisa ainda demostra que o objetivo pelo qual os investimentos estão sendo realizados, não estão em acordo com o tipo de investimento que vem sendo praticado pela grande maioria dos graduandos.

INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho está se tornando cada vez mais competitivo e Moreira (2017), analisando os dados da Organização Internacional de Trabalho (OIT), concluiu que nos anos de 2015 e 2016 ficaram registrados como os maiores em índice de desemprego, milhares de cidadãos se encontram desamparados sem condições financeiras para prover recursos para suas necessidades básicas. Manobras do governo para reverter a situação não tem sido vitoriosa. Os jovens encontram grande dificuldade para entrar no mercado de trabalho (MELLO, 2016).

Segundo Santos et al. (2015) apenas 45,2% dos jovens com idade entre 15 e 29 anos trabalhavam em 2012. A estimativa que o Brasil terá em torno de 13,6 milhões de desempregados até o fim de 2017, somados aos efeitos da crise econômica este número será elevado para 13,8 milhões em 2018. O Brasil está retrocedendo de forma

negativa após anos de melhora no mercado de trabalho, com uma taxa de desemprego pior que a dos países emergentes (5,7% em 2017) (MOREIRA, 2017).

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE,2017) confirmam o crescimento da taxa de desemprego, que subiu no primeiro trimestre de 2017 em todas as regiões do Brasil em comparação com o 4° trimestre de 2016, elevando a taxa de desemprego do Brasil neste primeiro trimestre de 2017 para 13,7%.

O quadro 1, a seguir mostra o crescimento da taxa de desemprego do primeiro trimestre de 2017 em comparação com o quarto trimestre de 2016. Os dados foram divididos por região, a região Nordeste permanece registrando a maior taxa de desemprego e a região Sul mantendo a menor taxa.

Quadro 1- Taxa de desemprego 1° trimestre de 2017.

TAXA DE DESEMPREGO 1° TRIMESTRE DE 2017		
Regiões	**4° trimestre 2016**	**1° trimestre 2017**
Norte	12,7%	14,2%
Nordeste	14,4%	16,3%
Sudeste	12,3%	14,2%
Sul	7,7%	9,3%
Centro-oeste	10,9%	12%

Fonte: Adaptado do site IBGE (2017).

Nesta situação de crise e com alta taxa de desemprego, uma das formas de amenizar o impacto na renda familiar é usufruir das reservas financeiras que deveriam ser feitas para situações de emergências. Para muitas pessoas a autossuficiência financeira é uma prioridade, em contrapartida a grande maioria parece não se importar tanto a ponto de se planejar a fim de se ter uma boa reserva financeira (FRANKENBERG, 1999). Ainda segundo o autor as consequências são evidentes, a probabilidade para se alcançar a tranquilidade financeira se torna menos provável para o grupo de pessoas que contam apenas com rendas proveniente de seus empregos convencionais.

Tendo como fonte de renda apenas o salário mensal do qual boa parte vai para o governo em forma de imposto, nunca será possível sair da corrida dos ratos onde o salário nem sempre é suficiente para manter as necessidades básicas de uma boa qualidade de vida (KIYOSAKI et al., 2000). Os investimentos financeiros são os meios mais prováveis de se alcançar uma estabilidade financeira, pois quanto mais você tem mais você ganha, este é um bom motivo para os jovens começarem cedo a traçar seus objetivos financeiros (CERBASI, 2008).

Embora seja entre a infância e a juventude um dos momentos ideais para se começar a educação financeiras, construindo, moldando assim um futuro perfil de investidor, de fato estamos longe da realidade, o jovem chega a fase adulta com pouco ou quase nenhuma educação financeira, os pais e as instituições de ensino não estão preparados para transmitir tal conhecimento, os jovens têm acesso ao cartão de credito antes mesmo de saber a lidar com as finanças (KIYOSAKI et al., 2000).

A educação financeira deveria estar mais presente na educação dos jovens. Apesar de ser crescente o número de investidores pessoa física na bolsa de valores, a comparação entre investidores e a população carcerária preocupante, no brasil 0,3% da população estão na cadeia enquanto apenas 0,29% investe na bolsa, comparado

aos Estados Unidos da América que tem uma das melhores economias do mundo 65% da população investe em bolsa de valores segundo dados (ORDONES, 2013).

Diante do que foi exposto sobre a importância da educação financeira, ainda mais necessária mediante nossa atual situação econômica, foi desenvolvido esta pesquisa do perfil investidor dos alunos de graduação das Faculdades Integradas de Aracruz.

A pesquisa aqui explanada busca responder ao seguinte problema: Qual o perfil investidor dos alunos de graduação da Faculdade Integradas de Aracruz/ES?

Mediante o referido problema, a pesquisa teve como objetivo geral descrever o perfil investidor dos alunos de graduação das Faculdades Integradas de Aracruz/ES

A importância do estudo justifica- se pelo fato de o mercado financeiro ser um dos principais meios para o alcance da estabilidade financeira e o sucesso das finanças para pessoa física ou jurídica de acordo com Frankenberg (1999), sendo que os estudantes do Ensino Superior estão em busca de uma profissionalização de modo a ser tornarem um destaque no mercado em que atuarão, garantindo assim sua estabilidade financeira como defendido por Kiyosaki et al. (2000). De posse dos dados da pesquisa a instituição poderá aperfeiçoar a forma que está sendo introduzida a educação financeira dentro das matérias cabíveis, preparando seus graduados para adquirir uma estabilidade financeira de forma a saber administrar e investir seus recursos financeiros advindos da profissão da qual acabaram de se formar.

A pesquisa foi realizada com os alunos de graduação dos diversos cursos das Faculdades Integradas de Aracruz que estavam presentes em sala de aula e onde os mesmos se dispuseram a responder ao questionário que apontou o perfil investidor e os tipos de investimentos que os graduandos mais utilizam. Indicando ainda o nível de conhecimento e o motivo pelo qual eles estavam realizando seus investimentos. Os dados adquiridos serão comparados com a teoria apresentada. Desta forma fica possível analisar demograficamente um grupo de indivíduos, por meio da pesquisa descritiva.

PERFIL DE INVESTIDOR

Planejamento financeiro

“O planejamento financeiro de uma pessoa e de sua família para uma vida inteira não é, de maneira alguma, um conceito rígido e inflexível. Ao contrário. Cada um pode estabelecer metas para si próprio “(FRANKENBERG, 1999). Devido os diversos tipos de investimentos disponíveis hoje em nosso pais cada indivíduo se familiariza com um tipo de investimento com o qual tem mais aptidão, surgindo assim os variados perfis de investidor.

Saber qual é seu perfil investidor não é tão fácil como parece, segundo (KIYOSAKI et al., 2000) as crianças e os adolescentes deveriam ser instruídos de forma mais significativa sobre como conduzir suas finanças, ainda segundo o autor antes de aprender a como lidar com o dinheiro os jovens e adolescentes já estão se

endividando com os juros do cartão de crédito, em um momento econômico não muito favorável para aqueles que estão em busca do primeiro emprego.

Segundo dados do (SANTOS et al., 2015) apenas 45,2% dos jovens com idade entre 15 e 29 anos trabalhavam em 2012. A estimativa que o Brasil terá em torno de 13,6 milhões de desempregados até o fim de 2017, somados aos efeitos da crise econômica este número será elevado para 13,8 milhões em 2018. O Brasil está retrocedendo de forma negativa após anos de melhora no mercado de trabalho, com uma taxa de desemprego pior que a dos países emergentes dos quais registraram taxa de (5,7% em 2017) segundo (MOREIRA, 2017).

Perfis de investidor

Com este cenário desfavorável para o crescimento econômico e taxas de desemprego cada vez mais alarmantes, muitos procuram multiplicar as poucas reservas que têm, uma forma de se proteger caso a situação atual permaneça por mais tempo ou ainda piore. Mas segundo Neto (2012) é preciso levar em conta qual o perfil como investidor, o mercado financeiro disponibiliza de várias opções para os mais variados perfis de investidor.

Uma das formas de determinar o perfil de um investidor se baseia em sua capacidade de assumir riscos, ainda segundo Neto (2012), podemos classificar o investidor em três perfis: conservador, moderado ou arrojado. Podendo ainda ter suas aplicações adaptadas ao tempo, sendo de: curto prazo, médio prazo ou longo prazo. Conhecendo seu perfil de investidor e os riscos envolvidos a autossuficiência financeira ou o sucesso desejado com o investimento será mais provável de ser alcançado.

De acordo com dados da Corretora Rico o investidor conservador não está disposto a correr altos riscos, ele busca preservar seu capital; o moderado está mais suscetível ao risco e aceitas determinadas perdas de seu capital esperando um lucro maior; o investidor arrojado está disposto a correr altos riscos, pois os retornos são superelevados nos investimentos mais arriscados. O quadro 2, mostra os investimentos indicados de acordo com o perfil do investidor e o nível de risco assumido.

Quadro 2: Tipos de investimentos e risco em relação ao perfil investidor.

Perfil	Risco	Investimento Indicado
Moderado	Baixo	Ações, Tesouro Direto Renda fixa IPO
Conservador	Médio	Ações, Renda Fixa IPO
Arrojado	Alto	Ações, Tesouro Direto Renda Fixa, IPO Opções, Minicontratos Contrato Futuro, Alavancagem

Fonte: Adaptado do site Rico (2017).

TIPOS DE INVESTIMENTO

Através das bolsas de valores presentes no mundo inteiro, qualquer indivíduo pode investir em um determinado tipo de investimento e sem muita burocracia, através do próprio telefone, bastando apenas ter uma conta em uma agencia de custódia, as chamadas corretoras que são mediadoras entre o investidor e a bolsa de valores. Com o avanço da tecnologia estas contas são abertas de forma segura em poucos minutos pela internet (RICO, 2017).

Silva (1996), reforça o conceito de bolsa de valores.

> As negociações do mercado de opções são realizadas num recinto, chamado bolsa. As bolsas são associações sem fins lucrativos que tem por objetivo estabelecer todas as regras de negociação, sempre a luz da resolução baixadas pelas instituições responsáveis pela normatização do mercado de capitais.

Opções de investimentos como ações, consideradas ariscadas por muitos que desconhecem a opção do botão de stop loss (parar a perda) ou stop gain (parar o ganho) disponíveis nos homebroker o qual permiti ao investidor negociar a compra e venda de ações diretamente na bolsa através do próprio aparelho de celular, esta opção diminui drasticamente o risco dos investimentos em ações (KIYOSAKI et al., 2000).

Com o avanço da tecnologia o mercado financeiro com suas inúmeras opções de investimento se tornou mais próximo do indivíduo que pretende investir. A bolsa de valores permiti o encontro entre quem pretende vender e os interessados a comprar, uma interação instantânea e de forma segura, proporcionando uma alta liquidez dos ativos negociados na bolsa. Uma das principais atribuições da bolsa para garantir esse ambiente é criar e organizar os meios materiais, recursos técnicos e as dependências administrativas necessárias para o sucesso das operações (SANTOS, 1984).

Não é necessário ter uma grande reserva em dinheiro para iniciar um investimento, ações, títulos públicos, letras do tesouro entre outros tipos de investimentos podem ser adquiridos a partir de algumas dezenas de reais. As corretoras disponibilizam em seus sites todas estas informações de forma detalhada, e como dito anterior mente, com a tecnologia de hoje é possível abrir uma conta em uma corretora sem precisar sair de casa (RICO, 2017).

Através do site da bolsa de valores o indivíduo tem acesso a uma lista de corretoras credenciadas e qualificadas. A bolsa de valores desenvolveu o Programa de Qualidade Operacional onde qualifica as corretoras de acordo com o tipo de investimento desejado pelo investidor. Com a indicação da própria bolsa o investidor poderá ter uma confiança maior ao escolher uma corretora para iniciar seus investimentos financeiros (BM&FBOVESPA, 2017).

Opções de investimento

Existe hoje no mercado vastas opções de investimentos, dos quais podem ser divididos em; investimentos de renda fixa e investimentos de renda variável. Os investimentos, de renda fixa são mais indicados para os investidores de perfil conservador ou moderado, pois o investidor terá um risco mínimo e será possível ter uma precisão dos recursos financeiros gerados através do investimento (FORTUNA,1996).

Os investimentos de renda variável são imprevisíveis em relação aos fixos, sendo assim mais indicados para investidores de perfil arrojado pois os riscos são maiores, mas a possibilidades de lucros são enormes, permitindo ao investidor dobrar o seu capital investido em um período de tempo muito curto (LIMA et al., 2012).

Dentro dos investimentos de renda fixa destacasse a caderneta de poupança uma das mais conhecidas e tradicionais, embora isenta de imposto de renda e taxas de administração seu retorno é muito baixo comparado com outros tipos de investimento de renda fixa (CERBASI, 2008).

Ainda segundo Cerbasi (2008), os títulos públicos são investimentos de renda fixa ou variável que podem trazer um retorno maior que a caderneta de poupança, podendo ser comprado através do Tesouro Direto por qualquer pessoa residente no Brasil, um programa do Ministério da Fazenda que permite a negociação de títulos da dívida pública federal sem a necessidade de intermediários.

No mercado de renda variável destacasse as ações que são a menor parcela dividida do capital social de uma empresa ou sociedade anônima, dando direito a um título departicipação para cada acionista que tem sua participação limitada ao valor de emissão das ações por eles adquiridas (NETO, 2012). São investimentos indicados para os variados perfis de investidor por ter um risco médio e proporcionar um retorno em significativo no longo prazo de acordo com dados da (RICO, 2017).

Existem inúmeras opções e o investidor precisa estudar bem para saber a melhor que se encaixa em seu perfil e o tempo desejado para retorno de seu investimento. Além das opções destacadas acima o investidor poderá investir em Imóveis, Commodities, ouro, dólar entre outras (BM&FBOVESPA, 2017).

Vantagens e desvantagens

Embora com o avanço tecnológico qualquer indivíduo possa iniciar um investimento sem o auxílio de uma pessoa especializada, uma vez que na maioria dos investimentos a pessoa pode fazer de forma individual não sendo necessário o acompanhamento de profissional. Esta possibilidade gera uma desvantagem uma vez que o indivíduo com sua ganancia na obtenção de determinados lucros adentre em algum tipo de investimentos antes de obter todo o conhecimento necessário. Investimentos como ações e opções dos quais são possíveis fazer alta alavancagem a possibilidade de ganho é alta em pouco tempo em contrapartida a regra é a mesma para a perda, se o indivíduo não tem o conhecimento necessário ele corre o risco de

perder todo o patrimônio e muito mais em poucas horas de operação, KiyosakI et al. (2000).

Esta facilidade de acesso atrai muitos interessados em iniciar um investimento, mas que na maioria das vezes desconhecem o próprio perfil financeiro, o qual é um fator essencial para se iniciar um investimento. Uma das grandes vantagens está na desburocratização de todo o processo de investimento por parte de pessoa física, os sistemas são extremamente seguros, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) é o órgão normativo responsável pelo desenvolvimento, disciplina, fiscalização e assegurar o funcionamento eficiente e regular da bolsa de valores, além de proteger os titulares de valores mobiliários contra emissões irregulares e outros possíveis atos ilegais (FORTUNA,1996).

Segue no quadro 3, alguns dos principais investimentos, acompanhados de suas respectivas vantagens e desvantagens.

Quadro 3: Tipos de Investimentos e suas vantagens e desvantagens.

Investimento	Vantagens	Desvantagens
Caderneta de Poupança	Rápida liquidez; Baixo risco; Isenção de imposto de renda para pessoa física.	Inflação pode ser maior que a taxa de retorno do investimento.
CDBs	Acesso fácil através de home broker; Baixo risco; Várias opções de aplicação.	Tributado imposto de renda de acordo com o tempo do investimento
Títulos Públicos	Acesso fácil através de home broker; Mais favorável que a caderneta de poupança	Tributado imposto de renda; IOF; Taxa de negociação.
Ações	Acesso fácil através de home broker; Alta rentabilidade; Não existe valor mínimo para investir. Possibilidade de alavancagem Fácil acesso Ganhos diários com operações daytrade Alta volatilidade	Alta possibilidade de perda; Taxas e custos de operação; Tributado imposto de renda. Alta volatilidade
Opções	Acesso fácil através de home broker; Alto retorno; Possibilidade de alavancagem Fácil acesso; Ganhos diários com operações daytrade; Alta volatilidade.	Alta possibilidade de perda; Taxas e custos de operação; Tributado imposto de renda. Alta volatilidade
Imóveis	Contratos de alugueis de longo prazo; Alta valorização (cenário atual); Investimento seguro	Alta quantidade de capital para compra de um imóvel; Manutenção do imóvel; Passível a desentendimento com inquilinos.

Fonte: Adaptado Site Rico (2017); Valor Econômico (2017).

Segundo Cerbasi (2008) os investimentos financeiros são uma das formas seguras para o individua adquirir uma estabilidade financeira. A dedicação por parte do investidor é essencial para alcance de seus objetivos, de acordo com Kiyosakiet al. (2000) o importante é a pessoa aprender a fazer o dinheiro trabalhar para ela, ao contrário do que costumam fazer que é despender a vida inteira trabalhando para obter dinheiro, ainda segundo o autor o dinheiro começa a trabalhar para o indivíduo quando aplicado de for inteligente este dinheiro começa a render juros de forma que na maioria das vezes supera o seu próprio salário mensal.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada na Faculdades Integradas de Aracruz (FAACZ). Referência no ensino superior, a instituição foi criada em 1989, com o nome de Faculdade de Ciências Humanas (FACHA). A partir de junho de 2012 com o crescimento da instituição e sua vasta variedade de cursos de graduação o nome da instituição é alterado passando a denominar- se Faculdades Integradas de Aracruz oferecendo nove cursos de graduação entre eles Administração, Ciências Contábeis, Direito, Arquitetura, Engenharias Civil, Mecânica, Química, Produção e Pedagogia, além de várias opções de pós-graduação. A faculdade proporciona aos seus graduandos a oportunidade de realizarem intercambio no exterior, proporcionando uma troca de conhecimento e agregação de valores e experiências vividas na pratica, (FAACZ, 2017).

A população da pesquisa foi composta pelos alunos de graduação da Faculdades Integradas de Aracruz, abrangendo todos os cursos de graduação. A FAACZ oferece nove cursos de graduação e inúmeras especializações na área de Pós-Graduação, tendo aproximadamente um total de 1662 alunos.

A amostra foi constituída baseada em 16,32% dos graduandos, sendo assim um valor adequado para se obter uma média precisa de acordo com Thiollent (1998, p. 61).

A escolha dos alunos para responder ao questionário foi por disponibilidade, ou seja, os que estavam presentes em sala de aula no dia e se dispuseram a responder ao questionário. Foram visitadas dez turmas e 272 graduandos responderam ao questionário. Antes da distribuição do questionário foi realizada uma apresentação da pesquisa explicando seu objetivo e funcionalidade de modo a sanar dúvidas e evitar desentendimentos, garantindo a precisão das respostas (NASCIMENTO, 2012, P. 14).

As variáveis utilizadas no questionário da pesquisa foram extraídas dos conceitos vivenciados por Kiyosaki et al. (2000) e relatado em vários de seus livros e conceitos utilizados por Cerbasi (2008) autor referência em educação financeira. Abaixo segue as variáveis que foram utilizadas para elaboração do questionário e responder ao problema proposto.

• Perfil do Investidor - Kiyosaki et al. (2000).

• Objetivo do Investimento - Cerbasi (2008).

• Educação Financeira - Kiyosaki et al. (2000).

• Influencia Político/Econômica - Cerbasi (2008).

• Reação a Perda e Ganho - Cerbasi (2008).

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O objetivo da aplicação do questionário foi descrever qual o perfil investidor dos alunos de graduação da FAACZ,

A FAACZ é uma referência de ensino na cidade sede, disponibilizando por ano profissionais graduados nas áreas de Administração, Ciências Contábeis, Direito, Arquitetura, Engenharias Civil, Mecânica, Química, Produção e Pedagogia, qualificados para atuar no mercado de trabalho.

Segundo Cerbasi (2008) os investimentos financeiros são uma das formas seguras para o indivíduo ou organização adquirir uma estabilidade financeira.

Abaixo é possível verificar detalhadamente os resultados obtidos com a pesquisa que foi amparada através de variáveis citadas por inúmeros autores e profissionais renomados tendo vários livros publicados sobre os temas citados nesta pesquisa.

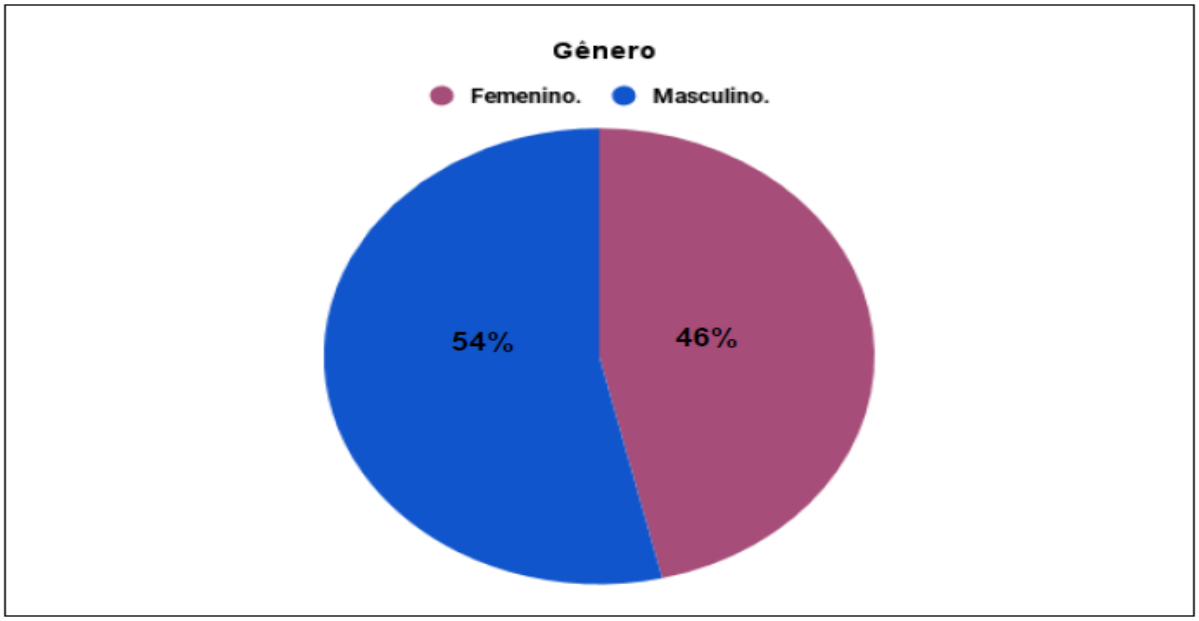
A primeira questão objetivava identificar o percentual de graduandos que realizam algum tipo de investimentos, representados no Gráfico 1

Gráfico 1 – Realização de Investimentos

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

Pelo gráfico 1 se percebe que a grande maioria está bem presente no mercado financeiro, onde se pode constatar de 73% dos entrevistados realizam algum tipo de investimento. Segundo Cerbasi (2008) os investimentos financeiros são uma forma segura para o indivíduo adquirir uma estabilidade financeira e os dados do gráfico 1 demostra que os respondentes estão bem atentos a esta realidade.

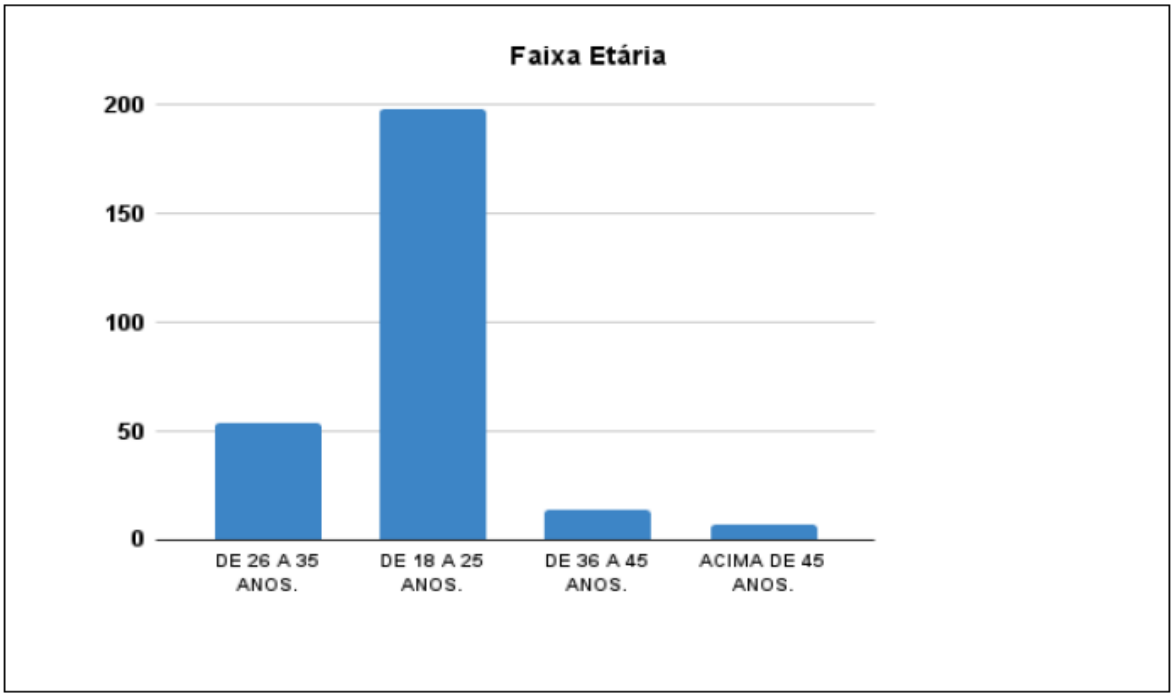
Gráfico 2 – Gênero



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

Observa se que dentro do espaço amostral as mulheres estão bem presentes no mercado financeiro, realizando algum tipo de investimento, os dados mostram a presença bem equivalente entre os gêneros 54% dos respondentes são homens e os outros 46% são mulheres. Cerbasi (2008) as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalhos e na realização de investimentos a diferença nestas áreas entre homens e mulheres estão se tornando cada vez menor com o passar dos tempos.

Gráfico 3 – Faixa Etária

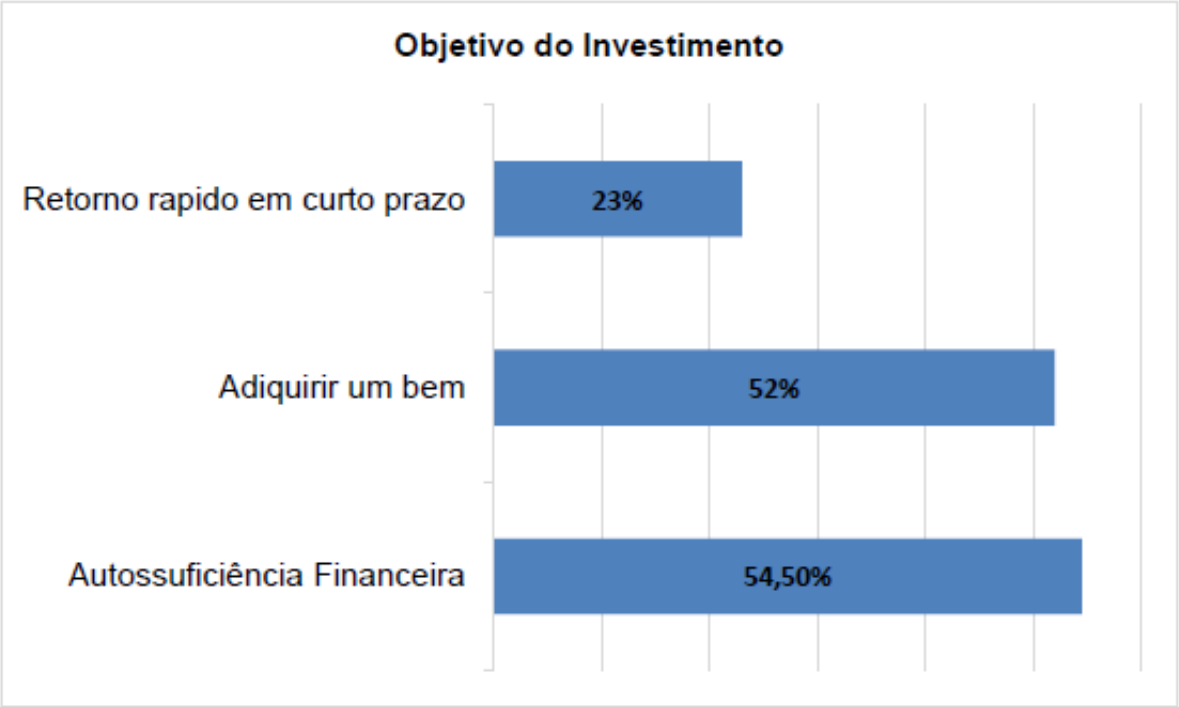


Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

Quanto a faixa etária os dados indicam que aproximadamente 73% dos alunos que responderam ao questionaria tem entre 18 e 25 anos de idade. Indicando que estes jovens têm uma tendência a busca a realização de algum tipo de investimento. Devido à crise econômica e a alta taxa de desemprego enfrentada pelo país nos últimos anos Moreira (2017) esta crise afetou principalmente os jovens.

Segundo Santos et al., (2015) apenas 45,2% dos jovens com idade entre 15 e 29 anos trabalhavam em 2012. Ainda segundo o autor a estimativa que o Brasil terá em torno de 13,6 milhões de desempregados até o fim de 2017, somados aos efeitos da crise econômica este número será elevado para 13,8 milhões em 2018.

Gráfico 4 – Tipo de Investimento



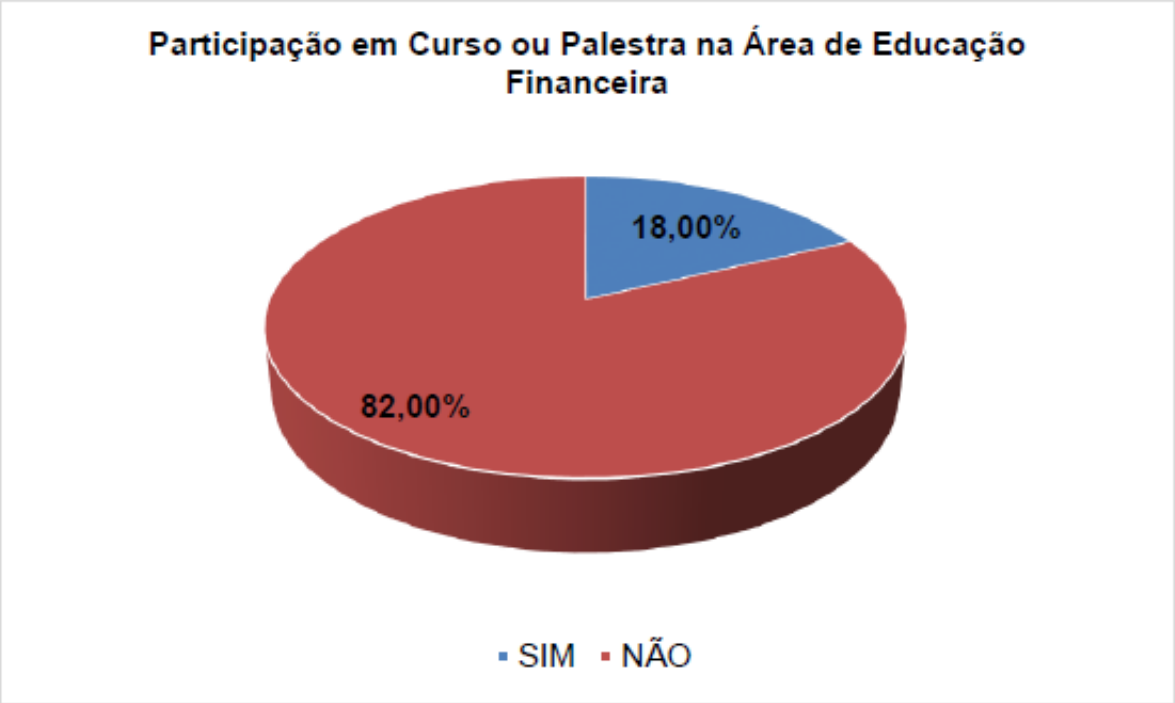
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

Os dados apontam que a maioria dos respondentes realizam investimentos com o objetivo de adquirir um bem e ou adquirir uma estabilidade de forma que seus investimentos proporcione uma autossuficiência financeira em um período de tempo mais logo, embora a faixa etária predominante na pesquisa de acordo com o gráfico 3, seja de jovens entre 18 e 25 anos. Os jovens estão mais preocupados com o seu futuro financeiro.

Tendo como fonte de renda apenas o salário mensal do qual boa parte vai para o governo em forma de imposto, nunca será possível sair da corrida dos ratos onde o salário nem sempre é suficiente para manter as necessidades básicas de uma boa qualidade de vida (KIYOSAKI et al., 200). Os investimentos financeiros são os meios mais prováveis de se alcançar uma estabilidade financeira, pois quanto mais você tem mais você ganha, este é um bom motivo para os jovens começarem cedo a traçar seus objetivos financeiros (CERBASI, 2008).

Percebesse que os jovens estão procurando meios de alcançar uma situação financeira mais favorável, motivados pela situação financeira no país de acordo com dados apontados nesta pesquisa, e os investimentos financeiros demostram ser a escolham que a maioria dos graduandos estão tomando para alcançar esta estabilidade financeira.

Gráfico 5 – Participação em curso ou palestra na área de educação financeira



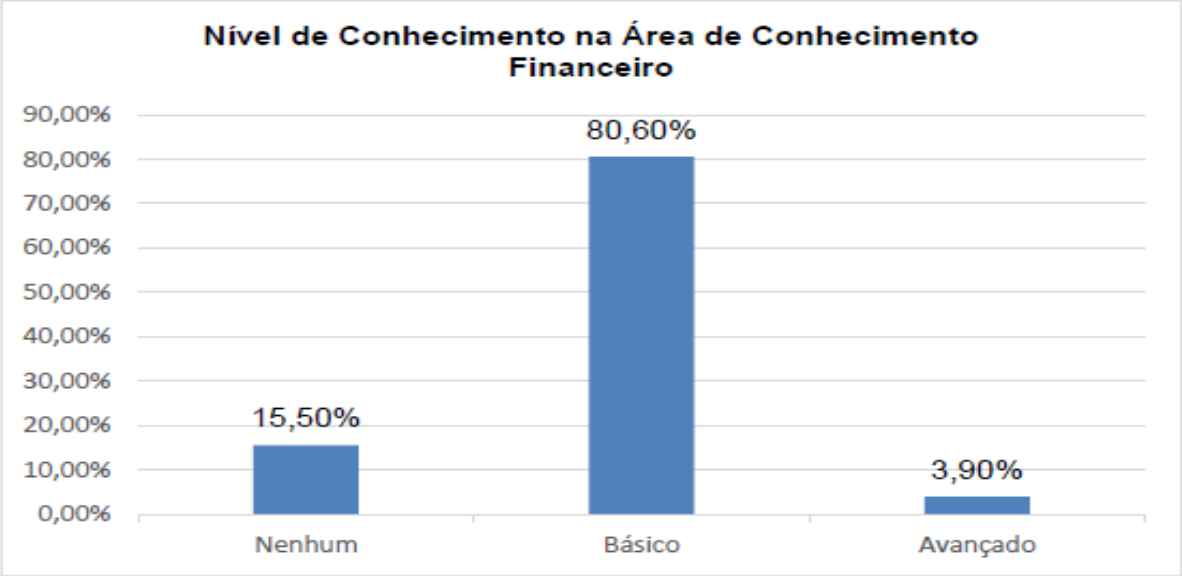
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

A pesquisa demostra que mais da metade da população 82% nunca participou de um curso e ou palestra na área de educação financeira. Segundo Kiyosaki et al..., (2000) os jovens chegam a fase adulta com pouco ou quase nenhum conhecimento na área de Educação Financeira. Mesmo assim de acordo com o gráfico 01, mais de 70% dos respondentes estão presentes no mercado financeiro realizando algum tipo de investimento.

Os dados do gráfico 1 e 5 demostram que embora os graduandos não tenham todo o conhecimento necessário sobre finanças, mesmo assim eles buscam estar presentes no mercado financeiro através de investimentos menos arriscados como por exemplo com aplicações na caderneta de poupança como demostrado no gráfico 7.

De acordo com os dados fica evidente que os entrevistados reconhecem a importância de aplicar o dinheiro em algum tipo de investimento, mesmo que ainda ão detenham todo o conhecimento na área de Educação Financeira.

Gráfico 6 – Nível de conhecimento na área financeira

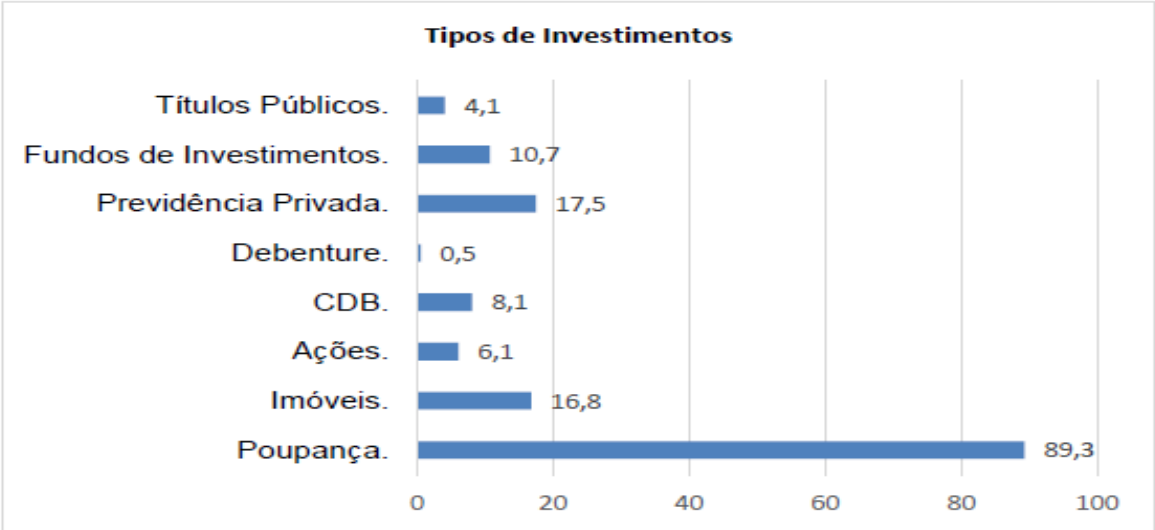


Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

Os dados demostram que a grande maioria dos respondentes ou seja 80% consideram ter um conhecimento básico na área de educação financeira, com o avanço da tecnologia é fácil ter acesso a informações confiáveis que transmitam um determinado conhecimento financeiro de forma gratuita na internet segundo, Kiyosaki et al. (2000). Uma parte muito inferior dos respondentes 3,9% consideram ter um conhecimento avançado. Ainda segundo Kiyosaki entre a infância e a juventude seria o momento ideal para se começar a aprender sobre Educação Financeira.

Neste gráfico observasse a necessidade de se investir em educação financeira, pois há uma desproporção muito grande entre os graduandos que estão prestes a entrar para o mercado de trabalho que consideram ter um conhecimento básico ou avançado na área de Educação Financeira, apenas 3,90% dos entrevistados consideram ter um conhecimento avançado.

Gráfico 7 – Tipos de Investimentos

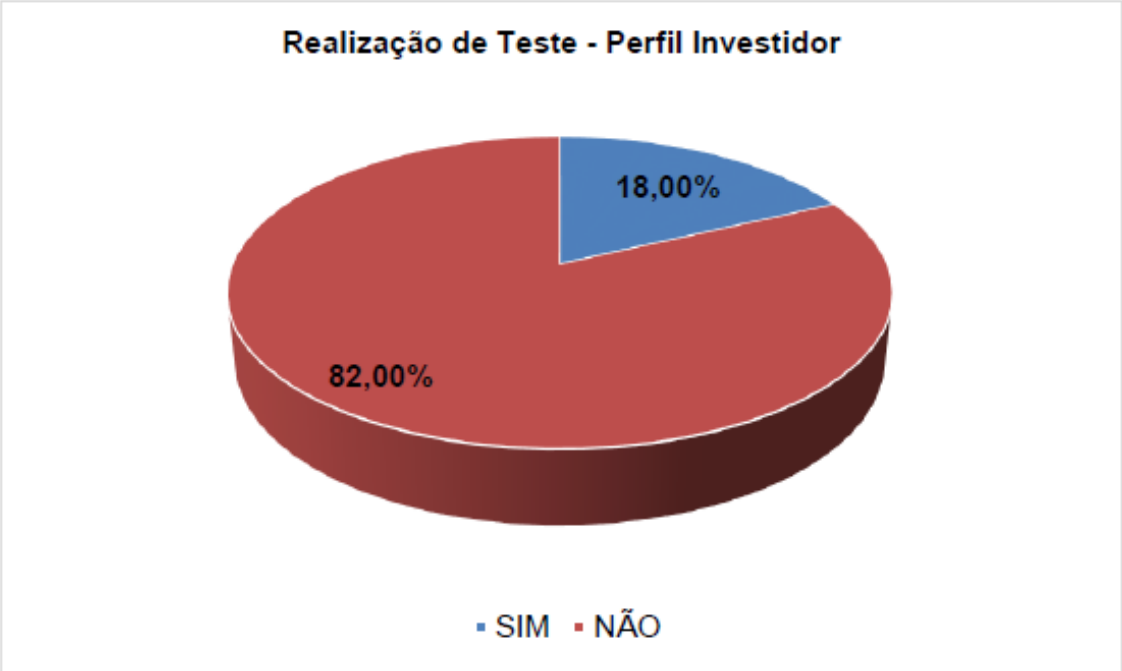


Fonte: Elaborado pelos autores com dados da pesquisa (2017).

O gráfico acima indica que 89,3% dos respondentes realizam investimentos na caderneta de poupança. Este investimento é considerado de baixo risco e de fácil acesso não sendo necessário um conhecimento muito avançado para ser realizado, sendo um dos tipos de investimento mais conhecido e tradicional de acordo com (CERBASI, 2008). Os outros tipos de investimentos usados na pesquisa alcançaram percentuais muito baixos entre 0,5% e 17,5% não sendo muito utilizados pelos respondentes.

Devido a falta de conhecimento os graduandos optam pelas opções de investimentos mais tradicionais e menos ariscada. Por não ter um conhecimento adequado dos tipos de investimento e do seu próprio perfil investidos, as aplicações financeiras por eles realizadas são incompatíveis com o objetivo pretendido e ou com o perfil investidor que cada um possui.

Gráfico 8 – Realização de teste - Perfil Investidor

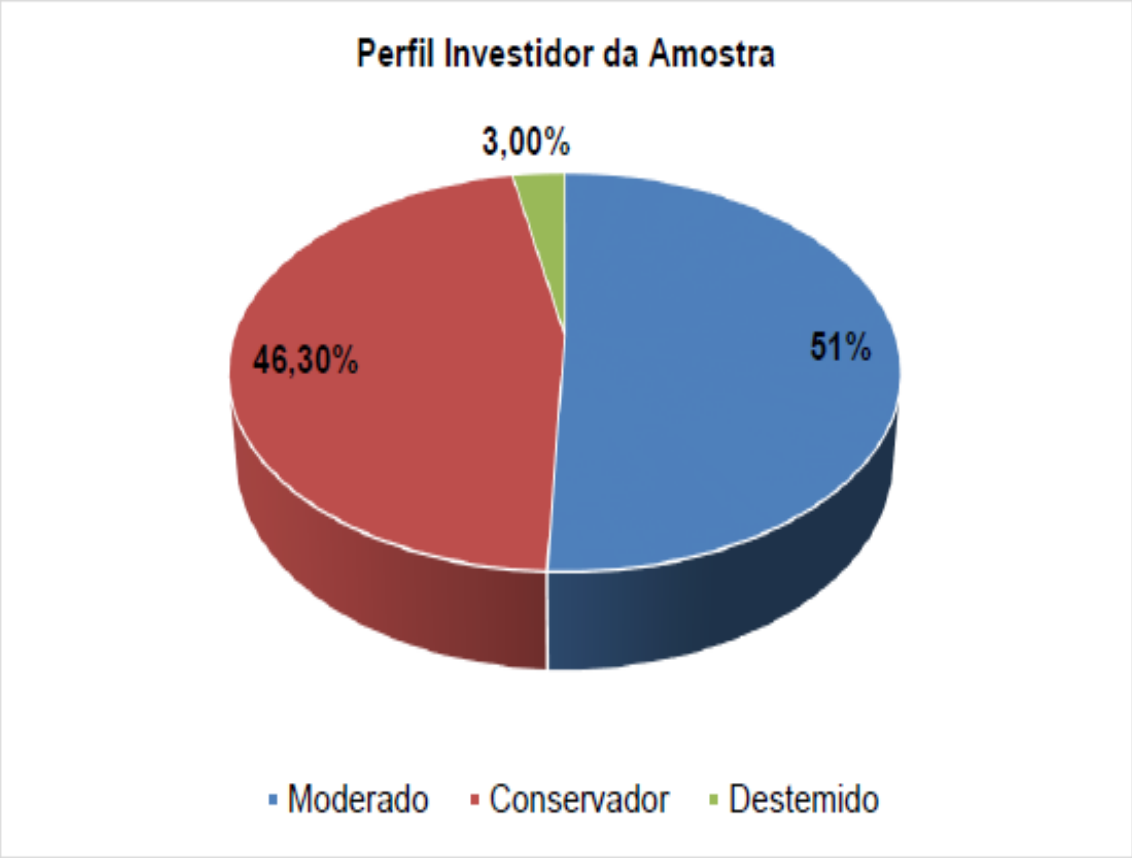


Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

Os dados acima demostram que a grande maioria dos respondentes 82% nunca realizaram um teste para apontar o seu perfil investidor, este gráfico traz relação o gráfico 05 onde se pode observar que a mesma porcentagem dos respondestes 82% nunca realizaram um curso na área do conhecimento financeiro, sendo que estes cursos ajudam os participantes a descobrir seu perfil investidor e quais os investimentos mais indicados de acordo com o enfatizado por Kiyosaki et al. (2000).

Mais uma vez fica evidente a necessidade de se dar uma atenção maior para a Educação Financeira, pois está constatado que o indivíduo passa por todas as etapas do ensino fundamental ao médio até chegar em uma faculdade e mesmo assim não encontra dentro destas instituições a oportunidade de se adquirir um conhecimento adequado do meio financeiro.

Gráfico 9 – Perfil investidor da amostra



Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2017).

O gráfico acima demostra que o perfil investidor moderado e conservador está bem representado entre os respondentes, sendo que apenas 3% consideram ter um perfil destemido. Os dados estão de acordo com o gráfico 07 que aponta o investimento na caderneta de poupança como sendo o mais praticado pelos respondentes e este investimento é o mais indicado e praticado por investidores de perfil moderado e conservador de acordo com (CERBASI, 2008).

A predominância do perfil investidor moderado e conservador está amplamente equivalente aos dados apresentado nos gráficos anteriores (Gráficos 04,05,06,07). Devido a falta de conhecimento e diante da necessidade de investir para se ter uma situação financeira melhor o investidor será mais cauteloso e conservador com suas aplicações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo demonstrou através de sua metodologia e dados coletados através da aplicação do questionário a importância do conhecimento na área de educação financeira de forma a preparar os graduandos a terem sucesso financeiro no mercado

de trabalho. Os dados adquiridos com esta pesquisa foram capazes de demostrar o nível de conhecimento na área de educação financeiras de alunos que passaram por todo o sistema educacional básico até chegar a uma faculdade de nível superior.

Os resultados coletados com a pesquisa demonstraram que o perfil investidor dos alunos de graduação da FAACZ encontra se bem distribuído entre conservador e moderado, a faixa etária predominante é de alunos jovens com idade entre 18 e 25 anos de idade o que representou 73% dos entrevistados, por ser uma população de maioria jovem os dados confirmam que 75,7% dos entrevistados estão solteiros e apenas 19,9% estão casados. O tipo de investimento mais praticado pelos graduandos são investimentos na caderneta de poupança. Estes dados podem ser justificados pelo fato de a pesquisa apontar que a grande maioria ou seja 82% dos entrevistados nunca participaram de uma palestra ou curso na área de educação financeira e ou fez algum teste para apontar seu perfil investidor.

Quando perguntado sobre o objetivo dos investimentos realizados, mais da metade dos respondentes responderam que o objetivo é a autossuficiência financeira e ou adquirir um bem, casa, carro ou apartamento. O objetivo vai em desacordo com o tipo de investimento praticado pela grande maioria dos entrevistados, uma vez que a caderneta de poupança é um investimento que embora seja isento de imposto de renda seu retorno é muito baixo comparado com outros tipos de investimentos mais rentáveis.

Desta forma fica evidente a importância da educação financeira para orientar e apontar qual o melhor tipo de investimento de acordo com o perfil e objetivo que o investidor pretende alcançar. Uma das dificuldades encontradas pelos graduandos pois a instituição não oferece uma disciplina exclusiva para a área de educação financeira, o sistema educacional a nível nacional falha neste aspecto, oferecendo um conhecimento fraco ou quase nenhum quando se trata de Educação Financeiras nas escolhas tanto públicas quanto particulares.

Uma das dificuldades para se obter uma amostra maior foi o período em que foi realizada a aplicação do questionário, muita das turmas visitadas estavam realizando provas, apresentação de trabalhos acadêmicos entre outras atividades. Desta forma próximos estudos futuros poderiam pesquisar uma população maior e mais diversificada, esta pesquisa limitou- se apenas aos graduandos da FAACZ. Observou se durante a pesquisa alguns aspectos que não foram pesquisados e que poderiam enriquecer o trabalho dentre eles questionar se os pais dos entrevistados tinham a cultura de realizar investimentos, se eles haviam aprendido ou sofrido algum tipo de influência com o exemplo dos pais ou de terceiros, qual a importância do dinheiro na vida, ter uma boa situação financeira seria uma prioridade. Estas informações não foram colhidas pois foram percebidas durante a aplicação do questionário e no decorrer da finalização das análises, mas ficam aqui registradas como uma sugestão para serem usadas em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

BM&FBOVESPA. Serviços, Corretoras. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/servicos/participantes/busca-de-corretoras/>. Acesso em: 21/05/2017.

CERBASI, Gustavo. **Casais Inteligentes Enriquecem Juntos.** 2° ed. São Paulo: Sextante, 2008.

FAACZ. Institucional. Disponível em: <http://www.faacz.com.br/site/?pg=links/institucional/institucional.html>

Acesso em: 20/05/2017.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado Financeiro.** 5°. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

FRANKENBERG, Louis. **Seu Futuro Financeiro.** 6°. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GALLIANO, Louis. **O Método Cientifico:** Teoria e Prática. 6°. ed. São Paulo: Harbra, 1986.

IBGE. Calendário de Divulgação. Disponível em: http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=3433> Acesso em: 20/05/2017.

KIYOSAKI, Robert. **Pai Rico Pai Pobre.** 12°. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MELLO, Daniel. Crise pode Prejudicar Entrada no Mercado de Trabalho e Carreira de Jovens. Disponível em: http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-09/crise-pode-prejudicar-insercao-no-mercado-de-trabalho-e-carreira-de-jovens> Acesso em: 20/05/2017.

MOREIRA, Assis. Brasil terá1,2 Milhão de Desempregados a Mais em 2017, Preve OIT. Disponível em: <http://valor.com.br/brasil/4834848/brasil-tera-1,2milhao-de-desempregados-mais-em-2017-preve-oit>. Acesso em: 12/01/2017.

NASCIMENTO, Luiz Paulo do. **Elaboração de Projetos de Pesquisa.** 1°. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

NETO, Alexandre Assaf. **Mercado Financeiro.** 11°. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ORDONES Arthur. **Tem mais brasileiros na cadeia do que na bolsa:** por que tanta aversão ao mercado acionário? Disponível em: http://www.infomoney.com.br/blogs/fora-do-mercado/blog-da-redacao/post/3071109/tem-mais-brasileiros-cadeia-que-bolsa-por-que-tanta-aversaoAcesso em: 24/05/2017.

RICO CORRETORA. Produtos. Disponível em: <https://www.rico.com.vc/dashboard/perfil-de-risco-de-produtos> Acesso em: 20/05/2017.

SANTOS, ANSELMO LUIS DOS, GIMENEZ, DENIS MARACCI. Inserção dos jovens no mercado de trabalho. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142015000300011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 07/04/2017.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Manual do Investidor.** 2°. ed. Rio de Janeiro: Edição do Autor, 1984.

SILVA, Luiz Mauricio. **Mercado de Opções:** conceitos e estratégias. 1°. ed. Rio de Janeiro: Halip, 1996.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-ação.** 8°. Ed. São Paulo: Cortez, 1998.

“Diálogos entre Gestão e Finanças para a construção da área de Negócios”.

*Adriana Recla**

As indagações propostas neste e-book *“Gestão de negócios e finanças”* sustentam pesquisas da atualidade, realizadas pelas Faculdades Integradas e Aracruz, nos campos da Gestão e das Finanças Empresariais, as quais mostram que para a construção do conhecimento se faz necessária uma interrelação entre as diferentes ciências e a própria realidade.

Sabemos que os pressupostos teóricos de diferentes ciências têm colaborado para alicerçar o exercício investigativo, em especial, para a produção de pesquisas na área de Gestão. Assim, não podemos negar que a diversidade e a complexidade das diversas áreas do conhecimento humano possibilitam, cada vez mais, a percepção da grande variedade de novas investigações e pesquisas voltadas para compreender a relação entre o mercado e as diferentes áreas de Negócios.

Isto nos sugere o diálogo constante com a diversidade de ramos do saber humano, visto que as construções dialógicas não são desarticuladas dos saberes já construídos. Essa atitude é fundamental para garantir a relação entre as diferentes ciências, pois não pretendemos fixar um olhar homogêneo para a área de gestão, tampouco para as áreas de estudo abordadas nesta obra. Afinal, as pesquisas aqui apresentadas desvelam como cada pesquisador explica e compreende a realidade a que se propõe verificar.

Confirmamos aqui, graças às pesquisas apresentadas, o esforço de trazer para esta publicação, o diálogo por meio de uma compreensão mais global e integrada a respeito dos estudos da área de Negócios e Finanças. E o que isto significa? Significa mantermos uma atitude de diálogo, considerada necessária para novas possibilidades de pesquisa e descobertas para a compreensão do mundo dos negócios na atualidade.

Por fim, acreditamos que o diálogo entre os setores diversos do mundo dos negócios e das finanças possibilitará a manutenção de novas pesquisas nas grandes áreas de Administração e Ciências Contábeis. Entendemos, portanto, que a abertura para as construções dialógicas se torna o ponto de partida para a construção do conhecimento nestas áreas do saber.

Adriana Recla

Graduada em Letras, mestrado e doutorado em língua portuguesa pela PUC /SP e Diretora Acadêmica das mantidas Centro Educacional de Aracruz – CEA e Faculdades Integradas de Aracruz – FAACZ.