

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais

Curso de Ciências Contábeis

4º Período Manhã

Contabilidade Avançada

Direito Tributário

Fundamentos de Marketing

Introdução a Ciência Atuarial

Planejamento e Gestão Governamental

Sistemas Contábeis I

Teoria Básica da Contabilidade

Competitividade e Sobrevivência em meio ao Cenário Econômico

Belo Horizonte

2015

Contabilidade Avançada

Direito Tributário

Fundamentos de Marketing

Introdução a Ciência Atuarial

Planejamento e Gestão Governamental

Sistemas Contábeis I

Teoria Básica da Contabilidade

Competitividade e Sobrevivência em meio ao Cenário Econômico

Trabalho interdisciplinar apresentado ao curso de Ciências Contábeis da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais, como requisito parcial para aprovação nas disciplinas do 4º período.

**Belo Horizonte
2015**

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CCVT - Custeio de vida total
CNOs - Consultoras Natura Orientadoras
CNs - Consultoras e Consultores Natura
CMN - Conselho Monetário Nacional
COPOM - Comitê de Política Monetária do Banco Central do Brasil
SELIC – Sistema de Liquidação de Custódia
TJLP - Taxa de Juros a Longo Prazo
CPF – Cadastro de Pessoa Física
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 Tema e problema de pesquisa	5
1.2 Justificativa	5
2 EMPRESAS E TAXA DE JUROS E A BUSCA POR SOBREVIVÊNCIA E COMPETITIVIDADE NO MERCADO	6
2.1 A Taxa Selic e a taxa de Juros	6
2.2 Relações da Taxa Selic e Taxa de Câmbio	6
2.3 Tipos de Taxas	7
2.3.1 Taxa de juros: juros simples e compostos	7
2.3.2 Juros de mora	7
2.3.3 Juros legais	7
2.3.4 Taxa de juros de longo prazo	8
2.3.5 Taxas nominal, real e efetiva	8
2.4 Taxa de juros e a sua influência sobre investimento	8
2.5 Estratégias para a garantia de uma taxa de juros baixa para empresas	9
3 COMPETITIVIDADE E SOBREVIVÊNCIA NO MERCADO ATUAL	10
3.1 A importância da Contabilidade Gerencial dentro das empresas no cenário econômico atual	11
4 ESTUDO DE CASO	14
4.1 A empresa Natura diante da história, sobrevivência e competitividade	14
4.2 Investimentos como forma de sobrevivência	15
DISCURSÃO INTERGRUPAL	18
CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho é sobre Competitividade e Sobrevivência (Taxa de Juros), mais concretamente a respeito sobre a influência que o alto percentual de juros de Mora ocasiona na dinâmica mercadológica dos dias atuais, seja em pontos positivos ou em pontos negativos.

O Trabalho está organizado em partes que direcionam o entendimento subdividido em Temas que levam a consciente assimilação de quem busca a leitura e compreensão do conteúdo apresentado. Buscou-se apresentar de forma sucinta, porém esclarecida, cada tópico com base em pesquisas relevantes que o grupo prestou-se a desenvolver para apresentar um bom conteúdo. A Metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica enobrecida pelo estudo de caso de uma empresa com grande destaque no mercado nacional e internacional.

1.1 Tema e problema de pesquisa

A presente pesquisa tem como proposta a análise da competitividade e sobrevivência da empresa Natura. E tem como principal atividade o Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria, há mais de 45 anos no mercado Brasileiro. Com isso o tema de pesquisa é: analisar como a empresa sobrevive há anos devido a grande competitividade do mercado. Seus relatórios de demonstrações financeiras estão disponíveis em seu site, facilitando assim o acesso apresentado à essa pesquisa.

Tendo o tema de já apresentado, é colocado o problema de pesquisa Competitividade e Sobrevivência em meio ao Cenário Econômico.

1.2 Justificativa

Essa problemática se deu através da necessidade de verificar a importância de uma empresa sobreviver em meio ao cenário econômico ao qual vivemos. Tem como objetivo mostrar como uma empresa se mantém diante da competitividade e sobrevivência no mercado atual. Sendo que o administrador, gestor necessita de ter conhecimento sobre o mercado em que está inserido para ter uma boa gestão.

2 EMPRESAS E TAXA DE JUROS E A BUSCA POR SOBREVIVÊNCIA E COMPETITIVIDADE NO MERCADO

Sabemos que nos dias atuais o Brasil está passando por uma grande crise financeira e que, portanto, as empresas estão com dificuldades de investir, devido a alta da carga tributária, da taxa de juros, das inflações, etc.

Dessa forma, é necessário que os empresários tenham um bom conhecimento para que possam se planejar e criar estratégias em casos de riscos para suas empresas. Os temas a

seguir serão de muita importância para essa finalidade, pois ajudam a compreender melhor o que afeta as organizações e como isso pode ser precavido.

2.1 A Taxa Selic e a Taxa de Juros

A taxa SELIC é estabelecida pelo COPOM (Comitê de Política Monetária do Banco Central do Brasil) a cada 45 dias. Ela é conhecida como a taxa básica, e como a segunda menor, da economia brasileira atrás da TJLP (Taxa de Juros a Longo Prazo). Sua função é definir o padrão da medida dos juros do país e é a partir dela que os bancos definem suas atividades financeiras solicitadas por seus clientes. Ela é referência para a taxa de empréstimos e investimentos. Porém ela não é a taxa cobrada para tal atividade.

A taxa de juros tem como finalidade o rendimento a partir de um investimento de capital, concedido por bancos através de uma poupança ou empréstimos feitos por estes ou por pessoas físicas ou jurídicas. Ela é a taxa cobrada sobre os clientes dos bancos, e tem percentual maior que a SELIC, pois os bancos embutem nesses empréstimos o seu lucro, os seus custos e os riscos desses empréstimos não serem pagos futuramente.

2.2 Relações da Taxa Selic e Taxa de Câmbio

A taxa de câmbio é a relação entre o valor da moeda de dois países. É o preço medido de uma moeda em relação à outra. Quando a Taxa Selic está muito alta, o valor do dólar tende a diminuir no país. Pois muitos investidores do exterior fazem aplicações no Brasil e tem obrigação de pagar juros. A partir disso, quanto mais dólar no Brasil, menos será sua valorização.

Porém o que ocorre hoje, é que os investidores do exterior estão retirando seus investimentos do Brasil, devido à fragilidade fiscal, o aumento da dívida do governo e consequentemente ao aumento da inflação.

2.3 Tipos de Taxas

2.3.1 Taxa de juros: juros simples e compostos

A taxa de juros é o custo de utilização do dinheiro, fruto de um empréstimo de um banco ou empresa.

A taxa de juros simples é aquela que é cobrada quando não há pagamento de um empréstimo ou investimento. Ele é calculado sobre o montante do capital.

Os juros compostos ou juros capitalizados são juros não pagos somados com o capital emprestado mais o montante dessa mesma soma do período passado. É um juros acumulativo e são sempre maiores do que os juros simples, pois são calculados sobre um valor cada vez maior.

2.3.2 Juros de mora

Os juros de mora são os juros cobrados pelo atraso do pagamento de débitos tributários.

Sobre os débitos tributários em atraso incidirão juros de mora equivalente a taxa referencial do Sistema de Liquidação de Custódia (SELIC), para títulos federais, acumulados mensalmente, a partir do primeiro dia do segundo mês subsequente ao do encerramento do período de apuração até o último dia do mês do pagamento.

No mês de pagamento, os juros de mora serão 1% a.m. (Contabilidade Tributária - Lúdio Fabretti, 2011).

2.3.3 Juros legais

Os juros legais são os que prevalecem à falta de convenção.

CC Art. 406: “Quando os juros moratórios não forem convencionados, ou o forem sem taxa estipulada, ou quando provierem de determinação da Lei, serão fixados seguindo a taxa que estiver em vigor para a mora do pagamento de impostos devidos à Fazenda Nacion

2.3.4 Taxa De Juros De Longo Prazo

A Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP) foi criada para estimular os investimentos, que seja válido os empréstimos de longo prazo, nos setores de infraestrutura (aeroportos, hidrelétricas, rede de distribuição de água e tratamento de esgoto, etc.), e consumo em empresas com projetos industriais iniciais, com geração de emprego em andamento. Seu custo é variável, mas permanece fixo pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), no período mínimo de três meses.

2.3.5 Taxas nominal, real e efetiva

São aplicadas essencialmente a créditos e aplicações, e são variáveis ao longo do tempo. A taxa de juros nominal é a taxa de juro propriamente dita, ou seja, é uma taxa fixada pelo período de um ano, e não sofre variações. Esta taxa deve ser mencionada em todos os contratos de crédito e aplicações bancárias. É usada para demonstrar os efeitos da inflação no período analisado, tendo por base a um empréstimo ou financiamentos. Quando a inflação é zero, e não existe correção monetária, e, portanto o juro nominal é equivalente ao juro real.

A taxa real de juros, é a taxa de juros descontada a taxa de inflação. Nela o efeito inflacionário não existe por isso ela tende a ser menor que a taxa nominal. Isso ocorre porque ela é formada através da correção da taxa efetiva pela taxa de inflação do período da operação.

A taxa de juro efetiva é aplicada quando existe capitalização. Sempre houver uma aplicação, no qual os juros são incorporados no capital inicial, de forma trimestral ou semestral, o valor a receber será maior do que o indicado pela taxa nominal.

2.4 Taxa de juros e a sua influência sobre investimento

“a inflação das empresas é uma apuração da variação percentil média ponderada dos custos e despesas da empresa de um período para o outro” (Padoveze, Contabilidade Gerencial, 1998, 2ª ed.)

A taxa de juros é uma das formas usadas para controlar a inflação. Porém ela não age diretamente nesse resultado, mas em outros fatores que aquecem ou desaquecem a economia. Quanto menor a taxa de juros, maior será o aquecimento da economia, pois maior será a produção e maior será o consumo, o que causa um aumento da inflação devido a superprodução. Quanto maior a taxa, menor será o aquecimento, pois menor será o nível de produção e consumo, e portanto menor será a inflação.

Muitos empreendedores ainda não estão cientes da influência das taxas de juros na economia e nos seus negócios. O ponto é que quando elas estão em baixa, os investimentos e a negociação com os clientes ficam mais fácil e gera concessões de crédito maiores. É, portanto algo para ser aproveitado de fato.

2.5 Estratégias para a garantia de uma taxa de juros baixa para empresas

Segundo a equipe do site Quickbooks Zeropaper em uma matéria publicada dia 29 de junho de 2015, as principais estratégias que podem ser adotadas por empresários seria o aumento de score de crédito, que é uma pontuação que determina a segurança de um empréstimo de empresas para empresas ou bancos. Quanto menor esse score, menor será a confiabilidade, portanto maiores serão os riscos taxas de juros oferecidas.

Como manter o seu score de crédito alto:

- Evitando contratar créditos de mais de uma empresa
- Não permitir que o valor total comprometido com financiamento ultrapasse os 30%;
- Criar o hábito de pagar todas as suas contas em dia;
- Ter regularidade fiscal e tributária
- CPF dos sócios ou CNPJ da empresa deve estar limpo, livre de restrições.

É preciso estar sempre atento a programas sazonais de crédito. Mesmo que em tempos de alta nos juros e contenção de crédito, há alguns Bancos e empresas que abrem programas e linhas de crédito.

3 COMPETITIVIDADE E SOBREVIVÊNCIA NO MERCADO ATUAL

Independentemente de ter sido implementado em 1995 um estágio de estabilidade com o Plano Real, o Banco Central do Brasil tem mantido a Taxa Básica de Juros em níveis elevados, e isto, vem gerando ao longo de seus 10 anos de implementação grande variabilidade no Mercado atual. Uma das protagonistas desta oscilação é o percentual de juros utilizado para manter a inflação sob controle ou para estimular a economia. Para distinguir melhor esta dinâmica entre juros e economia basta compreender que se há queda nos juros a população tem mais acesso ao crédito e passa a consumir mais, por conseguinte há o aumento de demanda que pressiona os preços. Se os juros sobem, o consumo e os investimentos ficam mais caros inibindo sua execução, a economia retarda e evita-se que haja uma alta nos preços.

Com a desaceleração da economia brasileira, o mercado se viu afetado em inúmeros pontos. A vista disso, para preservar-se da crise e dos altos percentuais de juros que corroem o capital das empresas, muitas delas se viram na imprescindibilidade de se tornarem mais competitivas para se sobressaírem neste período atual tão delicado economicamente, e, por consequência, a sua sobrevivência no mercado.

A mudança constante no perfil econômico do Brasil faz com que as empresas busquem a diferenciação, com isto é imprescindível à utilização de estratégias. Neste cenário, competir é inevitável.

Frequentemente as empresas que se encontram em um mercado extremamente competitivo, enfrentam obstáculos e desafios no mercado que disputam. O grande desafio é sobreviver neste mercado competidor e grandemente globalizado. Para uma organização apresentar resultados satisfatórios do ponto de vista econômico, este sucesso depende de ações relacionadas à estratégia competitiva adotada e nas inovações utilizadas.

Segundo Degen:

Competitividade é a base do sucesso ou fracasso de um negócio onde há livre concorrência. Aqueles com boa competitividade prosperam e se destaca dos seus concorrentes, independente do seu potencial de lucro e crescimento. [...]

Competitividade é a correta adequação das atividades do negócio no seu microambiente. (1989 apud COLTRO, 1996, p. 1)

De acordo com Tortorella (2015)“em um momento cercado de incertezas, as empresas tem a contingência para reavaliar seu “*Modus Operandi*”. Ainda conforme Tortorella:

Para tal fim a readequação de suas estruturas, aprimoramento de seus processos produtivos e administrativos, revisão de suas estratégias e diretrizes internas, são algumas das formas de se repensar o sistema produtivo da empresa, blindando-se ainda mais contra os fatores externos. A revisão e aprimoramento das práticas de Gestão Operacional permite às empresas a adaptação aos novos requisitos e exigências, sejam elas ocasionadas por parte mercado consumidor ou pelo cenário político-econômico.(Tortorella,2015).

A inovação tem adquirido um cunho de diferencial competitivo no âmbito empresarial. Além disso, essa palavra tem sido vastamente dissipada no meio acadêmico e empresarial, em razão de que as criações são cada vez mais rápidas e ficam obsoletas na mesma velocidade. A inovação é, mais do que nunca, um diferencial competitivo para as empresas que buscam se destacar no cenário nacional e internacional. [s.n.]

E, no presente momento débil econômico do Brasil, é de suma importância o controle do caixa, enxugamento dos estoques, cautela com a clientela para diminuir as inadimplências, redução dos custos operacionais e nos demais, pente fino nos contratos secundários, busca de alternativas para a diminuição dos custos diversos, negociar descontos e outros meios de se sobressair e sobreviver neste âmbito mercadológico tão inconstante e preocupante em que o mercado vive nos dias atuais.

Os últimos anos têm sido de aprendizagem para os empresários, já que o mercado nunca foi tão competitivo, global e dispendioso. São bem sucedidas as empresas que surpreenderam o mercado com produtos e serviços novos e diferenciados. As empresas que têm sucesso hoje foram aquelas que reinventaram e inovaram seu setor antecipadamente.

3.1 A importância da Contabilidade Gerencial dentro das empresas no cenário econômico atual

Em pleno século XXI, o Brasil se depara em crise, isto pode ser avaliado através dos juros elevados, fazendo com que as empresas disponham de estratégias eficazes para aprimorar sua administração para conseguir sobreviver no mercado. Dentre essas estratégias se enquadra a Contabilidade Gerencial que auxiliará os empresários nas tomadas de decisões fundamentais para o bom desempenho do negócio.

Os juros altos desestimularão o investimento, que reduzirá o aumento da capacidade produtiva, o consumo também é desestimulado, dessa forma o consumo presente (em contra partida ao consumo futuro) se torna bastante elevado. Conseqüentemente ocasiona o aumento do custo da dívida, fato que gera uma oneração do orçamento, necessitando da utilização de uma forma forçada para gerar arrecadação de verbas, fazendo com que o governo modifique a

aplicação do orçamento para pagar a dívida, assim não efetuará gastos que são considerados mais produtivos.

Para Sérgio de Iudicibus,

A Contabilidade Gerencial pode ser caracterizada, superficialmente, como um enfoque especial conferido a várias técnicas e procedimentos contábeis já conhecidos e tratados na contabilidade financeira, na contabilidade de custos, na análise financeira e de balanços etc., colocados numa perspectiva diferente, num grau de detalhe mais analítico ou numa forma de apresentação e classificação diferenciada, de maneira a auxiliar os gerentes das entidades em seu processo decisório. (IUDICIBUS, 1998, p. 21)

A Contabilidade Gerencial assume um papel de grande importância para as corporações, desta forma ela será empregada para a tomada de decisão, aprendizagem organizacional, planejamento e no investimento.

A tomada de decisão é um procedimento que vai consistir na melhor apresentação de soluções, no intuito de aperfeiçoar a resolução de uma adversidade ou se transformar em uma oportunidade.

Aprendizagem organizacional pode ser definida como a aquisição de conhecimentos, habilidades, valores, convicções e atitudes que acentuem a manutenção, o crescimento e o desenvolvimento da organização. (GUNS, 1998, p. 33).

Segundo Eduardo Fabricio Júlio da Silva, planejamento é um processo que demonstra a direção em que o empresário tem a optar, dessa forma sempre vai mostrar o modo mais eficiente, eficaz e essencial através do caminho que mais se foca no agrupamento dos esforços e recursos a serem realizados.

Segundo, Clóvis Luís Padoveze, os Investimentos são os dispêndios executados em ativo ou despesas e custo que serão imobilizados ou diferidos, sendo ativados em decorrência de sua vida útil ou benefícios posteriores.

Esses quatro pilares vão auxiliar os administradores a determinar o custeamento do produto.

Segundo Clóvis Luís Padoveze, os custos,

São os gastos, não investimentos, necessários para fabricar os produtos da empresa. São os gastos efetuados pela empresa que farão nascer os seus produtos. Portanto, podemos dizer que os custos são os gastos relacionados aos produtos, posteriormente ativados quando os produtos objeto desses gastos forem gerados. De modo geral são os gastos ligados à área industrial da empresa. (PADOVEZE, 2009, p.314).

Dessa forma, o custo dos produtos será fundamentado no processo de custeio que será seguido pelas empresas e também nas maneiras de custeamento.

Segundo Clóvis Luís Padoveze, o processo de custeio se baseia na visão conceitual que a entidade tem sobre o método ideal de custeamento de produtos. Já as formas de custeamento são as escolhas de mensuração dos elementos alcançados através do princípio de acumulação, sendo determinadas através do processo de produção e também pelo método de custeio adotado.

Dessa forma, as corporações vão poder definir os custos de vida total de um produto ou serviço ou os custos incididos anteriormente, durante e posteriormente ao custo de fabricação.

Segundo Geová José Madeira, os chamados custos de oportunidade exercem uma função importante com a expectativa dos custos do ciclo de vida total, já que através dele originaria possivelmente uma quantidade mínima de produtos em um intervalo particular de tempo, cabendo à decisão gerencial quanto ao total de recursos comprometidos para determinados produtos ou serviços que eles irão escolher para desenvolver, expor e distribuir.

Segundo Geová José Madeira, o custeio de vida total (CCVT) é um sistema que fornecerá informações para que os gerentes entendam e administrem os custos por meio de

estágios de projeto, do desenvolvimento, da fabricação, do marketing, da distribuição, da manutenção, dos serviços e da distribuição. O CCVT tem como perspectiva a integração daqueles conceitos que poderão ser entendidos por inteiro, assim essas integrações vão possibilitar que os gerentes tenham uma visão geral e assim possam administrar os custos de forma abrangente. Assim, se os gerentes tiverem decisões severas no período do projeto eles podem gerar um custo alto nos estágios de fabricação e de serviços pós venda.

Dessa forma, podemos concluir que a Contabilidade Gerencial tem um papel de suma importância dentro das empresas. A Contabilidade se norteia nos pilares acima exemplificados, orientando os administradores da empresa, uma vez que através desses pilares será possível definir o custo do produto no mercado. Todavia, o custo do produto no mercado pode ser feito através do método do custeio e as formas de custeamento, auxiliando a empresa na avaliação da obtenção de um possível lucro ou prejuízo, perante a venda/obtenção de determinado produto.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 A empresa Natura diante da história, sobrevivência e competitividade

A Empresa Natura Cosméticos S/A tem sua sede localizada na Rodovia Anhanguera, s/nº, Km. 30 5 Cajamar - São Paulo, tendo como sua principal atividade o Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria, há mais de 45 anos no mercado Brasileiro.

Sua rede é composta por aproximadamente 7 mil colaboradores, 1,6 milhões de Consultoras e Consultores Natura (CNs) e quase 14 mil Consultoras Natura Orientadoras (CNOs). Sendo hoje uma gigantesca, podemos dizer que é a maior empresa do Brasil do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos e também no segmento da venda direta, no entanto está presente na América Latina com operações na Argentina, Colômbia, Peru, Chile, México, e na Europa, com a unidade França, que também por meio de distribuidores, os produtos também chegam à Bolívia. A Natura foi fundada por Antônio Luiz da Cunha Seabra, um poderoso líder empreendedor movido por duas paixões, sendo elas os cosméticos e seus clientes.

Como sempre pensando no bem estar de todos os clientes e na sustentabilidade, a Natura em 1983 foi um dos primeiros fabricantes brasileiros de cosméticos a introduzir o uso de produtos com refil, permitindo economia de custo para o consumidor, redução do desperdício e ampliação da consciência ecológica, tendo como diferencial reduzir, reutilizar e reciclar. Criou em 1995 o Crer para Ver, linha de produtos não cosméticos cujo lucro é revertido para ações de educação de todo o país e a iniciativa também envolve Consultoras e Consultores, aliados na divulgação e na venda dos itens ao mesmo tempo em que geram reflexão sobre o tema. Mais uma vez inovaram em 1999 iniciando relação com comunidades tradicionais para fornecimento de insumos da sociobiodiversidade, na forma de fazer negócios se relacionando diretamente com pequenos agricultores e famílias extrativistas que tiram dos frutos da biodiversidade o seu sustento. O que auxiliou a lançar em 2000 a linha *Natura Ekos*, apoiada na valorização da cultura, da tradição e da biodiversidade brasileira. Já em 2005 criou o Movimento Natura para incentivar as CNs a se engajarem em causas socioambientais, atuando como agentes de transformação nas comunidades onde vivem. Onde surgiu a valorização da cultura brasileira com criação do Natura Musical, que apoia e investe nos talentos do país. Passou em 2006 a realizar testes com material sintético, encerrando as pesquisas com animais. Em 2011 lançaram o Programa Amazônia, que almeja tornar a região um polo de inovação, tecnologia e sustentabilidade. Não bastando criou a linha SOU que inova

ao promover a reflexão sobre consumo consciente desde a concepção do produto, do processo de produção (que reduz o impacto ambiental da matéria-prima ao pós-consumo) e da comunicação com os consumidores finais e reduziram um terço das emissões de gases de Efeito Estufa. Contudo em 2014 foi inaugurado o Eco parque em Benevides no Pará, um complexo industrial que pretende gerar negócios sustentáveis a partir da sociobiodiversidade amazônica e impulsionar o empreendedorismo local.

Diante desse contexto podemos perceber que a Natura se preocupa com a sustentabilidade e acredita que a existência da empresa possa ajudar a tornar o meio ambiente e a sociedade melhor, gerando impacto positivo econômico, social, ambiental e cultural.

As organizações que busca por diferencial atuam no mercado com maior vantagem em relação às concorrentes. A Natura possui esse diferencial, pois conhece bem seus concorrentes e busca evoluir cada dia mais. Com desafios sociais e ambientais que incentiva a inovação, gerando valor para os clientes e produzindo vantagem competitiva sustentável. Já uma empresa que hoje não respeita seus colaboradores, não valoriza o respeito mútuo entre eles e que não cumprem o que se foi prometido tem como consequência uma pequena produtividade. No momento em que isso ocorre à empresa não necessitará de um concorrente para sair do mercado. Ela por si só, sabendo ou não, estará fadada a sair do mercado.

4.2 Investimentos como forma de sobrevivência

A Natura é uma empresa competitiva e sua sobrevivência depende da sua marca intangível. Mas para uma empresa como essa se tornar competitiva temos que voltar no Balanço Patrimonial e verificar o passivo e descobrir que as contas de financiamentos estão com valores muito altos, está visão é possível, pois uma empresa para ser competitiva e sobreviver no mercado atual tem que investir em sua marca e em programas de ajuda e incentivos ao governo.

A conta de financiamentos tem valores elevados, pois a empresa não tem o capital rotante nos momentos precisos para fazer os investimentos necessários para que, sua marca ou incentivos seja investido no momento certo. Empresas são dependentes dos bancos para empréstimos de crédito fácil e formas de pagamentos financiados.

Empresas competitivas precisam investir para conseguir sobreviver, para que o intangível da empresa possa valer a cada dia mais. Uma empresa com um intangível bem conhecido. Analisamos um exemplo: Marca e Patentes é mais fácil de ser investida e vendida, e o mercado recolhendo está valorização contribui para o aumento da empresa.

NATURA COSMÉTICOS S.A.

BALANÇOS PATRIMONIAIS LEVANTADOS EM 30 DE JUNHO DE 2015 E 31 DE DEZEMBRO DE 2014

(Em milhares de reais - R\$)

ATIVOS	Nota explicativa	Controladora		Consolidado	
		06/2015	12/2014	06/2015	12/2014
CIRCULANTES					
Caixa e equivalentes de caixa	5	38.675	53.648	1.812.961	1.164.174
Títulos e valores mobiliários	6	1.761.507	1.258.196	824.225	531.812
Contas a receber de clientes	7	696.085	690.557	886.832	847.487
Estoques	8	225.496	202.145	866.982	889.977
Impostos a recuperar	9	87.280	73.733	299.541	240.329
Partes relacionadas	28.1.	7.572	6.995	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	4.2.	388.256	316.377	412.102	317.023
Outros ativos circulantes	12	208.761	177.396	298.511	248.482
Total dos ativos circulantes		<u>3.413.632</u>	<u>2.779.047</u>	<u>5.401.154</u>	<u>4.239.284</u>
NÃO CIRCULANTES					
Impostos a recuperar	9	33.361	19.884	193.022	182.706
Imposto de renda e contribuição social diferidos	10.a)	61.842	6.222	188.673	147.763
Depósitos judiciais	11	229.931	218.131	276.882	263.324
Outros ativos não circulantes	12	23.393	60.673	48.370	85.655
Investimentos	13	1.783.050	1.631.882	-	-
Imobilizado	14	572.256	540.933	1.727.015	1.672.147
Intangível	14	443.438	396.672	712.511	609.204
Total dos ativos não circulantes		<u>3.147.271</u>	<u>2.874.397</u>	<u>3.146.473</u>	<u>2.960.799</u>
TOTAL DOS ATIVOS		<u>6.560.903</u>	<u>5.653.444</u>	<u>8.547.627</u>	<u>7.200.083</u>

* As notas explicativas são parte integrante das informações contábeis intermediárias

PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	Nota explicativa	Controladora		Consolidado	
		06/2015	12/2014	06/2015	12/2014
CIRCULANTES					
Empréstimos e financiamentos	15	937.755	1.294.241	1.425.777	1.466.599
Fornecedores e outras contas a pagar	16	196.294	237.965	717.078	599.621
Fornecedores - partes relacionadas	28.1.	218.196	304.105	-	-
Salários, participações nos resultados e encargos sociais		102.615	101.628	211.410	210.515
Obrigações tributárias	17	409.955	391.396	740.575	715.468
Provisão para aquisição de participação de não controladores	19.a)	82.175	48.221	82.175	48.221
Outras obrigações		56.137	50.881	98.802	78.572
Total dos passivos circulantes		2.003.127	2.428.437	3.275.817	3.118.996
NÃO CIRCULANTES					
Empréstimos e financiamentos	15	3.317.866	1.834.195	3.836.823	2.514.611
Obrigações tributárias	17	74.807	63.324	117.782	98.992
Provisão para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	18	49.748	54.418	71.617	75.763
Provisão para aquisição de participação de não controladores	19.a)	131.071	97.244	131.071	97.244
Outras provisões	19.b)	48.755	52.126	132.584	145.798
Total dos passivos não circulantes		3.622.247	2.101.307	4.289.877	2.932.408
PATRIMÔNIO LÍQUIDO					
Capital social	20.a)	427.073	427.073	427.073	427.073
Ações em tesouraria	20.c)	(37.851)	(37.851)	(37.851)	(37.851)
Reservas de capital		130.083	137.278	130.083	137.278
Reservas de lucros		425.603	189.277	425.603	189.277
Dividendo adicional proposto	20.b)	-	449.273	-	449.273
Ajustes de avaliação patrimonial		(9.379)	(41.350)	(9.379)	(41.350)
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas da sociedade		935.529	1.123.700	935.529	1.123.700
Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas		-	-	46.404	24.979
Total do patrimônio líquido		935.529	1.123.700	981.933	1.148.679
TOTAL DOS PASSIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		6.560.903	5.653.444	8.547.627	7.200.083

Fonte: BRASIL. Demonstrações Financeiras Anuais Completas 2014. Pdf. Disponível em: <<http://natu.infoinvest.com.br/ptb/s-20-ptb-2014.html>>. Acesso em 23 set. 2015.

DISCURSÃO INTERGRUPAL

Diante do mercado ao qual vivemos, as empresas sabe que precisam ser diferentes, e ter uma proposta única de qualidade que possa surpreender e atrair o mercado. Para vencer os desafios enfrentados é preciso muito foco e uma gestão de qualidade, sempre inovando.

Constatamos com esse estudo que sobrevive aquelas que surpreendem seus clientes e a competitividade é, um aspecto primordial para a sobrevivência das organizações.

Sendo assim é de fundamental importância as empresas buscarem uma melhor qualidade, atendendo as necessidades de seus clientes e garantindo que seus produtos ou serviços sejam de extrema excelência.

No estudo de caso analisamos a empresa Natura, a qual está sempre atenta e preocupada com a sustentabilidade e inovação. Criou vários projetos que beneficia os clientes e também o meio ambiente. Enfatiza que a busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade.

Com isso percebemos que as empresas para sobreviver ao mercado competitivo em relação as concorrentes, precisa ter seu diferencial. Valorizar seus colaboradores, inovando e assim crescendo cada vez mais.

CONCLUSÃO

Neste trabalho abordamos o assunto Competitividade e Sobrevivência (Taxa de Juros), mais concretamente a respeito sobre a influência que o alto percentual de juros de Mora ocasiona na dinâmica mercadológica dos dias atuais, seja em pontos positivos ou em pontos negativos. Cumprimos com os objetivos propostos, pois nossa intenção era de esclarecer de forma clara um assunto tão labiríntico e de difícil acesso para pessoas leigas no tema. Percebemos o quão importante é para uma empresa uma gestão bem elaborada, com estratégias para sobreviver no mercado e ser competitiva.

Este trabalho foi de grande enriquecimento para todos, compreendemos um assunto que até então era bem obscuro, não tínhamos nenhuma diretriz para darmos o primeiro passo, fomos pela nossa intuição e também pelo conhecimento adquirido ao longo do curso. Com a busca incessante de um ótimo material para pesquisa, tornamos o tema do trabalho transparente e de fácil compreensão.

Esperamos que este trabalho possa ajudar futuros acadêmicos ou qualquer pessoa que busca conhecer um pouco mais sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

BLODORN, Milene; SOARES, Marilene. **Qualidade: Uma questão de sobrevivência para as organizações.** 2011. Disponível em: <<http://www.bancodedadoszonasul.com.br/htmlarea/midia/artigos/68922112011112554.pdf>>. Acesso em: 28 de set. 2015.

BOM ANGELO, Eduardo. **Empreendedor Corporativo: a nova postura de quem faz a diferença.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BRASIL. *Natura bem estar bem.* Disponível em: <<http://www.natura.com.br/www/a-natura/>>. Acesso 01 out. 2015.

CHIAVENATO, Idalberto, **Teoria Geral da Administração**, 6 ed. Rio de Janeiro, 2000.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira** - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009

Equipe QuickBooks ZeroParer. Como garantir boas taxas de juros para sua empresa. Disponível em: <<https://zeropaper.com.br/r/planejamento-financeiro/como-garantir-boas-taxas-de-juros-para-sua-empresa/>> Acesso em: 20 set. 2015.

FEIJÓ, Bruno Vieira. **O que fazer com os juros altos e inflação na sua empresa?.** 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame-pme/edicoes/63/noticias/o-que-fazer-agora>>. Acesso em: 30 de set. 2015

Folha de São Paulo. **Entenda como a taxa básica de juros influencia a economia brasileira.** 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/07/1486823-entenda-como-a-taxa-basica-de-juros-influencia-a-economia-brasileira.shtml>> Acesso em: 27 set. 2015.

GARCIA, Roseli. **A relação da taxa de juros no meu negócio. Qual a relação? G1, 2012.** Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI291442-17141,00-A+REDUCAO+DA+TAXA+DE+JUROS+E+O+MEU+NEGOCIO+QUAL+A+RELACAO.html>> Acesso em: 20 set. 2015.

GUNS, Bob. **A organização que aprende rápido: Seja competitivo utilizando o aprendizado organizacional**. São Paulo: Futura, 1998.

IUDICIBUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Editora: Atlas, 1998.

LEWIS, W. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1960.

MADEIRA, Geová José, Fernandes Teixeira, Katia, Fernandes Teixeira, Maura. **A Contabilidade Gerencial como instrumento eficaz para a sobrevivência no mercado competitivo**. Contabilidade Vista & Revista [online] 2005, 16 (Abril-Sinmes) in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=197016216004> Acesso em: 07 de out. 2015.

MARINS, Luiz. **Estratégias para sobreviver em mercados competitivos: Inteligência, foco no cliente, inovação e parcerias sólidas: algumas ferramentas para vencer a competição global atual**. 2014. Disponível em: <http://www.revistaaluminio.com.br/recicla-inovacao/39/luiz-marins-estrategias-para-sobreviver-em-mercados-competitivos-319338-1.asp>. > Acesso em: 28 de set. 2015.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTIN, Leandro. **Influências da taxa de juros (SELIC) nos investimentos**. Artigos relativos à macroeconomia. Disponível em:

http://www.seuconsultorfinanceiro.com.br/artigos_economia.php?secao=44¶metro=869
>. Acesso em 25 de set 2015.

MARTIN, Leandro. **Desafios da economia brasileira. Artigos relativos à macro economia**. Disponível em: http://www.seuconsultorfinanceiro.com.br/artigos_economia.php?secao=44¶metro=323 >. Acesso em 25 de set 2015.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 6 ed. São Paulo : Atlas, 2009.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial**. Curitiba: IESDE BRASIL.S.A. 2012.

PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. Pró-reitoria de Graduação. Sistema de Bibliotecas. **Padrão PUC de normalização: normas da ABNT para apresentação de trabalhos científicos, teses, dissertações e monografias**. Elaboração Roziane do Amparo Araújo Michielini. Belo Horizonte, 2015. 327p.

PORTER, Michael E. **Competição Estratégias Competitivas Essenciais**. 13. ed. Rio De Janeiro: Elsevier, 1999. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=SMfDDZCuCIEC&oi=fnd&pg=PA7&dq=competitividade+conceito+porter&ots=SF39TVSTVt&sig=B1rmLUk3SUM2JOfrb0I69FA7HYk#v=onepage&q=competitividade%20conceito%20porter&f=false>.> Acesso em: 28 de set. 2015.

SILVA, Clóvis L. Machado da; BARBOSA, Solange de Lima. **Estratégia, fatores de competitividade e contexto de referência das organizações: uma análise arquetípica**. 2002. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552002000300002. Acesso em: 27 de set. 2015

SILVA, Eduardo Fabricio Júlio da. **Contabilidade gerencial: e o planejamento estratégico como ferramenta auxiliar da tomada de decisões, com foco na empresa X, dos segmentos de salões de beleza**. Disponível em: <http://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_26_0.pdf> Acesso em: 08 de out. 2015.

Sua pesquisa.com. **Consequências da inflação alta**. 2014. Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/economia/consequencias_inflacao.htm> Acesso em: 27 de set. 2015.

TORTORELLA, Guilherme Luz. **Os desafios da competitividade industrial em 2015**. Disponível em: <<http://www.crea-sc.org.br/portal/index.php?cmd=artigos-detalhe&id=3277#.Vg2JjPIViko>>. Acesso em: 27 de set. 2015.

Universidade Caxias do Sul. **A Inovação como Diferencial Competitivo no Mercado Internacional: Um Estudo com Empresas de Caxias Do Sul**. 2000. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/mostrappga2013/paper/viewFile/3623/1112>>. Acesso em: 27 de set. 2015

VEIGA, J. E. da. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2005.