

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

JAQUELINI DA SILVA MORAES

**ANÁLISE DO PROCESSO DE FATURAMENTO E DA COMUNICAÇÃO EM UMA
EMPRESA DE PRODUTOS METALÚRGICOS DE NOVA VENEZA - SC**

CRICIUMA

2013

JAQUELINI DA SILVA MORAES

**ANÁLISE DO PROCESSO DE FATURAMENTO E DA COMUNICAÇÃO EM UMA
EMPRESA DE PRODUTOS METALÚRGICOS DE NOVA VENEZA - SC**

Relatório de Estágio apresentado na disciplina
Orientação do Projeto de Estágio no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof.^a Me. Jucelia da Silva Abel

CRICIUMA

2013

JAQUELINI DA SILVA MORAES

**ANÁLISE DO PROCESSO DE FATURAMENTO E DA COMUNICAÇÃO EM UMA
EMPRESA DE PRODUTOS METALÚRGICOS DE NOVA VENEZA - SC**

Relatório de Estágio, apresentado para
obtenção do grau de Bacharel no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 09 de Dezembro de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Jucelia da Silva Abel - Mestre - (Unesc) - Orientadora

Prof^a. Suzana Machado Simon - Mestre - (Unesc)

Prof. Ricardo Deibler Zambrano - Especialista - (Unesc)

DEDICATÓRIA

Dedico esta, bem como todas as minhas demais conquistas, aos meus queridos pais, Olavo e Genoveva, que me deram a vida e me ensinaram a vivê-la com dignidades, a minha filha Sthefanie, que é a razão do meu viver, e ao meu amor Marcos, pelo apoio, carinho e dedicação. Meus melhores e maiores presentes de Deus...

Agradecimentos

Gostaria de expressar os meus mais profundos e sinceros agradecimentos a todos aqueles que de uma forma ou outra contribuíram para a realização deste trabalho.

Agradeço primeiramente a Deus, que me concedeu esta oportunidade, iluminando meu caminho durante esta trajetória.

Agradeço a minha Família, por me apoiar em todas as escolhas, em especial aos meus pais, que são os pilares da minha vida, que, de forma especial e carinhosa, me deram força e coragem, compartilhando comigo os momentos de tristezas e alegrias, apoiando-me, ajudando-me e que sempre estarão comigo ao longo da minha existência e que se eu pudesse fazê-los eternos... Eternos os faria.

Quero agradecer de forma carinhosa, ao meu irmão Flaviano e minha cunhada Simara, que me incentivaram e abriram caminho para iniciar minha vida acadêmica. Agradeço à minha irmã Josiani, que, tanto nos momentos comemorativos como nos tumultuados, esteve ao meu lado, e os meus sobrinhos, João Carlos, Calebe e Olivia, que amo muito.

E, quero agradecer também à minha filha Sthefanie, que é a alegria da minha vida e que foi o motivo da minha persistência nesta jornada. A você Marcos, a minha admiração pela compreensão, pelo amor e pelo carinho que recebi, proporcionando incentivo a não desistir nos momentos difíceis de ansiedades e angústias.

Agradeço aos meus amigos e colegas do curso de Secretariado Executivo, pelo incentivo e pelo apoio constantes, e a todos os que, de certa forma, colaboraram para esta realização.

Agradeço a todos os professores do curso que contribuíram com seu conhecimento para a minha formação, tornando a minha vida acadêmica cada dia mais desafiante, e à minha orientadora Prof. Jucelia, por sua dedicação no desenvolvimento deste Relatório de Estágio.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

José de Alencar

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o procedimento administrativo de uma empresa de produtos metalúrgicos, situada em Caravaggio – Nova Veneza - SC. Neste contexto, foram analisados os processos de faturamento e da comunicação dentre os demais setores. A influência teórica dos autores foi o meio de que se fez uso para realizar este estudo, considerando a comunicação algo muito importante para atingir os objetivos propostos pela empresa, capazes de gerar lucros para a organização. A comunicação, se bem governada, apresenta agilidade e clareza para um bom desenvolvimento empresarial. O estudo se inicia com uma fundamentação teórica sobre a contextualização da Administração Financeira, destacando as principais atividades do setor de faturamento e do setor de vendas. Em seguida, é feita uma abordagem sobre a importância da comunicação para o sucesso empresarial. Portanto, diante da análise, os setores necessitam de uma comunicação clara e objetiva, de forma eficiente e eficaz para que possam auxiliar estrategicamente a empresa, obtendo resultados relevantes. Sendo assim, foi proposto à empresa um incentivo à comunicação e um treinamento do sistema para que todas as informações possam ser coletadas do próprio sistema que a empresa possui.

Palavras- chave: Faturamento. Comunicação.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el procedimiento administrativo de una empresa de productos metalúrgicos, situada en Caravaggio – Nova Veneza – SC. En este contexto, fueron analizados los procesos de la facturación y de la comunicación entre los demás sectores de la empresa. Este estudio se basa en la influencia teórica de varios autores, teniendo en cuenta que, la comunicación es algo muy importante para alcanzar los objetivos propuestos, que son capaces de generar logros para la organización. La comunicación cuando bien gobernada genera agilidad y claridad para un buen desarrollo empresarial. El estudio comienza con una fundamentación teórica sobre la contextualización de la Administración Financiera, subrayando las principales actividades del sector de facturación y del sector de ventas. Enseguida fue hecho un abordaje sobre la importancia de la comunicación para el éxito empresarial. Por lo tanto, delante del análisis, los sectores necesitan de una comunicación clara y objetiva, de forma eficiente y eficaz para que se pueda auxiliar estratégicamente la empresa, obteniendo resultados relevantes.

Palabras- clave: Facturación. Comunicación.

ABSTRACT

The present work has like aim analyze the administrative procedure of the company of metallurgical products, situated in Caravaggio – Nova Veneza - SC

In this context, analyze the billing processes, and communication among other sectors. The theoretical influence of the authors was the half that it did use to realize this study, considering the communication something very important to reach the aims proposed by the company, able to generate attainments for the organization. The communication, although governed, presents agility and clarity for a good business development. The study initiates with grounding theoretical on the contextualization of the Financial Administration, standing out the main activities of the sector of turnover and of the sector of sales. Immediately, it is done a boarding on the importance of the communication for the business success. Therefore, in front of the analysis, the sectors need of a clear and objective communication, of efficient and effective form so that they can help strategically the company, obtaining notable results. Being like this, was proposed to the company an incentive to the communication and a training of the system so that all the information can be collected of the own system that the company possesses.

Keywords: Billing. Communication.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.2 SITUAÇÃO DO PROBLEMA.....	10
1.3 OBJETIVOS.....	11
1.3.1 Objetivo geral	11
1.3.2 Objetivos específicos.....	11
1.4 JUSTIFICATIVA	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 ORÇAMENTO	13
2.2 VENDAS.....	14
2.3 FATURAMENTO.....	15
2.4 NOTAS FISCAIS	16
2.5 DUPLICATAS	18
2.6 COMUNICAÇÃO.....	18
2.7 SISTEMA M2	20
3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	22
3.1 AMBIENTES DE TRABALHO	22
4 PROPOSTA DE TRABALHO.....	24
4.1 DESCRIÇÕES DAS ATIVIDADES	24
4.2 APLICAÇÕES DA PROPOSTA DE TRABALHO	25
5 CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS.....	28

1 INTRODUÇÃO

O estudo aborda procedimentos de gestão financeira de uma empresa de produtos metalúrgicos situada no município de Nova Veneza – SC. A base de fundamentação teórica contribuirá com informações para se conhecer o processo de faturamento e de vendas da empresa, além de identificar as dificuldades, visto, também, como oportunidade para propor melhorias.

Este relatório apresenta as principais atividades administrativas da empresa, em específico, do setor de faturamento e do setor de vendas; dentre as quais pode-se destacar a emissão da nota fiscal eletrônica, das duplicatas, das vendas e dos orçamentos.

Em seguida, apresenta a importância da comunicação entre os setores, já que todas as ações dos seres humanos estão vinculadas à comunicação, ao agir, reagir e relacionar uns com os outros. Desta forma, a comunicação torna-se muito importante para a área administrativa de uma organização, para que os envolvidos possam agir e solucionar os problemas encontrados.

Para finalizar, apresenta-se um pouco da história da empresa, as atividades realizadas durante o estágio e as melhorias propostas para empresa que irão auxiliar no desenvolvimento da organização, que, além de satisfazer as necessidades dos clientes, melhorará o relacionamento entre os setores.

1.1 ANÁLISE DO PROCESSO DE FATURAMENTO E DA COMUNICAÇÃO EM UMA EMPRESA DE PRODUTOS METALÚRGICOS DE NOVA VENEZA - SC

1.2 SITUAÇÃO DO PROBLEMA

Existem vários fatores importantes na área financeira que devem ser levados em consideração para um bom desempenho empresarial.

O setor de faturamento é essencial para o funcionamento da empresa, porém, exige muito conhecimento, treinamento e boa comunicação entre as partes envolvidas no processo: fabricação X vendas X faturamento, para que não haja comprometimento à saúde financeira.

Assim, faz-se necessário saber: de que forma acontece a comunicação nesse processo?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Analisar os procedimentos e a comunicação no processo que gera o faturamento.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Descrever o processo utilizado no setor de vendas e no setor de faturamento;
- b) Identificar as principais dificuldades desses setores;
- c) Propor melhorias para os setores analisados.

1.4 JUSTIFICATIVA

O setor financeiro é de suma importância dentro da organização, pois é responsável pelo patrimônio empresarial, acompanhando o fluxo de caixa, as entradas e saídas, ou seja, visa ao crescimento da empresa, cuidando diretamente do dinheiro, das compras e das vendas da mesma, buscando sempre corrigir as dificuldades e melhorar os resultados esperados.

Neste sentido, o estudo justifica-se devido à importância da comunicação dos setores para o processo financeiro, pois se entende que o setor financeiro abarca dados das atividades de compra e de venda da organização, e é por meio desses dados que o cenário é retratado e é feita a tomada de decisão. Neste trabalho, foi feito um recorte nos setores de vendas e faturamento, tendo como objeto de estudo a comunicação.

Esta é a peça fundamental para as organizações, por ser um processo de troca de conhecimento e de informação entre as pessoas. Ter uma boa

comunicação é viável para a sobrevivência da empresa e também é um fator essencial para a competitividade. A comunicação de qualidade é um diferencial em uma organização, e, com um sistema bem administrado de comunicação, a empresa irá alcançar o sucesso, enquanto uma má comunicação levará ao fracasso. Por isso, é necessário aprimorar a comunicação a fim de se alcançar a qualidade das informações, a produtividade e o comprometimento na empresa.

A viabilidade financeira deve ser avaliada por seus administradores, por isso as informações devem ser exatas e pontuais, e por meio da comunicação e das informações os envolvidos podem vislumbrar novas oportunidades e aumentar a rentabilidade da organização.

O setor de vendas e o setor de faturamento centralizam todos os históricos de seus clientes e suas respectivas necessidades. Esses setores necessitam de um gerenciamento preciso, de um bom atendimento, além de ter de fornecer informações corretas para os gestores e para os clientes.

Esse estudo contribuirá com informações relevantes para se identificar dificuldades e conhecer os processos utilizados, sendo uma oportunidade para aumentar o conhecimento prático das rotinas financeiras de uma organização.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este estudo fundamentará teoricamente os processos financeiros, com ênfase na comunicação entre o setor de vendas e o setor de faturamento. A administração financeira é de extrema importância, pois esta área visa ao crescimento das empresas. Conforme Santos (2001, p. 56), “o administrador financeiro precisa fazer nítida distinção entre a geração de caixa e de lucro na empresa”.

O setor financeiro tem como função controlar o faturamento, corrigindo as dificuldades, proporcionando receita. “O sucesso empresarial demanda cada vez mais o uso de práticas financeiras apropriadas”. (SANTOS, 2001, p.11).

Para Hoji (1999, p. 25), “o ciclo financeiro tem início com o primeiro desembolso e termina com o recebimento das vendas”, ou seja, começa no atendimento ao cliente e é concluído quando o pagamento da fatura é quitado pelo comprador.

Os capítulos a seguir apresentarão o referencial teórico, as atividades realizadas, desde a venda até o seu faturamento, e a importância da comunicação para a realização das mesmas, que estão todas relacionadas com a administração financeira da empresa de produtos metalúrgicos. Foi observada durante o estágio, a falta da comunicação entre os setores, sendo assim, no final do trabalho está apresentada melhoria proposta para a empresa, para que a mesma possa evitar certos erros cometidos com a falta de comunicação.

2.1 ORÇAMENTO

Orçamento é um instrumento que faz parte do processo de controle operacional da empresa de acordo com os objetivos, metas, de curto ou longo prazo, fornecendo direção para executar os planos projetados para o período. Para Lunkes (2010, p.14), “o orçamento é a etapa do processo do planejamento estratégico em que se estima e determina a melhor relação entre resultado e despesas para atender às necessidades, características e objetivos da empresa no período”.

Para Zdanowicz (2003, p. 149), o orçamento de vendas “é o instrumento que relacionará produtos e linhas de produtos a serem distribuídos logisticamente”.

Welch (1973 *apud* LUNKES, 2010, p. 27) define orçamento como um plano administrativo que abrange todas as fases das operações para um período futuro definido. Tung (1994 *apud* LUNKES, 2010, p. 27) assevera que o orçamento consiste, essencialmente, em um plano de trabalho coordenado e no controle desse plano.

O orçamento de vendas é formado pelas previsões de vendas de um período predeterminado. Ele estima as quantidades de cada produto e serviço que a empresa planeja vender ou prestar, define preço a ser praticado, impostos incidentes e a receita a ser gerada, como também pode imbuir a quantidade de clientes a serem atendidas, as condições dessa venda, a vista ou a prazo, entre outras informações. (LUNKES, 2010, p. 42).

O orçamento tem como objetivo garantir um nível de produção para atender à demanda prevista de vendas. Wood e Sangster (1996 *apud* LUNKES, p. 44) descrevem que, nas estimativas de produção, deve-se levar em consideração fatores como: espaço de armazenamento, disponibilidade de mão-de-obra, prazo de entrega de materiais, capacidade dos equipamentos, entre outros.

2.2 VENDAS

O ato de vender é de suma importância e muito amplo; é uma ferramenta que busca recursos para atingir os objetivos financeiros. A venda, por ser um elo entre a empresa e o cliente, é uma atividade que depende de uma estratégia bem elaborada, pois inclui: produto, preço, satisfação e necessidade dos mesmos.

[...] a equipe de vendas ouve cada um dos clientes, avaliando suas necessidades e, apresentado os produtos, constroem e orientam os esforços da empresa, atuando como defensora dos interesses de seus clientes, para solucionar os problemas e satisfazer as necessidades de cada um deles, agregando um maior valor. (GIL, 2003, p. 8).

Para Las Casa (1988, p. 190), “O vendedor deve ser um profissional dinâmico, versátil e deve conhecer o seu ramo de atividade e as várias necessidades de seus clientes para que tenha condições de sugerir negócios adequados”.

Gil (2003, p. 27), ao abordar sobre vendas, destaca que

Para o profissional de vendas, estudar o processo de comunicação é de extrema importância, pois boa parte do seu tempo é gasto em suas várias formas, seja na comunicação face a face, eletrônica ou telefônica. Durante este processo, tanto emissor quanto receptor pode exercer três tipos de papéis. O papel interpessoal, no momento do relacionamento com outra pessoa, o papel informacional, ao coletar informações durante o processo, e o papel decisório, na decisão final sobre a negociação.

As vendas são realizadas por meio da essência da comunicação. O setor de vendas tem uma ligação com seus clientes, busca informação, examina-os e oferece produtos e serviços apropriados. O vendedor deve ter um bom relacionamento dentro da empresa e com os clientes.

Estabelecer relacionamentos e construir confiança são as grandes chaves para vender bem. É o relacionamento que o vendedor de sucesso tem com seus clientes que faz sempre que estes retornem e comprem novamente. [...] O processo de criação de relacionamentos com os clientes passa por um conjunto de coisas e atitudes para diferenciá-lo dos outros vendedores de sucesso. (GIL, 2003, p. 70).

O vendedor de sucesso é responsável pelo seu desempenho e pelos resultados alcançados, pois daí gerados os recursos para a empresa sustentar suas despesas e crescer cada vez mais no mercado competitivo. Um vendedor que constrói um bom relacionamento e confiança, tanto gera um crescimento empresarial quanto profissional, sendo assim, um diferencial no mercado de trabalho.

2.3 FATURAMENTO

De acordo com o Boletim do Empresário (2012),¹ a definição de faturamento tornou-se fundamental, pois permite delimitar e especificar pontos sensíveis à gestão, notadamente os que dizem respeito aos impostos que são apurados.

O faturamento fiscal é uma tarefa cotidiana de notas fiscais de vendas, compras, importação, exportação, simples remessa, devolução, entre outras classificações; o setor de faturamento de uma empresa é o responsável pelo

¹ Disponível em: <http://www.jotacontabil.com.br/samba/index.php/boletins/aministracao-rh/312-aimportancia-do-faturamento>.

lançamento de notas fiscais com seus respectivos dados, os impostos que devem ser cobrados dos clientes e a entrega de mercadorias, enfim, é nele que se encontra todo o histórico com as informações necessárias tanto para a empresa quanto para o cliente.

O faturamento gera muitos custos administrativos, porém é um setor fundamental para a empresa, pois permite delimitar e especificar pontos de gestão sobre impostos tributários; essa atividade é representada pela emissão das notas fiscais, que são documentos nomeados como fatura, que é um instrumento comercial de compra ou venda. (BOLETIM DO EMPRESÁRIO, 2002).

É por meio da soma de todas as faturas emitidas que o setor financeiro pode controlar a situação da empresa devido aos dados registrados, que podem ser desde o tipo de mercadoria que foi comercializado e a quantidade das unidades vendidas aos seus respectivos valores. Essas faturas são designadas como documento de origem fiscal, desde que estejam discriminados os impostos correspondentes e os valores provenientes da comercialização dos produtos. São dessas faturas que se extraem as duplicatas, que são títulos de créditos. (BOLETIM DO EMPRESÁRIO, 2012).

2.4 NOTAS FISCAIS

A NF-e - Nota fiscal eletrônica-, é um documento digital emitido e armazenado eletronicamente para fins fiscais; é válida em todos os estados da Federação e na legislação brasileira desde outubro de 2005, com a aprovação do Ajuste SINIEF 07/05 - Sistema Nacional de Informações Econômicas e Fiscais, que instituiu nacionalmente a Nota Fiscal Eletrônica e o Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica - DANFE; sua autorização de uso é fornecida pelo fisco.

O DANFE é uma representação simplificada da NF- e tem várias funções, uma delas é conter a chave de acesso, que permite consultar informações pela internet, podendo ser acessados e visualizados por meio do visualizador desenvolvido pela Receita Federal do Brasil e disponível para *download* no Portal Nacional da NF-e, as informações impressas em papel servem apenas para transportar e acompanhar a mercadoria.

Como consta no Manual de Integração do Contribuinte - versão 4.0.1 - NT2009.006.²

Para acompanhar o trânsito da mercadoria será impressa uma representação gráfica simplificada da NF-e, intitulada DANFE (Documento Auxiliar da NF-e), geralmente em papel comum, em única via. O DANFE conterá impressos, em destaque, a chave de acesso e o código de barras linear tomando-se por referência o padrão CODE-128C, para facilitar e agilizar a consulta da NF-e na Internet e a respectiva confirmação de informações pelas unidades fiscais e contribuintes destinatários. A legislação poderá prever casos em que seja permitida a impressão de mais de uma via do DANFE, como a contingência utilizando formulários de segurança, por exemplo. O DANFE não é nota fiscal, nem a substitui, servindo apenas como instrumento auxiliar para consulta da NF-e, pois contém a chave de acesso da NF-e, que permite ao detentor desse documento confirmar, através da página da Secretaria de Fazenda Estadual, ou da Receita Federal do Brasil, a efetiva existência de uma NF-e que tenha tido seu uso regularmente autorizado. (RECEITA FEDERAL, 2013, p.1).

A NF-e é uma ferramenta que surgiu para beneficiar usuários como: os contribuintes, a sociedade e o governo, com intuito de diminuir a burocracia, impedir a empresa de omitir seu faturamento, combater a sonegação garantindo o recolhimento dos tributos, e de contribuir com o meio ambiente e redução de custos na emissão de papel. Mas, se não for aplicada de forma educativa, não haverá resultados.

O Arquivo XML é uma linguagem de marcação para necessidades especiais, descreve diversos tipos de dados, e facilita compartilhamento de informações pela internet, ou seja, com apenas o arquivo XML é possível importar dados para o sistema de escrituração fiscal.

Hoje, com o sistema da NF-e a empresa é submetida a um funcionamento mais adequado para o faturamento, pois fornece muitas informações importantes do fornecedor até o cliente, como mercadoria, transporte, prazos de entrega e pagamentos, assim o setor de faturamento ganhou *software* especializado que atende aos requisitos da legislação fiscal e tributária.

A NF-e substitui a Nota Fiscal em papel para documentar transações comerciais com mercadorias entre pessoas jurídicas. Hoje, a maioria das empresas

² Disponível em: http://www.NFe.fazenda.gov.br/portal/docs/Manual_de_Integracao_Contribuinte.

já adotou essa ferramenta, proporcionando maiores benefícios a todos os envolvidos nas transações comerciais.

A nota fiscal é um instrumento financeiro de grande importância; é um documento obrigatório, emitido pelo setor de faturamento, tendo como finalidade o registro da comercialização de bens e de serviços, e a diminuição da sonegação de tributos, proporcionando ao emissor diversos benefícios, principalmente a redução dos custos, que, hoje, é de extrema relevância para as empresas.

2.5 DUPLICATAS

Conforme Silva (2001), duplicatas são instrumentos provenientes do faturamento, são usadas como documento para justificar as cobranças relativas às vendas efetuadas pela empresa com o cliente devedor, ou seja, são usadas como controle de contas a receber, pois geralmente as empresas trabalham com vendas a prazo. “As contas a receber são geradas pelas vendas a prazo, que são feitas após a concessão de crédito.” (HOJI, 2004, p.129).

“As duplicatas a receber funcionam como uma espécie de reservatório que é alimentado pelas vendas e, ao mesmo tempo, alimenta o caixa”. (MATARAZZO, 2003, p. 314).

São documentos que justificam as cobranças relativas às vendas ou serviços, usadas também como controle de contas a receber, além de serem uma ferramenta essencial para o setor financeiro, pois fornecem informações para a tomada de decisão, visando aos lucros e às despesas da empresa.

2.6 COMUNICAÇÃO

A comunicação é de extrema importância para qualquer organização, pois é um processo que viabiliza a troca de mensagens entre pessoas, além de passar informações e conhecimento, visa tomar decisões e ao desenvolvimento, bem como à relação com grupos, pessoas e setores empresariais, podendo, assim, estimular, motivar a imagem da empresa, solucionando problemas. A comunicação é o que governa todas as ações do ser humano. Segundo Matos (2009, p. 2), comunicação significa o mesmo que “*tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões (...)*”.

É responsável pelo desenvolvimento humano, pessoal e profissional, ou seja, tudo é construído por meio da comunicação ou é destruído pela falta dela, sendo assim, a comunicação deve ser objetiva, clara e coerente, com credibilidade e comprometimento de quem está comunicando, porém, exige um retorno de quem está sendo comunicado, para que possam, assim, melhorar o relacionamento organizacional e atingir os objetivos de ambos.

Comunicar bem não é só transmitir ou só receber bem uma informação. Comunicação é troca de entendimento e sentimento, e ninguém entende outra pessoa sem considerar além das palavras, as emoções e a situação em que fazemos a tentativa de tornar comuns conhecimentos, ideias, instruções ou qualquer outra mensagem, seja ela verbal, escrita ou corporal. (MATOS, 2009, p. 2).

O processo de comunicação, aparentemente, é algo simples, porém exige a compreensão de ambos os membros – emissor e receptor -, para que não se deparem com um processo um tanto conflituoso e complexo, e sim se comuniquem de maneira eficaz. Segundo Matos (2009, p. 17), “os indivíduos possuem a necessidade de alimentar o ego e a vaidade, por isso a comunicação pode ser um tanto conturbada.”.

Atualmente, a comunicação é uma das principais dificuldades enfrentadas pelas empresas, essas falhas comprometem a produtividade e os resultados da mesma. “A comunicação, antes de ser instrumental, é humana. Necessita de resposta para se realizar, pois a informação sem retorno é uma comunicação falha e incompleta”. (MATOS, 2009, p. 8). Quando há uma alteração na venda sem que outros setores tenham conhecimento, seja uma mudança no prazo de pagamento concedido ou um desconto no valor da venda, isso pode acarretar sérios problemas à empresa e aos seus clientes.

2.7 SISTEMA M2

A empresa atualmente utiliza o sistema de *software* da Useall³, o M2 - Sistema integrado e completo para gestão empresarial de manufaturas, que é uma empresa de tecnologia, que oferece soluções para facilitar a gestão de empresas, de maneira prática, acessível. O sistema é totalmente integrado com diversas áreas da organização, apto também para acompanhar mudanças e desafios, auxiliando no processo empresarial.

O sistema M2 oferece domínio total nas esferas da administração, construindo uma base sólida de informações; é uma ferramenta completa de gestão que possibilita a conexão com todos os setores da empresa. Com esse sistema, é possível gerar relatórios e gráficos para uma análise geral das áreas organizacional e financeira.

O Sistema M2 potencializa todas as atividades da empresa, tornando-a mais gerencial e menos operacional, além de melhorar o desempenho industrial e controlar os custos. É um sistema ideal para as áreas: Metalmeccânica, Metalurgia, Fundição e Usinagem, Indústria Plástica e Manufaturas.

O M2 tem uma relação integrada entre produção, estoque, comercial, financeiro, com informações estratégicas para tomar a decisão mais correta, e está subdividido conforme os setores da empresa e suas necessidades, sendo elas:

- ✓ Vendas;
- ✓ Compras;
- ✓ Expedição;
- ✓ Estoque;
- ✓ Contas a pagar;
- ✓ Contas a receber;
- ✓ Tesouraria;
- ✓ Contabilidade gerencial;
- ✓ Geração para escrita fiscal;

³ Disponível em: www.useall.com.br/auseall

✓ NF-e.

O sistema que a empresa utiliza oferece benefícios tecnológicos e *software* segmentado para gestão empresarial, proporcionando, assim, uma maneira mais eficiente de administrar a empresa.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa de Produtos Metalúrgicos atualmente está situada na cidade de Nova Veneza, em Caravaggio. Iniciou suas atividades em 2001, no ramo de fornecimentos de materiais metalúrgicos (fundidos, laminados, brutas e usinadas em materiais ferrosos e não ferrosos).

A sua forte atuação no Mercado Nacional é comprovada com fornecimento de peças brutas e usinada para indústrias de: Cimento, Mineração, Britagem, Fertilizantes, Vagões Ferroviários, Máquinas e Equipamentos, Papel e Celulose.

Hoje, atende todo o Território Nacional com mais de 2000 itens fornecidos. Possui vários fornecimentos atuais em importantes empresas de renome Nacional.

3.1 AMBIENTES DE TRABALHO

O estágio foi concretizado no setor de faturamento de uma empresa de Produtos Metalúrgicos em Caravaggio – Nova Veneza. Dentre as principais atividades realizadas estão à emissão de notas fiscais - depois da venda realizada, e das duplicatas - contas a receber, lançamento de notas fiscais de entrada – contas a pagar; também foram feitas atualizações de relatórios e de conferência dos arquivos XML.

As principais atividades administrativas da empresa contam com o setor financeiro, que agrega o faturamento e o setor vendas, atendendo às necessidades dos clientes.

A área financeira atualmente conta com o Sócio/Gerente responsável pelas finanças da empresa e um funcionário no setor de faturamento e dois funcionários no setor de vendas. Possui uma estrutura interna com equipamentos informatizados, com eficiente *software* instalado nos computadores, necessários para desenvolver com qualidade o que é solicitado, auxiliando na realização das principais atividades, sendo eles:

- ✓ Micro computadores;

- ✓ Impressoras;
- ✓ Impressora de cheques;
- ✓ Impressora de duplicatas;
- ✓ Telefones e fax;
- ✓ Arquivos e armários;
- ✓ Mesas e cadeiras e
- ✓ Materiais de escritórios.

4 PROPOSTA DE TRABALHO

Uma descrição minuciosa das atividades desenvolvidas no processo de faturamento foi realizada pela estagiária, assinalando as falhas de comunicação que interferem diretamente no desenvolvimento do setor e automaticamente da empresa.

4.1 DESCRIÇÕES DAS ATIVIDADES

As atividades desenvolvidas no setor administrativo da empresa são variadas; inicia-se com um bom relacionamento com os clientes e a realização das vendas para que as demais atividades possam ser concretizadas.

Os processos de vendas são realizados por meio de orçamentos e de contratos com clientes, que se inicia nas etapas de atenção, de interesse, de convicção e se finda na etapa de conclusão do pedido efetivado (fechamento da venda). Inicialmente, após contatos e visitas técnicas, verifica-se o perfil, o potencial de fabricação, de equipamentos instalados e logísticos. Após análise comercial, todos os orçamentos são respondidos via e-mail e formalizados, e depois de cadastrados e registrados os dados no sistema da empresa, os pedidos são concretizados.

A empresa terceiriza serviços de usinagem de peças dentro e fora do estado, pois não possui setor específico e algumas peças são de grande porte, fazendo com que seja obrigado solicitar este tipo de serviço. A fabricação de moldes para fundição e os serviços de logística (fretes) também são terceirizados. Feitas as cotações, são emitidas as ordens de compras com valores, prazos de entrega e vencimentos para posterior envio aos clientes, que, após análises, dão o sinal de aceite.

Sendo executadas essas etapas e após liberadas, são elaborados os certificados de qualidade, de embalagem, de faturamento e de expedição. Todos os projetos seguem com os devidos certificados de análise e de qualidade de acordo com a especificação do cliente. Obrigatoriamente são respeitadas todas as requisições e a empresa trabalha com fabricação de peças normalizadas por órgãos internacionais e brasileiros.

Quando os pedidos são liberados pelo setor de vendas, começa todo o processo de faturamento; é necessário checar todas as informações, verificar CNPJ, endereço de entrega e de cobrança, os tributos a serem cobrados, se os itens estão corretos, se o cliente está de acordo com o SEFAZ,⁴ prazo de pagamentos de acordo com o cliente; estando com todas as informações concretas, é feita a emissão das Notas Fiscais. Após emissão e envio da informação eletrônica para a autorização da NF-E pelo SEFAZ, é enviada DANFE⁵ da nota junto com o arquivo XML para o cliente.

Ao emitir uma nota fiscal de venda, automaticamente está-se gerando duplicatas, contas a receber, que são passadas para o financeiro, o qual dará continuidade ao processo. As vendas geralmente são faturadas a prazo, o que gera riscos de inadimplência ou despesas.

O acompanhamento das duplicatas é feito diariamente, verificando se está sendo devidamente liquidado, e qual a situação em que se encontra o cliente. Entre o primeiro e o quinto dia de cada mês, é feita uma relação de duplicatas ou de *factoring* mensal e enviada uma via para a contabilidade e outra via fica na empresa, para simples conferência.

A conferência dos arquivos XML das notas fiscais é feita mensalmente, pois esses arquivos, sejam eles das notas fiscais de compra ou das notas fiscais de venda, são de suma importância tanto para a empresa, como para a contabilidade, para o cliente e para a fiscalização.

4.2 APLICAÇÕES DA PROPOSTA DE TRABALHO

Qualquer empresa necessita de um bom atendimento, de uma comunicação clara e coerente para fornecer informações corretas, ou seja, entre os gestores e clientes. Os funcionários bem informados e conscientes dos processos da empresa produzem mais, com menos problemas, conservam-se motivados, desde que a comunicação não tenha um desvio nas informações que possam perder o conteúdo, acarretando vários prejuízos.

Atualmente, a empresa estudada encontra-se com uma comunicação

⁴ SEFAZ – Secretaria da Fazenda

⁵ DANFE - Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica

interna escassa. E não havendo comunicação, o faturamento, muitas vezes, fatura um pedido não estando de acordo com o cliente, e um pequeno detalhe pode fazer com que o mesmo opte por outro fornecedor concorrente.

Caso a venda passe por alguma alteração, como no prazo de pagamento, desconto concedido, prazo de entrega ou até mesmo na mudança de endereço, sem que outros setores tenham conhecimento, isso pode acarretar sérios problemas à empresa e aos seus clientes.

Um dos problemas comuns da empresa com a falta da comunicação, geralmente se dá na condição de pagamento, ou seja, o prazo de pagamento de um cliente é de 30 dias, porém o mesmo entra em contato com o vendedor e pede uma alteração na condição de pagamento para 30 e 60 dias, pois a empresa está passando por uma situação difícil. O vendedor aceita a proposta, mas não faz a alteração no sistema e no momento de faturar a venda também não informa o responsável sobre a alteração. O faturamento emite a nota fiscal de acordo com o pedido sem as alterações feitas, em seguida surge à reclamação do cliente que o prazo de pagamento não se encontra de acordo com o combinado com o vendedor e que irá fazer a devolução dos materiais ou produtos, gerando, assim, prejuízos para a empresa.

É de extrema importância para o profissional de venda estudar os processos de comunicação, pois boa parte do seu tempo é gasto em várias formas de se comunicar, seja a venda face a face, por telefone ou por e-mail.

Seguindo esses critérios, foi proposto um treinamento mais específico do sistema, já que a empresa possui um excelente *software* instalado; é viável dar um treinamento aos funcionários para que possam usufruir do sistema que a empresa oferece como meio de comunicação, podendo encontrar no próprio sistema todas as informações necessárias ou mudanças ocorridas na venda ou no próprio faturamento, fazendo com que as atividades possam ser mais concretas. Se os setores tiverem uma boa comunicação e união, é possível evitar falhas cometidas com a falta das informações precisas, fazendo com que todos trabalhem com o mesmo objetivo.

A comunicação é de suma importância para qualquer organização, pois, além de passar informações e conhecimento, podem-se tomar decisões imediatas, podendo assim, solucionar os problemas.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo buscou, mediante os aspectos relacionados à Administração Financeira, analisar os processos das atividades dos setores da empresa de Produtos Metalúrgicos, além disso, observando suas necessidades específicas e propondo sugestões para a melhoria da mesma. O departamento administrativo está diretamente interligado aos demais setores empresariais, sendo que o setor de venda realiza a venda, o setor de faturamento fatura a venda e o setor financeiro se encarrega pela cobrança e pelo recebimento da mesma.

Diante disso, verificou-se que a organização onde foi realizado o estudo necessita de uma comunicação mais clara e objetiva entre os setores vinculados. A comunicação encontra-se presente em todos os momentos na vida do ser humano, embora muitas vezes não seja transmitida de forma correta.

Ela é, de fato, muito importante. Toda estrutura empresarial e seu funcionamento dependem de uma boa comunicação, pois é com ela que são identificadas e atendidas todas as necessidades do processo organizacional. A comunicação interna facilita a motivação, esclarece e melhora a qualidade do desempenho organizacional, proporcionando as informações para a tomada de decisão.

Com base nesta realidade, a principal sugestão para a empresa foi o oferecer um treinamento mais específico do sistema que a empresa possui, para que possa coletar melhor as informações precisas, que não deixa de ser uma forma de comunicação, pois qualquer alteração nas vendas seja no preço ou no prazo de pagamento, o responsável pela venda irá alterar no sistema para que, quando a venda for faturada, o responsável pelo faturamento possa ter acesso a essas alterações, da mesma forma para o setor financeiro, evitando, assim, falhas. A comunicação é o caminho certo para a abrangência da empresa, para aprimorar seus conhecimentos estratégicos e transmitir, da melhor forma possível, as informações necessárias, não só para o mercado, mas também para o público alvo.

REFERÊNCIAS

BOLETIM DO EMPRESARIO. **A Importância do Faturamento**. Disponível em: <[http://www.jotacontabil.com.br/samba/index.php/boletins/administração/312 a importancia-do-faturamento](http://www.jotacontabil.com.br/samba/index.php/boletins/administração/312_a_importancia-do-faturamento)>. Acessado em: 24/05/13.

GIL, Edson. **Competitividade em Vendas**. Editora: Alta Books Ltda, 2003.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática**: matemática financeira aplicada, estratégia financeiras, análise, planejamento e controle financeiro. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Administração financeira: uma abordagem prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LAS CASAS, Alexandre L. **Administração de Vendas**. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 1988

LUNKES, Rogério João. **Manual de Orçamento**, 2ª Ed. SP: ATLAS, 2010.

MATOS, Gustavo Gomes de. **Comunicação empresarial sem complicação**: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo. 2. d. Barueri: Manole, 2009.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços**: abordagem básica e gerencial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Portal da Nota Fiscal Eletronica .Disponivel em: <http://www.nfe.fazenda.gov.br/>. Acessado em: 13/04/13.

SANTOS, Edno Oliveira. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira das Empresas**. 5. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2001.

Useall – Sistema de Software. Disponível em: www.useall.com.br/auseall. Acessado em 31/10/13

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Planejamento Financeiro e orçamento**. 4 ed. Porto Alegre, Sagra Luzzatto, 2003.