

Faculdade de Ciências Gerenciais Alves Fortes

Juliana Afonso Barbosa Chaves

A importância da organização do setor financeiro: Um estudo de caso na empresa de telecomunicações Sumicity

**Além Paraíba
2019**

Juliana Afonso Barbosa Chaves

A importância da organização do setor financeiro: Um estudo de caso na empresa de telecomunicações Sumicity

Bacharelado em Administração

Faculdade de Ciências Gerenciais Alves Fortes

Professor(a) orientador(a): Tatiana Alves Costa

Além Paraíba
2019



Juliana Afonso Barbosa Chaves

A importância da organização do setor financeiro: Um estudo de caso na empresa de telecomunicações Sumicity

Monografia apresentada a Faculdade de Ciências Gerenciais Alves Fortes – FACE ALFOR, mantida pela Fundação Educacional de Além Paraíba – FEAP, como requisito parcial à obtenção do título em Bacharel em Administração.

Banca examinadora:

Prof. Orientador(a): Prof. Esp. Tatiana Alves Costa

Prof. Convidado(a): Marcus Vinicius dos Santos

Prof. Convidado(a): Allan Lima Ferreira

☐ Aprovado

☐ Aprovado com restrições

☐ Reprovado

Prof. Coordenador: Allan Lima Ferreira

Além Paraíba, dezembro de 2019

CHAVES, Juliana Afonso Barbosa

A importância da organização do setor financeiro: Um estudo de caso na empresa de telecomunicações Sumicity.

Gestão Financeira

32 páginas

Bacharel em **Administração de Empresas** – Faculdade de Ciências Gerencias Alves Fortes – FACE-ALFOR, mantida pela Fundação Educacional de Além Paraíba – FEAP.

Coordenador: Allan Lima Ferreira

Professor(a) Orientador(a): Tatiana Alves Costa

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus, pois sem Ele não conseguiria realizar esta conquista.

Meu marido Ludson Caiã por me inspirar e motivar sempre, me mostrando que sou capaz de ir muito além, e por todo o seu amor.

Aos meus pais e irmãos por sempre acreditarem em mim e serem essenciais nesta conquista, não me deixando desanimada e nem desistir.

A professora e minha orientadora Tatiana por ser essa pessoa incrível, que mesmo diante de muitos obstáculos no caminho não me deixou desanimar, e graças a ela, me apaixonei pela área de gestão financeira e contabilidade, as quais pretendo me especializar.

Ao coordenador Allan Ferreira por toda a motivação e compreensão nestes 4 anos, por mostrar que mesmo nos momentos difíceis somos capazes, e também por nos ajudar a tornar profissionais melhores.

A todos os professores que tive o prazer de conviver nestes 4 anos.

Hoje está começando uma nova etapa em minha vida e a todos queria deixar o meu obrigada.

Resumo

A organização do setor financeiro é avaliada nesta pesquisa em relação às atividades do setor de uma empresa no ramo de telecomunicações. O objetivo geral deste trabalho é identificar os benefícios que uma empresa com o setor organizado pode ter, qual diferencial que é a definição e aperfeiçoamento das funções. A organização do setor financeiro deve auxiliar em todas áreas da empresa, decorrente de suas funções são realizadas diariamente. Devido às transformações ocorridas no ambiente empresarial, as empresas sentem necessidade de se adequarem ao modelo exigido pelo mercado, onde a organização e padronização do setor trará resultados positivos. Em relação à metodologia do trabalho, utilizou-se a pesquisa exploratória e descritiva e a mesma desenvolveu-se sobre um estudo de caso. O objeto de estudo é uma empresa S.A de grande porte que atende pelo nome fantasia de Sumicity. As pesquisas realizadas foram através de entrevistas com diretores e funcionários, leituras de políticas e o trabalho feito dia a dia no setor, ajudando um melhor entendimento e compreensão. O problema apresentado seria o quanto um setor desorganizado poderia ser malefício para o crescimento da empresa. Através desta pesquisa podemos destacar que é de grande importância a comparação entre a teórica e do funcionamento prático.

Palavras-chave: Contas a pagar, Contas a receber, Organização, Empresa S.A, Faturamento, Churn.

Abstract

The organization of the financial sector is evaluated in this research in relation to the sector activities of a telecommunications company. The general objective of this paper is to identify the benefits that a company with the organized sector can have, which differential is the definition and improvement of the functions. The organization of the financial sector should assist in all areas of the company as a result of their duties are performed daily. Due to changes in the business environment, companies feel the need to adapt to the model required by the market, where the organization and standardization of the sector will bring positive results. In relation to the methodology of the work, we used exploratory and descriptive research and developed it. about a case study. The object of study is a large S.A company that goes by the fancy name of Sumicity. The surveys were conducted through interviews with directors and employees, policy readings, and day-to-day work in the industry, helping to better understand and understand. The problem presented would be how harmful a disorganized sector could be to the company's growth. Through this research we can highlight that it is of great importance the comparison between the theoretical and the practical functioning.

Key words: Accounts payable, Accounts receivable, Organization, Company S.A, Billing, Churn.

Lista de Ilustração

Figura 01: Fluxo de Caixa	18
Figura 02: Capital de Giro	19
Figura 03: Mapa Cliente Sumicity	21

Lista de Siglas

SAP- Sistemas, Aplicativos e Produtos para Processamento de Dados.

SMS- Serviço de Mensagens Curtas.

MG- Minas Gerais

RJ- Rio de Janeiro

ES- Espírito Santo

STFC- Serviço Telefônico Fixo Comutado

CSP- O Código de Seleção de Prestadora

IPTV- Internet Protocol Television

CGL- Capital de Giro Líquido

AC- Ativo Circulante

PC- Passivo Circulante

SPC- Serviço de Proteção ao Crédito

SERASA- Centralização de Serviços dos Bancos

Sumário

Introdução	09
Metodologia.....	10
1 Referencial Teórico.....	11
1.1 Administração financeira	11
1.2 Administrador financeiro	11
1.3 Objetivos da administração financeira	12
1.4 Organização	13
1.5 Contas a Receber	13
1.5.1 Faturamento	14
1.5.2 Crédito	14
1.5.3 Política de crédito	15
1.5.3.1 Alçada de crédito	15
1.5.4 Inadimplência	15
1.5.5 Política de Cobrança	16
1.5.6 Churn	17
1.6 Contas a pagar	18
1.6.1 Fluxo de caixa	19
1.6.2 Capital de giro	19
1.6.3 Conciliação bancária	21
1.6.4 Planejamento orçamentário	21
2 Descrição do Estudo de Caso.....	23
2.1 Apresentação da Empresa	23
2.1.1 Empresa S.A	24
2.1.2 Identidade organizacional.....	24
2.2 Contas a receber.....	25
2.2.1 Faturamento.....	26
2.2.2 Inadimplência.....	27
2.2.3 Política de crédito... ..	27
2.2.4 Política de cobrança.....	28
2.2.5 Churn.....	29
2.3 Contas a pagar.....	29
2.3.1 Fluxo de caixa.....	30

2.3.2 Conciliação bancária....	32
2.3.3 Planejamento orçamentário.....	33
3 Ética na empresa	34
Conclusão	36
Referências Bibliográficas.....	37

Introdução

As organizações estão em constantes mudanças, potencializando o crescimento. Para isso, precisam de ferramentas que contribuam de maneira eficaz e positiva para um melhor funcionamento da empresa. Para que haja crescimentos sustentáveis são necessários planejamentos estratégicos, para tomadas de decisões acertadas.

A definição das funções e organização do setor ajuda a não cometer erros que atrapalhe o objetivo final da empresa, é preciso ter clareza e direcionamento, pensando sempre em rentabilidade.

Ross et. al (2008), conceituam sobre a importância de o administrador ter total clareza nas estratégias utilizadas, sobretudo no âmbito financeiro, para não haver comprometimento do seu plano.

Para o administrador financeiro, o objetivo econômico da empresa é a maximização de seu valor de mercado, tendo sua sobrevivência ligada a uma boa análise de lucro e caixa. Com isso, ASSAF NETO & SILVA (2002), evidenciaram que contas a pagar e contas a receber, determinam os reflexos futuros do desempenho da organização determinando seus controles através buscas de soluções simples e objetivas havendo menores índices de erros.

Na empresa Sumicity o setor financeiro é dividido em duas equipes, contas a pagar e contas a receber, tendo um sistema padronizado e de máxima excelência para acompanhar o crescimento da empresa no decorrer dos anos, integrando sistemas de alta tecnologia e funcionários habilitados para suas funções, fazendo o setor financeiro ser uma parte importante e estratégica fundamental da empresa.

Aponta-se neste trabalho como é dividido o setor de contas a receber e contas a pagar e como deve ser organizado, sendo feito um estudo de caso que apresentará os conceitos na literatura e como funciona sua aplicabilidade na prática do setor, evidenciando que a organização das funções faz toda diferença no resultado final da empresa.

Metodologia

Esse estudo foi realizado por meio de revisão bibliográfica, descritiva, estudo de caso e pesquisa documental sobre o funcionamento do setor financeiro na empresa Sumicity, contando com entrevista de funcionários para o auxílio na realização do corpo do trabalho, trazendo informações de forma temporal de como a empresa está estruturada e organizada.

No primeiro capítulo foi evidenciado de forma teórica a divisão e composição do setor financeiro e como deve ser sua organização, sendo feitas pesquisas em livros e artigos científicos.

No segundo capítulo foi evidenciado o estudo de caso e documental, sendo feita uma pesquisa no setor da empresa, através de entrevistas e pesquisas em políticas adotadas por ela. As divisões dos tópicos foram feitas de acordo com a organização e dia a dia do setor.

No terceiro capítulo foi abordado a forma que se trata a ética na empresa de forma teórica e prática, fazendo uma comparação se realmente a teoria tem funcionalidade na prática.

1 – Referencial teórico

Neste capítulo será conceituada a divisão e ferramentas utilizadas no setor financeiro e buscando entender as diversas modalidades que o compõe e a importância de cada uma delas.

1.1 – Administração financeira

A administração financeira é o conjunto de ações que envolvem o controle, planejamento e análise de todas as movimentações financeiras de uma empresa através de métodos e técnicas que são usadas para gerenciar os recursos para poder conseguir a maximização de retorno do capital. Sendo, uma ferramenta estratégica para controlar de forma eficaz as saídas e entradas da empresa, se tornando o combustível para o desenvolvimento dos outros setores.

Hoje conhecida como gestão financeira é uma ferramenta ou técnica utilizada para controlar da forma eficiente e eficaz, a concessão de crédito para clientes, planejamento, análise de investimentos e, de meios viáveis para a obtenção de recursos para financiar operações e atividades da empresa, visando sempre o desenvolvimento, evitando gastos desnecessários, desperdícios, observando os melhores “caminhos” para a condução financeira da empresa, ajudando nas tomadas de decisões (MORAIS, 2010, p. 33)

Para Chiavenato (2014), a administração financeira é área da administração que cuida dos recursos financeiros da empresa sendo eles os mais caros e importantes, envolvendo a aplicação dos princípios econômicos no sentido de manter e maximizar a riqueza e o valor de suas ações, mantendo o crescimento e prosperidade da organização

1.2 – Administrador financeiro

O administrador financeiro tem responsabilidade de fazer a análise financeira, planejar investimentos, avaliar financiamento, controlar finanças e a saúde da empresa. Ele está designado a maximizar o preço e o capital da empresa, mantendo-a com os menores riscos possíveis usando políticas de investimento.

A participação do administrador financeiro está presente em praticamente todas as decisões tomadas na empresa, dado que, normalmente, envolvem a relação custos versus benefícios. Nesse contexto, a gestão financeira desempenha um dos papéis mais relevantes na empresa, seja nas operações de curto prazo abrangendo caixa, crédito, estoques, contas a receber, contas a pagar etc., ou de longo prazo, compreendendo investimentos, orçamento de capital, estrutura de capital etc. O administrador financeiro deve atentar para a alocação adequada dos recursos disponíveis, que são escassos. (HOJI., 2014, p. 18)

Os administradores financeiros precisam realizar análises de interpretação e avaliação através do mercado, encontrando um parâmetro sobre custo x benefício antes de fazer o investimento.

Administradores financeiros são responsáveis pela gestão dos negócios financeiros de organizações de todos os tipos, financeiras ou não, abertas ou fechadas, grandes ou pequenas, com ou sem fins lucrativos. Eles realizam diversas atividades financeiras tais como planejamento, concessão de crédito a clientes, avaliação de propostas que envolvam grandes desembolsos e captação de fundos para facilitar as operações da empresa. (GITMAN 2010, p. 4)

Uma das principais ferramentas usadas pelo administrador é a calculadora financeira que facilita as análises e possibilita o resultado preciso sem erros e também para ajudar no controle são usadas as planilhas que conseguem fazer um histórico das principais atividades exercidas por ele em uma linha do tempo.

1.3- Objetivos da administração financeira

Um dos principais objetivos da administração financeira é maximizar os lucros da empresa ou minimizar os custos e prejuízos, sendo assim é preciso otimizar os resultados para aumentar o patrimônio, o caixa e a receita da organização. É preciso analisar as entradas e saídas dos capitais da empresa para promover a estabilidade financeira e crescimento dos negócios.

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

De acordo com Chiavenato (2014), os dois objetivos principais da são: o melhor retorno possível do investimento (rentabilidade) e a sua rápida conversão em dinheiro (liquidez). Procurando tornar os recursos lucrativos e líquidos ao mesmo tempo, buscando a rentabilidade sem sacrificar a liquidez procurando a satisfação e não maximização do seu lucro.

1.4- Organização

A organização tem como elemento básico distribuição de funções e responsabilidades, pelas atividades relacionadas ao setor, sendo uma forma eficiente de alcançar os resultados não havendo bagunça e nem sobrecarga da mesma pessoa fazer a mesma tarefa no setor, sendo um otimizador de tempo.

De acordo com Colenghi (2007) “ é uma outra forma de definir a estrutura organizacional (divisões, seções, diretorias, departamentos, coordenações, serviços etc.)”

Um setor organizado tem uma maior eficiência por ter suas funções corretamente definidas, aumentando a qualidade do trabalho e minimizando os erros.

1.5- Contas a Receber

Podem ser conhecidas por duplicatas ou títulos a receber, os ativos a receber são

entradas de capital devidos pelos clientes, que é tudo aquilo que a empresa vendeu e ainda não recebeu podendo ser mediante a vendas a prazo de produtos ou prestação de serviços, sendo um dos maiores bens da empresa.

A principal função da gestão de contas a receber é estabelecer uma política de crédito na empresa, que esteja ajustada ao capital de giro e às necessidades do cliente. O controle adequado de contas a receber ajusta as possibilidades internas (capital de giro) às solicitações externas (clientes). Para que uma empresa possa implantar uma política de crédito que não comprometa o seu capital de giro, ela necessita dos elementos fundamentais que dão suporte à política: o desenvolvimento de fontes de informações e o processo de análise destas (OLIVEIRA, 2013, p. 45).

"As empresas vendem a prazo, ou seja, concedem crédito para ampliar seu nível de produção, aumentar as vendas e, assim, maximizar a rentabilidade" (BRAGA, 1995)

A área financeira deve cadastrar três níveis de recebimento para gerar corretamente as contas a receber da empresa sendo elas: as contas provisionadas, as previstas e as realizadas. Sendo a diferença entre elas:

- Provisões são estimativas de prazos e valores a receber, que são baseados em cálculos matemáticos embasados em dados históricos da organização e de suas metas e objetivos empresariais.
- Previsões também são estimativas que são normalmente utilizadas para a elaboração de orçamentos, onde os valores são projetados.
- Realizados são recebimentos que se pode confirmar na conta bancária da sua empresa.

1.5.1- Faturamento

Faturamento é o valor que a empresa vendeu, que significa emitir nota sendo o valor total de um serviço que foi vendido para o cliente, independente da duração e da forma de pagamento. Faturamento não significa lucro.

O faturamento demonstra o quanto uma empresa está em crescimento e sua geração de receita.

1.5.2- Crédito

Crédito, em finanças, é definido como a modalidade de financiamento destinada a possibilitar a realização de transações comerciais entre empresas e seus clientes. (SANTOS, 2015)

A palavra crédito deriva de a expressão “crer“ que significa acreditar em algo ou alguém. É quando alguém cede temporariamente parte do seu patrimônio a terceiros.

O crédito inclui duas noções fundamentais: confiança, expressa na promessa de pagamento, e tempo, que se refere ao período fixado entre a aquisição e a liquidação da dívida. (SANTOS)

O crédito, sem dúvida, cumpre importante papel econômico e social, a saber: (a) possibilita às empresas aumentarem seu nível de atividade; (b) estimula o consumo influenciando na demanda; (c) ajuda as pessoas a obterem moradia, bens e até alimentos; e (d) facilita a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes. A tudo isso, entretanto, deve-se acrescentar que o crédito pode tornar empresas ou pessoas físicas altamente endividadas, assim como pode ser forte componente de um processo inflacionário. (SILVA, 2016, p. 50)

O objetivo da empresa, ao solicitar crédito, é aumentar suas receitas e lucros, maximizando o uso da sua capacidade produtiva e do seu estoque (BLATT, 2000)

1.5.3- Política de Crédito

A política de crédito na empresa são as normas que ela utiliza para financiar ou emprestar recursos para seus clientes, sendo essencial para a segurança financeira da empresa e também o estímulo ao crescimento.

Segundo SILVA (2016), a política de crédito está relacionada unicamente com aplicação de recursos operacional que envolvem um alto volume de investimento.

A política de crédito é:

- Um guia para a decisão de crédito, porém não é a decisão;
 - Reage a concessão de crédito, porém não concede o crédito;
 - Orienta a concessão de crédito para o objetivo desejado, mas não é objetivo em si.
- (SILVA, 2016, p.80)

A política de crédito deve ser estruturada para diminuir a inadimplência e manter o crescimento da empresa, porém é preciso haver cuidado para não afetar as vendas e perda de clientes, equilibrando os objetivos de lucro com as necessidades do cliente.

1.5.3.1- Alçada de crédito

As alçadas de crédito são estabelecidas de acordo com a política de crédito da empresa, que significa valor máximo a ser aprovado nas tomadas de decisões.

As alçadas são os limites de crédito, delegados pelas instituições aos órgãos e às pessoas gestoras de crédito, para decisão (aprovar ou recusar) sobre operações de crédito (empréstimos, financiamentos e fianças), sem a necessidade de aprovações superiores. (SILVA, 2016, p.84)

Um dos objetivos principais das alçadas é permitir agilidade nas decisões e, portanto, auxiliar as áreas comerciais em sua capacidade de competir com os concorrentes, mantido o grau de segurança desejado. (SILVA, 2016)

1.5.4- Inadimplência

Segundo o artigo 397 do Código Civil Brasileiro, “o inadimplemento da obrigação, positiva e líquida, no seu termo, constitui de pleno direito em mora o devedor”

O termo inadimplência consiste no ato de não honrar com seus compromissos financeiros com a organização na data acordada para pagamento.

Segundo Martin (1997), pode-se chamar de inadimplência qualquer compromisso que foi acordado para pagamento que já ultrapassou da data de seu vencimento, pois acaba-se demonstrando o atraso no recebimento, ou a falta de pagamento causando prejuízo para a organização.

Na ocorrência do não pagamento, a empresa deve tomar certas medidas, podendo fazer o cancelamento do serviço prestado forçando assim o cliente inadimplente a efetuar o pagamento. Políticas de crédito, setores de cobrança e planejamento financeiro são pontos relevantes que as organizações devem considerar ao lidar com os inadimplentes (Andrade *et al.*, 2008, p.104).

Segundo (Teixeira & Silva, 2001) as principais causas da inadimplência estão no esquecimento do compromisso do devedor por vencimento atrasado, por atrasos propositalmente para ter tempo de pagar a dívida ou por dificuldades financeiras.

1.5.5 Política de Cobrança

Cobrança é a concretização de recebimentos das vendas. Cobrar é tão importante quanto vender, pois é através da cobrança que se fecha uma etapa na hora da venda com o cliente. (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

A atividade de concessão de crédito sempre estará exposta ao risco de inadimplência, ou seja, aos prejuízos decorrentes do não pagamento de dívidas por parte dos clientes. (SANTOS, 2016).

A principal função da política de cobrança é recuperar os créditos em atraso para diminuir o prejuízo da empresa, por maior cuidado que a empresa tenha na hora de cadastrar há sempre clientes que se tornam inadimplentes.

A atividade de concessão de crédito sempre estará exposta ao risco de inadimplência, ou seja, aos prejuízos decorrentes do não pagamento de dívidas por parte dos clientes. (SANTOS, 2016).

Segundo Santos (2016) toda venda de crédito bem administrada deve ter um suporte de uma política de cobrança que incorpore todos procedimentos utilizados para recuperação do crédito podendo ser contato telefônico, envio de cartas, visitas pessoais, uso de agências de cobrança e protesto.

Utilizando as ferramentas certas, a cobrança pode ajudar diminuir a inadimplência sem levar o cliente a *churn* involuntário, podendo recuperar os créditos perdidos e melhorar a saúde financeira da empresa.

As políticas de cobrança têm o objetivo de fazer com que os recebimentos ocorram nas datas de vencimento e estejam prontamente à disposição da administração de caixa de empresa. (SILVA, 2016)

1.5.6- Churn

Churn se refere a taxa anual de rotatividade da base de clientes (STROUSE, 1999).

O *churn* é uma métrica que indica através de cálculos a taxa de cancelamento dos clientes da empresa, sendo um dos mais claros indiciadores de satisfação do cliente.

De acordo Cister (2005) existem três tipos de *churn*: (a) involuntário, onde o cliente não realiza o pagamento das faturas e ele tem seu contrato cancelado; (b) voluntario, onde o cliente solicita o desligamento, independente do motivo; (c) inevitável, cliente procura uma praça ainda não atendida pela empresa ou falecimento do cliente.

O fenômeno do *churn*, que tem como base o marketing trata da perda de clientes sofrida por uma empresa para a concorrência, ou seja, é uma medida de infidelidade dos clientes (CISTER, 2005)

Quando o *churn* acontece em um percentual alto a empresa precisa analisar e diagnosticar a real situação, a variação da taxa precisa ser monitorada por ter um impacto direto no faturamento. É preciso levar em consideração o tipo de cliente que está fazendo esse cancelamento e se vale a pena investir e medir esforços para retê-los. Portanto, mais importante que fazer novas vendas é manter um cliente fidelizado. A forma mais fácil de mensurar é dividir o número de clientes perdidos em um mês ou ano pelo número que havia no início e multiplicar por 100.

1.6- Contas a Pagar

As contas a pagar significam as obrigações e contas da empresa com terceiros, devendo ser uma tarefa de rotina da empresa permitindo uma visão global dos compromissos assumidos pela empresa.

O princípio básico da gestão de contas a pagar é não pagar nenhuma conta antes do vencimento. Existem outras considerações que devem ser levadas em conta, como, por exemplo: possibilidade de melhores condições de prazo com outros fornecedores; compensações entre prazos e descontos; e possibilidade de renegociação de contratos de longo prazo. (SILVA, 2016, p.84)

Segundo Chiavenato (2014). As contas a pagar irão preparar a agenda de todas as contas e duplicatas a serem pagas pela empresa, podendo consultar as importâncias e as datas de pagamento.

A finalidade desse órgão é garantir a execução do pagamento das contas e dívidas da empresa, dentro dos prazos e condições previamente estabelecias. (CHIAVENATO, 2014).

É importante analisar contratos firmados sobre as condições de pagamento entre a empresa e o fornecedor, analisando os possíveis descontos sobre pagamento antecipado, calcular a correção monetária. Todas as contas da empresa precisam ser pagas pontualmente e nas condições acordadas com fornecedor para que não haja problemas e prejuízos para a empresa.

1.6.1.- Fluxo de Caixa

Fluxo de caixa é uma ferramenta que controla a movimentação financeira (as entradas e saídas de recursos financeiros) de uma empresa, em um período determinado (SILVA, 2016).

No fluxo de caixa, a empresa consegue projetar seus pagamentos, pedidos de compras, entradas e saídas. Identificando a circulação, a liquidez e rentabilidade do dinheiro sendo uma ferramenta importante para empresa monitorar e controlar suas receitas, sendo uma espécie de mapa onde as recorrências e variáveis ficam evidentes.

Com o fluxo de caixa feito antecipadamente, o gestor poderá antever situações de falta ou excesso de dinheiro no caixa, quantos e quais serão os compromissos para o período, assim como a previsão de ingressos de numerários provenientes das vendas à vista e de recebimentos de clientes que compram a prazo (TÓFOLI, 2008, p.69)

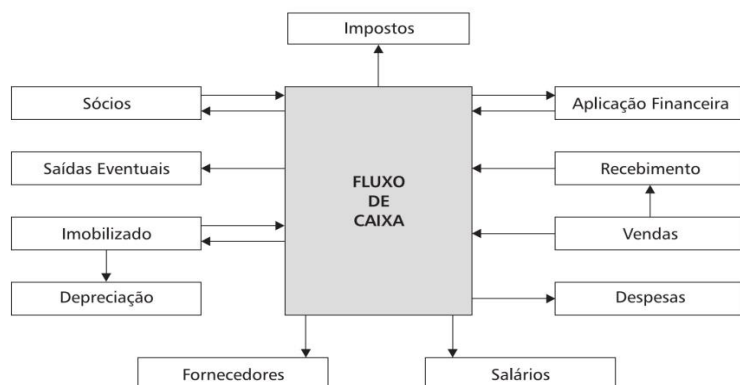
O fluxo de caixa é algo importante da empresa que traz benefícios à organização como todo; contudo, o sucesso na gestão só será atingido se o fluxo de caixa for considerado como um instrumento gerencial da empresa e não apenas do tesoureiro. (FREZATTI, 2014)

O fluxo de caixa é fundamental na tomada de decisões. Através dos resultados o gestor financeiro pode ter uma análise completa da real situação financeira da empresa, podendo controlar e analisar as receitas, as despesas e os investimentos.

Os principais objetivos da demonstração do fluxo de caixa são avaliar alternativas de investimento; avaliar e controlar ao longo do tempo as decisões importantes que são tomadas na empresa, com reflexos monetários; avaliar as situações presente e futura do caixa na empresa, posicionando-a para que não chegue a situações de liquidez; e certificar que os excessos momentâneos de caixa estão sendo devidamente aplicados. (MATARAZZO, 1998, p.124)

Segundo (DRUCKER, 1996). Uma empresa pode operar sem lucros por muitos anos, porém não é possível operar sem caixa.

Ilustração do Fluxo de Caixa



Fonte: Zdanowicz (2000, p.52)

1.6.2- Capital de giro

O capital de giro é o valor líquido dos ativos de uma empresa que pode ser utilizado para arcar com os custos, despesas fixas e variáveis, podendo ser próprio ou de terceiros.

O capital de giro tem papel relevante na vida operacional da empresa, cobrindo normalmente mais da metade de seus ativos totais investidos. O capital de giro também é conhecido como capital circulante, pois ele fica girando dentro da empresa, e, cada vez que sofre alguma mudança em seu estado patrimonial, produz alteração na contabilidade. Uma administração inadequada do capital de giro acarreta sérios problemas financeiros, podendo ocasionar até a insolvência. (SILVA, 2016, p. 108)

São recursos necessários para continuar a operação da empresa, sendo aplicado para poder girar a empresa. Os bens e direitos da empresa de curto prazo da empresa podem ser transformados em caixa sendo conhecidos como ativos e passivos circulantes.

O capital de giro permanente refere-se ao volume mínimo de ativo circulante necessário para manter a empresa em condições normais de funcionamento. O capital de giro variável, por seu lado, é definido pelas necessidades adicionais e temporais de recursos verificadas em determinados períodos e motivadas, principalmente, por compras antecipadas de estoques, maior morosidade no recebimento de clientes, recursos do disponível em trânsito, maiores vendas em certos meses do ano etc. Estas operações promovem variações temporais no circulante, e são, por isto, denominadas de sazonais ou variáveis. (ASSAF NETO, 2012, p.15)

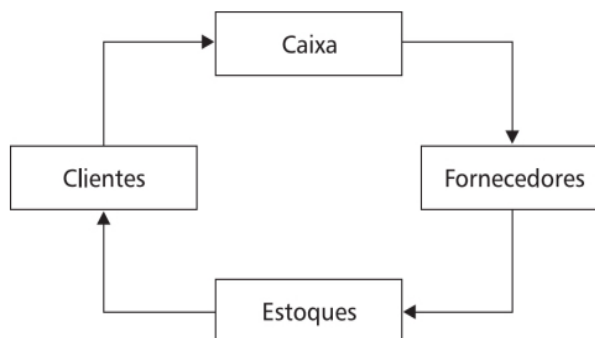
Para calcular o capital de giro usamos a seguinte fórmula CGL (Capital de giro líquido) = AC (Ativo Circulante) – PC (Passivo Circulante). Em que AC refere-se a ativo circulante (aplicações financeiras, caixa, bancos, contas a receber, dentre outros recursos) e PC corresponde ao passivo circulante (contas a pagar, fornecedores, empréstimos).

O processo do capital de giro é primordial para a administração financeira, pois a empresa necessita recuperar todos os custos e despesas, inclusive os financeiros, acontecidos no decorrer do ciclo operacional, e conseguir o lucro esperado, através da venda do produto ou prestação de serviço. (ASSAF NETO, 2012, p.24)

Segundo Gitman (2004) as saídas de caixa são relativamente previsíveis, enquanto as entradas são mais difíceis de ser previstas.

O objetivo da gestão do capital de giro é minimizar o tempo entre o desembolso com a compra de materiais e o recebimento das vendas (ASSAF NETO, 2012).

Gestão de Capital de Giro



Fonte: ASSAF NETO (2012, p. 453)

1.6.3- Conciliação bancária

A conciliação bancária é uma conferência das contas bancárias com controle financeiro, para poder verificar e analisar se está tudo correto ou se tem alguma inconsistência nos dados, fazendo uma comparação dos extratos bancários com as informações do controle financeiro.

A conciliação corresponde à correlação dos saldos das contas patrimoniais com os saldos verificados em controles extra contábeis produzidos internamente ou em documentos externos, oficiais ou não oficiais. A conciliação se distingue da análise de contas, na qual um analista confere a consistência dos lançamentos registrados, decompondo-os e identificando suas naturezas (TEIXEIRA, 2010, p.102).

Através da conciliação bancária poderá analisar lançamentos não realizados, ou pagamentos feitos incorretamente apontando valores divergentes entre os extratos e a informações financeiras, permitindo monitorar datas de pagamento e entradas e saídas do caixa.

A conciliação consiste na comparação das movimentações bancárias evidenciadas nos extratos fornecidos pelo banco com as mesmas movimentações registradas na contabilidade. Só assim é que se adquire a certeza da exatidão do controle e da sua fiel correspondência pelo banco. (MARION, 1998, p.26)

É possível na conciliação fazer uma projeção do fluxo de caixa, das entradas e saídas tendo acesso ao seu saldo atualizado em tempo real.

1.6.4- Planejamento Orçamentário

Planejar consiste em decidir antecipadamente o que deve ser feito. Toda empresa planeja em alguma intensidade. Algumas se voltam para o longo, médio e curto prazos, outras nem tanto (FREZATTI, 2017).

Podemos definir planejamento orçamentário como tudo que se planeja como as despesas, receitas, investimentos e custos que a empresa terá no futuro, sendo feito anualmente.

O orçamento da empresa integra aspectos operacionais e financeiros, servindo para fixar objetivos, políticas e estratégias, harmonizar os objetivos das partes da empresa, quantificar as atividades e suas datas de realização, melhorar a avaliação e a utilização de recursos. O controle orçamentário se presta ainda a comunicar, aos donos e administradores, as intenções e realizações da empresa e é eficaz

instrumento para se avaliar se a realidade da empresa está de acordo com aquilo que seus proprietários desejam dela. (SEBRAE, 2017, p.1)

Segundo HOJI (2018). O orçamento deve ser auxiliado pela contabilidade, pois é um documento que pretende antecipadamente recriar as atividades que são executadas pela empresa.

O orçamento abrange as atividades operacionais (receitas, custos e despesas), de investimentos e de financiamentos. Todas essas atividades são contabilizadas e refletidas nas demonstrações financeiras: demonstração de resultado, demonstração de fluxo de caixa e balanço patrimonial. (HOJI, 2018, p.12)

É importante fazer um planejamento orçamentário de tudo que a empresa vai gastar no mês e no ano, para ter controle sobre as entradas e saídas. Podendo utilizar o fluxo de caixa para fazer esse planejamento, pensando sempre em rentabilidade

2- Descrição do estudo de caso

Nesse capítulo realiza-se o estudo de caso. Inicialmente, apresenta-se a empresa pesquisada, a seguir descrevem-se como é a organização do setor financeiro na empresa.

O objetivo do estudo é identificar e demonstrar o quanto benefício para empresa é essa organização utilizando adequadamente o dia a dia de cada setor e suas funções. Foram realizadas entrevistas com diretores, gerentes e funcionários e estudos de políticas internas da empresa.

2.1- Apresentação da empresa

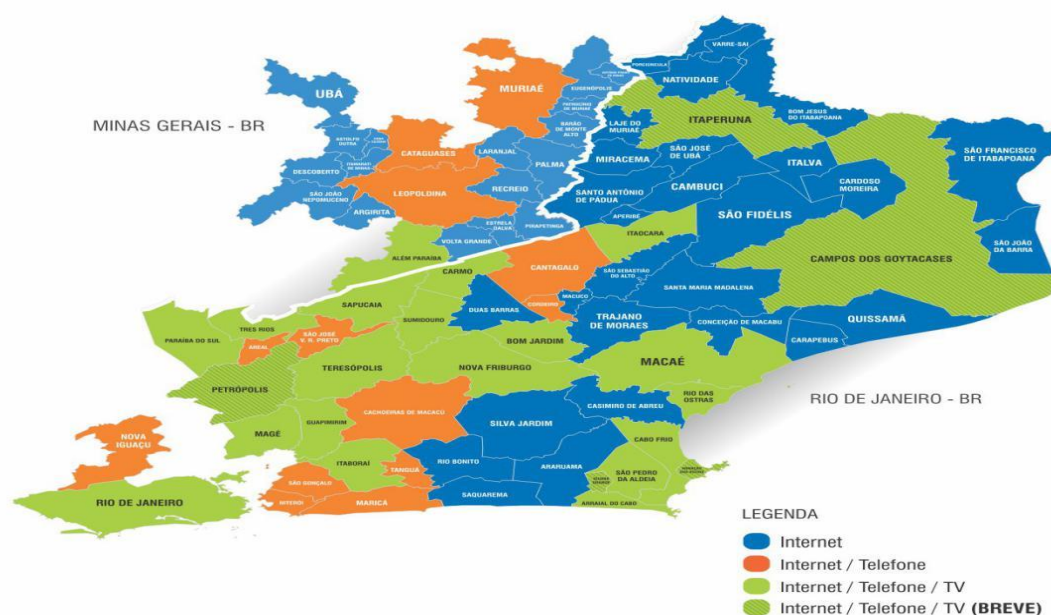
A empresa começou na cidade de Sumidouro RJ no ano de 2004, devido ao alto custo da internet discada naquela época, a ideia era trazer acessibilidade e qualidade de serviço para cidade. Desde sua concepção em 2004, a Sumicity oferece a seus clientes o serviço de Internet Banda Larga, que hoje utiliza a Fibra Ótica como meio físico de transmissão até a casa do cliente (FTTH). Sendo homologada pela Anatel, podendo atuar em todo território nacional.

Em 2012, a empresa Fale Voz, portadora de licença STFC (Serviço de Telefonia Fixa Comutada), se torna uma parceira, possibilitando o oferecimento do serviço de Telefonia Fixa em toda rede Sumicity. Com numeração própria, disponibilidade para portabilidade numérica de qualquer outra operadora e o código 53 (CSP – Código de Seleção de Prestadora) como opção para terminação de ligações em todo Brasil, proporciona aos usuários mais economia em ligações de longa distância nacional e internacional.

Depois da Internet Banda Larga e Telefonia Fixa, a Sumicity inova mais uma vez e passa a oferecer também o serviço de TV por Assinatura, a Sumicity TV. Iniciado em 2014 o serviço leva os melhores canais pagos, nacionais e internacionais, através da tecnologia IPTV, com qualidade de som e imagem em alta definição e se torna referência para outras operadoras pelo pioneirismo na implantação do serviço via Fibra Ótica.

Hoje, atende no total de 40 cidades no estado do RJ e de MG com expansão para crescimento no ES e com um objetivo de chegar aos 500 mil clientes em 2022.

Mapa de atuação dos clientes



Fonte: Sumicity (2019, p.1)

2.1.1- Empresa S.A

A Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conhecida como "Lei das Sociedades por Ações" regulamenta as sociedades anônimas no país. O artigo 1º desta lei determina que:

"A companhia ou sociedade anônima terá o capital dividido em ações, e a responsabilidade dos sócios ou acionistas será limitada ao preço de emissão das ações subscritas ou adquiridas".

A empresa Sumicity é classificada com sociedade anônima de capital fechado, não estando aberta para a bolsa de valores e sendo dividida entre poucos acionistas, havendo um conselho de administração para tomadas de decisões sobre a empresa.

2.1.2- Identidade Organizacional

Missão

Atuar como referência em soluções inovadoras na área de telecomunicações com excelência nas regiões de atuação proporcionando a superação das expectativas de satisfação da comunidade, clientes, fornecedores, acionistas e colaboradores.

Visão

Ser a referência em qualidade e inovação nos serviços de telecomunicações com rede própria ampliando e atendendo novas áreas de atuação nos Estados do RJ, MG e ES até 2020.

Negócio

Soluções em serviços de telecomunicações com excelência e inovação.

Valores

Confiança e Respeito

Postura ética e Transparência

Criatividade e Inovação

Compromisso com resultado

Evolução Constante

2.2- Contas a Receber

O processo de gestão das contas a receber na Empresa, inicia-se a partir do faturamento. A maioria das contas são recebidas via boleto bancário registrado. Após o faturamento, as notas e boletos ficam disponíveis na central do assinante no site e no aplicativo para os clientes, sendo avisado através de SMS ou e-mail.

São feitos acompanhamentos diários dos recebimentos, através do arquivo de retorno que são gerados em todos os bancos, enviado para o sistema SAP faz a leitura e efetua a baixa automática dos documentos quitados. Além deste controle, a organização utiliza também um relatório do sistema integrado de gestão de clientes possibilitando ter uma visão 360 da situação financeira de cada cliente, apresentando informações sobre a situação das contas, tais como o número do documento, valor, vencimento e data do pagamento.

2.2.1- Faturamento

O faturamento é feito para o cliente logo após sua ativação, ou seja, após a escolha do plano, negociação e fechamento da venda. Existe a instalação do nosso serviço na casa do cliente (ativação) e a partir daquela data é gerado o valor a ser cobrado, em alguns dos casos incluindo uma taxa de instalação também.

Isso ocorre na nossa primeira fatura, ou *first bill* (primeira conta), e após isso o nosso cliente terá escolhido o período de faturamento fixo, sendo gerado todo mês um boleto para ele. Esse faturamento ocorre nas seguintes datas: Dia 20 com vencimento 01, dia 25 com vencimento dia 05, dia 26 e 27 com vencimentos dia 08 e 09, dia 28 com vencimentos dia 10, dia 5 com vencimentos dia 15 e dia 10 com vencimentos dia 20.

Sendo o maior fluxo de faturamento nos dias 5 e 26, onde há uma entrada maior da arrecadação da empresa.

Podendo haver algum erro no processo do faturamento, existem as filas de análise de duplicata, faturas não geradas e descontos para solucionar os problemas que podem acontecer, nessas filas o cliente abre um chamado relatando sua queixa e será analisado e tratado seu questionamento de forma eficiente e eficaz.

2.2.2- Política de Crédito

A política de crédito da empresa foi desenhada para ter um maior controle de crédito e crescer seu faturamento de forma sustentável e prevenir a inadimplência, essa política é revisada periodicamente.

Para o cliente ter uma venda aprovada na companhia ele deverá ter as seguintes características: Sacado sem restrição com a concorrência (aprovação feita automática) e sacado com mais de 1 ano de mercado com até 2 restrições em outros segmentos, desde que, a soma do valor não ultrapasse R\$ 1.500,00 (Aprovação automática).

Há também a verificação feita de crédito de aprovação manual, que após será feita após aprovação automática e o cliente deverá cumprir as seguintes exigências: Será avaliado o desempenho do sacado com o mercado (pontualidade, capacidade de pagamento, restrições) via SERASA/SPC, será considerado o tempo de mercado, e para alguns casos, poderá ser solicitado documentos para auxiliar a análise.

Para o cliente ter uma venda reprovada na companhia ele também deverá ter as seguintes características: Ser sacado com um saldo devedor internamente, sacado com menos de 1 de mercado com restrições em qualquer segmento, sacado com restrição com a concorrência, independentemente do tempo de mercado, sacado em recuperação judicial e sacado em dívida com o fisco ou dívida trabalhista.

2.2.3- Inadimplência

Toda empresa corre o risco de ter clientes inadimplentes, sendo que para uma empresa de telecomunicações a margem pode ser de 5% do total de arrecadação, acima deste valor é preciso tomar certos cuidados para não prejudicar o faturamento.

Afim de melhorar arrecadação foi feito um estudo pelos analistas da empresa que comprovou que no vencimento do dia 20 possui um maior número de clientes com uma maior inadimplência acima de 5% do total, afim de evitar o churn esse vencimento foi reformulado.

Sendo uma empresa de telecomunicações é preciso seguir as normas da ANATEL esses clientes antes de suspender esse serviço por falta de pagamento.

De acordo com Arts. 90 a 103 da Resolução nº 632/2014 da Anatel.

a) quinze dias após notificação: a prestadora poderá suspender parcialmente o provimento do serviço, com redução da velocidade contratada;

b) trinta dias após o início da suspensão parcial: a prestadora poderá suspender totalmente o provimento do serviço. Neste caso, é vedada a cobrança de assinatura ou qualquer outro valor referente à prestação de serviços (suspensão total);

b) trinta dias após o início da suspensão total: a prestadora poderá desativar definitivamente o serviço prestado ao consumidor e rescindir o contrato de prestação do serviço. Apenas depois da rescisão do contrato é que a prestadora poderá incluir o registro de débito em sistemas de proteção ao crédito, desde que encaminhe para o consumidor comprovante escrito da rescisão, no prazo máximo de 7 dias.

Caso o consumidor efetue o pagamento antes da rescisão, a prestadora deve restabelecer o serviço em 24 horas, contadas a partir do conhecimento da quitação do débito ou da inserção de créditos.

2.2.4- Política de Cobrança

O setor de cobranças na empresa atua como uma área específica para negociação de faturas em um prazo de 90 dias, podendo ser feita essa negociação em até 3 vezes sem juros o valor total da duplicata.

De acordo com Art. 78 da Resolução nº 632/2014 da Anatel.

“Se a prestadora deixar de realizar a cobrança da conta no prazo correto (90 dias contados a partir da efetiva prestação do serviço), ela deve emitir uma conta, sem acréscimo de encargos, e mediante negociação prévia. Na negociação, a prestadora deve parcelar os valores, no mínimo, pelo número de meses correspondentes ao período de atraso na apresentação da cobrança. A prestadora não pode suspender a prestação do serviço ou impor qualquer restrição ao consumidor em virtude de débitos apresentados a ele fora do prazo. ”

Com relação ao esgotamento dos meios de cobrança, o entendimento é que se deva ter realizado a cobrança regular e esgotado os demais meios de recebimento do crédito, tais como, envio de comunicados de débito, emails e ligações telefônicas. Lembrando-se que, segundo o artigo 42 do CDC², a cobrança nunca deve expor o devedor ao ridículo nem a qualquer outro tipo de constrangimento ou ameaça. Antes de qualquer solicitação de negativação, deve-se se certificar que a dívida está vencida e foi devidamente cobrada.

“Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.” (CDC: “Art. 42)

Ressalta-se aqui, que o prazo para a suspensão e interrupção dos serviços estipulados pela Agencia Nacional de Telecomunicações – ANATEL, que prescindem de comunicação, não guarda qualquer relação com o prazo para a negativação. Porém, o envio do pedido de negativação após os prazos estipulados pela ANATEL para suspensão ou interrupção dos serviços. Servem para comprovar, também, que a cobrança dos valores devidos foi realizada.

2.2.4- Churn

Nosso faturamento é baseado em um sistema de mensalidades e temos clientes (ativações) e saída (*churn*). Na empresa usamos duas categorias principais de classificação para o *churn*: O involuntário e voluntário. Aonde ambos passaram por um processo de retenção para mantê-los em nossa base. Mesmo assim, há casos que não é possível que o cliente continue conosco.

O *churn* voluntário é quando o cliente solicita o desligamento, sendo registrado seu motivo de saída, um dos exemplos é o cliente ir para uma área de que não possui serviços prestados pela empresa.

O *churn* involuntário é quando o nosso cliente não realiza o pagamento das faturas mesmo após ter cancelado seus serviços, e após um período pré-determinado, ele tem seu contrato cancelado.

2.3- Contas a Pagar

O processo de contas a pagar começa quando a empresa contrata o fornecedor, para se formalizar esse contrato é preciso passar pelo setor jurídico para ser validado, antes de gerar as contas a pagar dele, nessa análise é definida a forma de parcelamento e vencimentos.

O setor fica responsável por todas obrigações assumidas pela empresa, sendo preparado todo processo de pagamento através de notas fiscais, podendo ser recorrências que são pagamentos feitos todos meses sendo apenas necessário estartar no dia correto, através de lançamentos de contratos guarda-chuva ou calção no *software* SAP, as notas fiscais sem ser recorrências são lançadas pelo setor fiscal ou pelo setor de compras, dependendo da classificação delas.

Os pagamentos precisam ser separados e conferidos para não haver duplicidade afetando o caixa da empresa.

Todo pagamento precisa ser orçado e aprovado no SAP pelo diretor financeiro da empresa antes de ser realizado, ficando lançado antes como esboço ou pedido de compras.

Antes de realizar o pagamento das invoices é preciso fazer a conversão de cambio no banco, para produtos comprados na china que chega no teleporto do Rio de Janeiro e também para canais de TV que tem parceria com a empresa.

Na imagem abaixo, podemos observar um pedido de compras virando nota fiscal através do mapa de relações do fornecedor;

2.3.1- Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é puxado no SAP semanalmente toda quarta feira, para conferencia dos pagamentos da semana e classificação de acordo com centro de custo de cada um deles.

Os pagamentos serão efetuados respeitando os prazos de vencimento e de acordo com aprovação do pedido de compras. Os pagamentos a fornecedores ocorrerão nos dias 10, 15 e 22 de cada mês, portanto, ao contratar serviços ou fazer uma compra, vencimento deve estar programado para uma dessas datas. O prazo de pagamento padrão é de no mínimo trinta dias após o faturamento do produto/serviço, respeitando as datas de pagamento acima previstas. Vale ressaltar, que o fluxo de lançamentos encerra todo dia 25, e é de responsabilidade de cada setor a entrega dos documentos fiscais no setor fiscal.

Até esta data, fora deste período ou pagamentos de última hora precisam ser aprovados pelo diretor financeiro, pagamentos fora do fluxo e sem ser orçados não são autorizados.

Existem dois tipos de pagamentos a fornecedores o CAPEX e OPEX. Os pagamentos de pedidos de compras de CAPEX, estão condicionados a aprovação prévia do Comitê de CAPEX, formalizado em ata assinada e pagamentos de pedido de Opex estão condicionados a aprovação do formulário de compras, lançamentos do pedido no sistema e anexo da cópia do formulário de compras assinado.

É preciso conferir se todo pagamento que está lançado no fluxo possui contratos anexados a ele, sem contrato os pagamentos são recusados e encaminhados para análise jurídica.

Através do fluxo de caixa conseguimos avaliar se o dinheiro que está entrando no caixa está sendo suficiente para cumprir com todas as obrigações da empresa, mantendo o controle de dinheiro, de vendas, entradas e saídas, pagamentos diversos, sendo possível comparar a situação financeira mensal da empresa.

2.3.2- Conciliação Bancária

A conciliação bancária é o final de toda conferencia, após ele está no fluxo de caixa e ser realizado seu pagamento é preciso da conferencia para ter certeza que tudo está correto, que não há nada em duplicidade ou com vencimento errado.

Através da conciliação podemos evitar qualquer surpresa, basicamente é a comparação entre todas informações financeiras e os extratos bancários, sendo comparado cada pagamento realizado com saldo, sendo preciso conferir ainda se os detalhes dos lançamentos são compatíveis, sendo verificado valores e datas de cada registro. Os extratos são atualizados todos dias na parte da manhã.

Além dos saldos, outra comparação é dos lançamentos de entrada e saída. Podendo ter certeza de que tudo que estava previsto e entradas e saídas que não existem lançamentos não identificados que podem ser incoerentes.

Após todas conferências estarem corretas o movimento do dia é entregue para o setor contábil, fazer a contabilização dos documentos para gerar um balancete no final de cada mês com todos gastos realizados em cada centro de custo.

2.3.3- Planejamento Orçamentário

O orçamento anual da Sumicity tem como base o Plano de Negócios 2018-2022. O objetivo principal é atingir o crescimento de base de clientes estipulada mantendo-se dentro, ou abaixo, dos custos determinados pelo Plano de Negócios. O orçamento visa garantir que a empresa atinja os lucros propostos, e por consequência bata suas metas.

A empresa é basicamente composta por 5 áreas:

- Planejamento estratégico: responsável pelas definições importantes como: entrada em novas cidades, quais localidades expandir e até mesmo aquisição de outros provedores.
- Finanças, Compras e RH: Controla todos os dispêndios da empresa, aquisição de materiais, contratos de serviço e também cuidam de toda a força de trabalho, em relação a orçamento essa diretoria é quem determina o custo de todos os recursos utilizados (físicos e humanos).
- Tecnologia e Informação: A área de TI irá orçar todos os sistemas que vão suportar toda a estrutura da empresa, garantindo assim eficiência e redução de custos ao longo prazo.
- Comercial e Marketing: Responsável por captar e fidelizar os clientes, essa área é uma das principais responsáveis no aumento da Base de Clientes.
- Operações: A gerência que executa desde das construções de novas localidades quanto a ativação/reparo dos clientes Sumicity. Essa também é uma área que está diretamente ligada ao aumento de base visto que ela instala novos clientes em uma razão mensal cada vez maior.

Para que essas 5 áreas trabalhem juntas são estipuladas metas que se correlacionam entre si, como por exemplo: Se Planejamento estratégico estipula que se deve instalar 1000 clientes em um determinado mês, então, Marketing/comercial deverá adequar seus gastos com propaganda e captação de clientes para atingir por exemplo 1200 vendas, visto que a empresa tem uma porcentagem de perdas entre vendas e instalações. Em paralelo Finanças/Compras/RH deve se planejar para suprir materiais e recursos humanos suficientes para realizar essas instalações. E por último na cadeia a área de Operações deverá se planejar em termos de pessoas para instalar esse quantitativo de clientes determinados.

Sabendo desse encadeamento de atividades é possível orçar com uma boa precisão mês a mês quanto será o dispêndio da empresa. O sucesso no orçamento reflete basicamente o quanto conhece da sua própria operação.

3- Ética na empresa

A ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, é ciência de uma forma específica de comportamento humano (VAZQUEZ, 2000).

“A ética é a teoria ou a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ética não é moral. Ética é a reflexão crítica do ato moral, do que está certo ou errado, do que é justo ou injusto” (EGG, 2012)

A ética é definida como estudo de juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, relativamente à determinada sociedade, ou de modo absoluto. No ambiente corporativo, ela procura guiar o indivíduo na tomada de decisões levando-se em conta o ponto de vista predominante na sociedade, num determinado espaço de tempo (Rosini, 2003, p.146).

Na empresa Sumicity a ética de extrema importância, a sociedade está mais consciente, e vem exigindo mais de seus direitos e as empresas por sua vez exigindo mais de seus parceiros, sendo assim é fundamental adotar um compromisso moral de transparência na condução de suas práticas, a empresa tem um forte compromisso com as questões morais dos funcionários e clientes, tendo um compromisso assumido.

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 80, com a redução das hierarquias e a consequente autonomia dada às pessoas. Os chefes, verdadeiros xerifes até então, já não tinham tanto poder para controlar a atitude de todos, dizer o que era certo ou errado. (JACOMINO, 2000, p.29)

Não ter uma atitude ética é ir contra os deveres profissionais, é não cumprir compromissos assumidos, por escrito ou verbalmente, perante as suas funções e estatutos nas organizações (Ferreira & Dias, 2005).

A adequação das organizações aos comportamentos éticos dos profissionais e candidatos e a identificação, a mitigação, a análise das consequências e a prevenção das atitudes inadequadas é uma tarefa difícil para as organizações, mas, ainda assim, necessária (SANTOS, 2013, p.44)

A cultura organizacional eleva o clima de confiança e respeito entre os integrantes da empresa, reduz custos e aumenta a produtividade, tudo isso aliado ao crescente nível de satisfação geral advindo do clima ético reinante no ambiente de trabalho (PEREZ, 2013).

Definir e adotar posturas éticas nas empresas é uma maneira de assegurar os negócios no longo prazo. A ética empresarial, profissional, política e pessoal será a grande exigência da próxima década, substituindo e incorporando a preocupação ambiental (CARVALHO, 2006).

Conclusão

Após um estudo sobre como funciona o setor financeiro da empresa sumicity, através da comparação da teoria e da prática, podemos afirmar que é um setor com os processos padronizados e organizados facilitando a excelência do trabalho, cada colaborador tem sua função definida e se aprimora nela a cada dia.

Um financeiro sem organização pode levar a empresa a falência, não possuindo processos definidos e nem controle de fluxo de caixa e pagamentos, não terá uma boa saúde financeira e nem conseguirá acompanhar o crescimento, podendo ter um maior índice de prejuízos do que lucros, por não fazer uma contabilização financeira correta e nem ter um caixa definido. Quando o assunto é dinheiro é preciso ter o máximo de organização possível.

A organização precisa fazer parte da rotina do administrador financeiro, sendo algo que facilita nas tomadas de decisões e diminui os riscos de erros. Quando o assunto é dinheiro é preciso ter o máximo de cuidado possível.

Com base na análise feita através de entrevistas podemos observar que o setor tem uma organização por funções, com uma equipe qualificada para ter o mínimo de erros possíveis, podendo acontecer erros, a equipe está pronta para solucionar e reverter a situação sem trazer nenhum dano ao setor, é preciso continuar inovando e ter a mente aberta para novas tecnologias que estão chegando ao mercado como *softwares*.

A Sumicity é uma empresa nova no mercado e já mostrou um potencial de crescimento muito grande, se tornando uma das maiores na região na função e telecomunicações e seu financeiro está acompanhando esse crescimento através de sua qualificação.

Referências Bibliográficas

- ANATEL. **Atraso na cobrança**, 2015. Disponível em <www.anatel.gov.br> Acesso em: outubro de 2019.
- ANDRADE, S. F. C. de; RIUL, P. H.; OLIVEIRA, M. S. de; CAVALCANTI, M. F. A **Inadimplência nas Instituições Particulares de Ensino na Cidade de Franca. FACEF ASSAF NETO**, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Fundamentos de administração financeira. 2.ed.** São Paulo: Atlas, 2012.
- ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BLATT, A. **Avaliação de risco e decisão de crédito: um enfoque prático.** São Paulo: Nobel, 1999.
- BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira. 4 ed.** São Paulo: Atlas, 1995.
- CARVALHO, Vera Lucia; DE CAMARGO OLIVA, Eduardo. Prevenção a Fraudes em Empresas Industriais de Autopeças na Região do Grande ABC. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios.** 2006.
- CISTER, Angelo M. - **Mineração de dados para a análise de atrito em telefonia móvel** [Rio de Janeiro] 2005.
- CHIAVENATO, I. 3. ed. **Gestão Financeira: Uma abordagem introdutória.** Barueri: Manole, 2014.
- COLENGHI, V.M. O & M e **qualidade total: uma integração perfeita.** 3. Ed . – Uberaba: ED.V.M – 2007.
- DRUCKER, P. F. **Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século.** Tradução Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1996.
- EGG, Rosiane Follador Rocha. **Ética nas organizações.** Curitiba: Iesde, 2012.
- Ferreira, M. M. & Dias, M. O. **Ética e profissão – Relacionamento interpessoal em enfermagem, Loures: Lusociência.** 2005
- FREZATTI, Fábio. **Gestão do fluxo de caixa: perspectivas estratégica e tática – 2. ed.** – São Paulo: Atlas, 2014
- FREZATTI, Fábio. **Orçamento empresarial: planejamento e controle gerencial – 6. ed.** – São Paulo: Atlas, 2017.

- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12.ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.
- HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- HOJI, Masakazu. **Orçamento empresarial**. – 1.ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de Balanços**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- JACOMINO, D. **Você é um profissional ético?** *Revista Você*, São Paulo, n.25, 2000.
- LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2005.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. São Paulo: Atlas. 1998.
- MATARAZZO, D.C. **Análise Financeira de Balanços**. São Paulo, 5ª Ed. Editora Atlas, 1998.
- MORAIS, S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- OLIVEIRA, Edilson Campos. **Manual Como Elaborar Controles Financeiros**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2013.
- ROSINI, A.M. **Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- ROSS, S. A., Westerfield, R. W., Jaffe, J. F. **Administração Financeira: Corporate Finance**. Edição, São Paulo: Atlas, 2008.
- SANTOS, José Odílio. **Análise de Crédito : empresas, pessoas físicas, varejo, agronegócio e pecuária** – 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2016.
- SANTOS, Renato Almeida; DE HOYOS GUEVARA, Arnoldo Jose; AMORIM, Maria Cristina Sanches. **Corrupção nas organizações privadas: análise da percepção moral segundo gênero, idade e grau de instrução**. *Revista de Administração*, v. 48, n. 1, 2013.
- SAP- Imagens, <https://www.sap.com/brazil/index.html?infl=10274919-aa32-4814-8d32-b03f155757a9>, Acessado em 10/11/2019.
- SEBRAE. **Gestão Financeira**, 2017. Disponível em <www.sebrae.com.br> Acesso em outubro de 2019.
- SILVA, Edson Cordeiro. **Como administrar o fluxo de caixa das empresas: guia de sobrevivência empresarial** – 10. ed. – São Paulo: Atlas, 2018.
- SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de risco de crédito**– 9. ed., rev. e atual. – São Paulo, SP : Cengage Learning, 2016.

STROUSE, K. G. **Marketing Telecommunications Services: new approaches for changing environment**. Norwood, MA: Artech House, Inc., 1999.

SUMICITY. **Nossa história**, 2018. Disponível em <www.carmo.sumicity.com.br> Acesso em: outubro de 2019.

TEIXEIRA, Paulo Henrique. **A importância de uma boa contabilidade**. Disponível em <http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/contabilidadesaudavel.htm>. Acesso em outubro de 2019

TÓFOLI, I. **Administração financeira empresarial: uma tratativa prática**. Campinas: Arte Brasil, 2008.

VÁZQUEZ, Adolfo S. **Ética**. 28 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.