

ISSN 1992-1896



# Contabilidad y Negocios

Revista del Departamento Académico  
de Ciencias Administrativas

volumen 10, número 20  
noviembre 2015



**FONDO  
EDITORIAL**

PONTIFICIA **UNIVERSIDAD CATÓLICA** DEL PERÚ

EDITORIAL	3
ACTUALIDAD CONTABLE	
¿Aprobamos o reprobamos el trabajo con Normas Internacionales de Educación? Aplicación de las Normas Internacionales de Educación (NIE) para carreras de contador público en países latinoamericanos <b>José Augusto Salas Ávila y Nydia Marcela Reyes Maldonado</b>	5
A disponibilização na Internet de demonstrativos contábeis pelos municípios da Região da Grande Florianópolis referentes aos anos de 2000 a 2013 <b>Guilherme Maciel Mafra y Orion Augusto Platt Neto</b>	23
BANCA Y FINANZAS	
Estudo sobre a relação entre o resseguro, gestão dos índices regulatórios e a redução dos tributos em seguradoras no Brasil <b>Gabriel Almeida Caldas, Adriano Rodrigues y Marcelo Alvaro da Silva Macedo</b>	41
ADMINISTRACIÓN	
La expansión de las redes sociales. Un reto para la gestión de <i>marketing</i> <b>María de los Ángeles Oviedo García, Miriam Muñoz Expósito y Mario Castellanos Verdugo</b>	59
Reação motivacional docente do Curso de Graduação em Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional <b>Alini da Silva, Caroline Sulzbach Pletsch y Vania Tanira Biavatti</b>	70
Colaboradores	83
Instrucciones a los autores	86

Han transcurrido diez años desde la creación de la revista *Contabilidad y Negocios*, y la puesta en circulación del primer número de este importante proyecto editorial a cargo del Departamento Académico de Ciencias Administrativas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Son diez años de un trabajo con mucha dedicación y esfuerzo, que nos llena de satisfacción al ver cumplidos nuestros objetivos, no solo el de mantener la publicación ininterrumpida de la revista, sino también el de haber incrementado en cada número el nivel y el rigor que se exige en el campo académico internacional para la publicación de las revistas académicas indizadas.

En el contexto nacional y regional actual, en el que la calidad académica de algunas universidades se ve cuestionada, las actividades de investigación, así como la cantidad y calidad de las publicaciones de sus docentes, adquieren un rol estratégico, y de mayor importancia para el desarrollo de la academia y su posicionamiento a nivel internacional. En este plano, *Contabilidad y Negocios* se va consolidando como el espacio ideal para que docentes, investigadores, estudiantes y profesionales difundan sus investigaciones, y aporten a la comunidad académica y profesional nuevos conocimientos y propuestas para el desarrollo de las especialidades de contabilidad, administración y áreas afines.

En los veinte números editados desde la fundación de la revista, hemos publicado y puesto a disposición de

nuestros lectores un total de 140 artículos, distribuidos en las secciones de Actualidad Contable, Administración, Auditoría, Banca y Finanzas, Comercio Exterior, Contabilidad de Gestión, Contabilidad Gubernamental, Costos, Economía, Emprendimiento, Estrategia Empresarial, Evaluación de Proyectos, Formación Profesional, Tributación, Reseñas, Ponencias y Opinión. Como parte del proceso de mejora de nuestro proyecto editorial, las investigaciones publicadas en los últimos números incluyen artículos en inglés y en portugués.

La presencia de autores de nacionalidades extranjeras se ha visto ampliada en los últimos números de forma significativa. De este modo, encontramos aportes de académicos y profesionales de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, Estados Unidos de Norteamérica, Japón, México, Nicaragua, Portugal, Venezuela y Uruguay. Esto demuestra el interés de los autores por publicar en nuestra revista, y aprovechar la difusión e impacto internacional que ha ido adquiriendo en los últimos años.

En este número, los artículos se encuentran agrupados en tres secciones. Actualidad Contable se ha consolidado de manera casi ininterrumpida en los diez años de publicación de la revista, en los que ha contribuido con investigaciones relacionadas con temas vigentes y de relevancia para la profesión contable. Asimismo, en este número, tenemos artículos en las secciones Banca y Finanzas, y Administración.

En la sección Actualidad Contable, se incorporan dos artículos. En el primero, los autores examinan la aplicación de las Normas internacionales de Educación (NIE) en Chile y Colombia, e identifican las variables relevantes y la brecha de expectativas, respecto a su adopción plena. A la fecha de la investigación, la NIE 1, denominada «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional en Contabilidad», y la NIE 7, denominada «Desarrollo Profesional Continuo», deberían estar en aplicación en los países que se encuentran adheridos a la International Federation of Accountants (IFAC). Esta investigación ofrece una metodología que puede ser útil, como punto de partida, para facilitar la realización de estudios similares en Latinoamérica.

El segundo artículo de esta sección se refiere a la obligación legal que los municipios brasileños tienen de elaborar y publicar sus estados financieros, y ponerlos a disposición del público por medios electrónicos. En ese sentido, los autores de la investigación evalúan el grado de cumplimiento de esta obligación por parte de los municipios de la Región de Gran Florianópolis, en Brasil, a través de sus sitios web oficiales.

En la sección Banca y Finanzas, se incluye un artículo en el que se analiza el uso del reaseguro por parte de las entidades aseguradoras brasileñas en un contexto de apertura del mercado. Los autores estiman un modelo de regresión lineal con datos agrupados (*pooled*) para analizar el grado de influencia de las variables solvencia, tributos, rentabilidad y tamaño en el uso del reaseguro. Como punto de partida de la investigación, se presenta la evolución del sector de seguros y reaseguros en Brasil, y una revisión de la literatura relevante requerida para la investigación.

La sección Administración incorpora en esta edición dos artículos. El primero de ellos examina el impacto de la rápida expansión de las redes sociales en relación

con la gestión de *marketing*. Se menciona que los consumidores ya no son únicamente receptivos, sino que interactúan con las marcas, y explotan las posibilidades que ofrece el entorno web 2.0, interactivo e interconectado. De acuerdo con lo planteado por los autores, esta situación tiene efectos de largo alcance, que exigen replantear las prácticas de *marketing*.

En el segundo artículo incorporado en esta sección, se analiza los factores que influyen en la motivación de los profesores de la carrera de Contabilidad desde la perspectiva de la teoría atribucional. La investigación, de carácter descriptivo, se realizó en tres instituciones de enseñanza superior del estado de Santa Catarina, Brasil. Para el análisis de los datos, los autores utilizan la técnica de escalamiento multidimensional.

En paralelo a la edición de este número de la revista, que finaliza su primera década de existencia, estamos trabajando para mejorar nuestras ediciones futuras, y lograr indizar *Contabilidad y Negocios* en bases de datos internacionales, con un mayor nivel de impacto y presencia en la academia.

Reiteramos el agradecimiento a nuestras autoridades universitarias, a cada uno de los miembros del Comité Editorial de la revista, y a nuestros autores y evaluadores, sin cuya participación no sería posible que cada número de la revista se ponga en circulación. Estamos seguros de que los aportes incorporados en esta publicación, al igual que en las anteriores, se convertirá en una fuente importante de consulta para nuestros lectores, de tal forma que contribuya en el proceso de creación y desarrollo de nuevos conocimientos.

El director

# ¿Aprobamos o reprobamos el trabajo con Normas Internacionales de Educación? Aplicación de las Normas Internacionales de Educación (NIE) para carreras de contador público en países latinoamericanos

José Augusto Salas Ávila y Nydia Marcela Reyes Maldonado

Universidad de Talca  
Escuela de Auditoría e Ingeniería en Control de Gestión

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Programa Contaduría Pública

Las Normas Internacionales de Educación deberían ser aplicadas en todos los países que se adhieren a Federación Internacional de Contadores (IFAC). En la actualidad, dos de ellas tendrían que estar en plena ejecución por los organismos relacionados a la educación de nuestros países. En este contexto, este trabajo de investigación pretende identificar las variables relevantes y la brecha de expectativas relacionadas con las dos normas internacionales en educación en contabilidad (NIE). Para ello, 348 estudiantes, académicos, y profesionales contadores y auditores de Colombia y Chile fueron consultados acerca de la NIE 1, «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad», y de la NIE 7, «Desarrollo Profesional Continuo».

Las conclusiones estadísticas indican que cuatro variables de la NIE 1 (tasas de aprobación, información transparente de expectativas y costos, mapas de competencias, y puntos de evaluación de entrada a los programas de estudios en contabilidad) y diez variables de la NIE 7 (periodicidad, marco de desarrollo, mantención del profesionalismo, compromiso con el conocimiento, fomento de los compromisos, observación y reflexión, compromiso con el aprendizaje, proceso sistemático de supervisión, proceso sistemático de sanciones, y conocimientos autodirigidos y no estructurados en los modelos de desarrollo profesional continuo) muestran importantes brechas académico-profesionales en este nuevo ambiente vinculado con las normas internacionales de educación.

**Palabras clave:** Normas Internacionales en Educación, brecha de expectativas en educación, requisitos de ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad, desarrollo profesional continuo

## **Are we approving or disapproving our job with International Education Standards? - Application of International Standards in Education (IES) for studies in accounting in Latin American countries**

The International Education Standards should be applied in all countries adhering to the International Federation of Accountants (IFAC). At present two of these standards are due to be fully implemented by agencies related to education in our countries. This research aims to identify the relevant variables and expectations gap regarding these two international education standards (IES).

348 students, academics and professional accountants and auditors of Colombia and Chile were consulted about the IES 1 «Entry Requirements for Professional Education Programs in Accounting» and IES 7, «Continuing Professional Development».

Statistic conclusions indicate that four variables of IES 1 (approval rates, transparent information, study costs, professional competencies maps, and evaluation of entry points into the accounting program) and ten variables of IES 7 (CPD approach, commitment to learning, professionalism, practical experience, systematic process and sanctions for continuing professional development models), show significant academic and professional gaps in this new environment on international education standards

**Keywords:** International Standards in Education, expectations gap in education, entry requirements for Professional Education Programs in Accounting, Continuing Professional Development

### **Aprova ou desaprova o trabalho com as Normas Internacionais de Educação? - Aplicação das Normas Internacionais em Educação (NIE) para carreiras de contabilidades em países da América**

As Normas Internacionais de Educação devem ser aplicadas em todos os países que aderiram à Federação Internacional de Contadores (IFAC). Atualmente, dois deles são devido a ser plenamente implementada pelas agências relacionadas com a educação de nossos países. Esta pesquisa tem como objetivo identificar as variáveis relevantes e as diferenças nas expectativas quanto às duas normas internacionais em matéria de educação (NIE).

348 estudantes, acadêmicos e profissionais contabilistas e auditores da Colômbia e do Chile foram consultados sobre as NIE 1 Requisitos de entrada para os Programas de Educação Profissional de Contabilidade, e IES 7, Desenvolvimento Profissional Contínuo.

As estatísticas conclusões indicam que quatro variáveis as IES 1 (taxas de aprovação, informações transparentes, custo, mapas habilidades e pontos de avaliação de entrada no currículo de contabilidade) e dez variáveis do NIE 7 (em desenvolvimento, compromisso com a aprendizagem, o profissionalismo, a experiência prática, processo sistemático e sanções para a continuação modelos de desenvolvimento profissional), mostram lacunas acadêmicas e profissionais significativas neste novo ambiente em padrões internacionais de educação.

**Palavras chave:** Normas Internacionais em Educação, expectativas lacuna na educação, requisitos de entrada para programas de educação profissional de contabilidade, desenvolvimento profissional contínuo

## 1. Planteamiento del problema

La aplicación de las Normas Internacionales de Educación (IES, por sus siglas en inglés) en Contaduría para carreras de contador público en países americanos es un tema poco tratado, y poco investigado en la elaboración de nuestras normas profesionales y académicas. Las actuales exigencias académicas hacen que nuestros esfuerzos se dividan innecesariamente —según muchos profesores de contabilidad— en enseñar, investigar, publicar y el estudio curricular de nuestras carreras. Con este trabajo de investigación, tratamos de unir varias de estas aristas académico-profesionales.

Adicionalmente, las Normas Internacionales de Educación deberían ser aplicadas en todos los países que se adhieren a la Federación Internacional de Contadores (IFAC, por sus siglas en inglés). La Comisión de Normas Internacionales de Educación Contable emitió uniformemente dichas normas de educación y, en la actualidad, dos de ellas tendrían que estar en plena ejecución por los organismos relacionados con la educación de nuestros países. En este contexto, este trabajo de investigación pretende identificar la brecha de expectativas (*Expectation Gap* en inglés) vinculadas con las dos NIE que deberían estar en aplicación: la NIE 1, «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad» (aplicable desde julio de 2014), y de la NIE 7, «Desarrollo Profesional Continuo» (aplicable desde enero del 2014).

Específicamente, buscamos la brecha de expectativas entre dos países, culturalmente similares, según Hofstede (1980), pero profesionalmente diferentes, según las categorías de Gray (1988). Se seleccionó a Chile y Colombia, debido a que, en el primero, la afiliación al colegio profesional es absolutamente voluntaria; y, en el segundo, obligatoria para el desarrollo profesional. Adicionalmente, seleccionamos una universidad

privada de Colombia, con un alto *ranking* académico, y una universidad pública de Chile, también de primer nivel académico. En lo referente a la enseñanza por competencias profesionales, la universidad chilena presenta una experiencia de nueve años en la enseñanza de contabilidad con esta metodología y con importante apoyo estatal a dicho proyecto, mientras que la universidad colombiana está iniciando en dicho proceso.

Por otra parte, cabe anotar que, en la actualidad, tenemos las siguientes NIE *ad portas*: la NIE 2, Desarrollo Profesional Inicial – Competencia Técnica; NIE 3, Desarrollo Profesional Inicial – habilidades profesionales; NIE 4, Desarrollo Profesional Inicial – Valores, *ética* y actitudes profesionales; NIE 5, Desarrollo Profesional Inicial – Experiencia práctica; y la NIE 6, Desarrollo Profesional Inicial – Evaluación de la competencia profesional. Estas deberían ser aplicadas en nuestros países desde el mes de julio de este año. En cuanto a la NIE 8, Competencias profesionales para socios encargados responsables de auditorías de estados financieros, esta tendría que ser aplicada en nuestros países desde julio de 2016.

El conocimiento y análisis de la aplicabilidad de las normas internacionales de educación en un contexto internacional y nacional, y su relación con la nueva forma de enseñar de la mayoría de las instituciones educativas de nuestros países —enseñanza por competencias profesionales— es la razón de ser de este trabajo de investigación.

## 2. Objetivo general

Este trabajo de investigación define como su objetivo general el reconocimiento, análisis y comparabilidad de la aplicación de las normas internacionales de educación en países donde la educación y la práctica de la educación en contabilidad son obligatorias.

En función de ello, pretende identificar las variables estadísticamente significativas y la brecha de expectativas (*Expectation Gap*, en inglés) vinculadas con las dos NIE que deberían estar en aplicación: la NIE 1, «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad» (aplicable desde julio de 2014), y la NIE 7, «Desarrollo Profesional Continuo» (aplicable desde enero de 2014). En concreto, buscamos la brecha de expectativas entre dos países, culturalmente similares, según Hofstede (1980), pero profesionalmente diferentes, según las categorías de Gray (1988). Este objetivo general se reconoce en un contexto latinoamericano.

### 3. Justificación de la investigación

Actualmente, existe poca claridad en la identificación, en el caso de existir, de la brecha de expectativas referidas a la NIE 1, «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad», y a la NIE 7, «Desarrollo Profesional Continuo», en un estudio que se enfoque en dos países, culturalmente similares, pero profesionalmente diferentes.

En relación con ello, este trabajo de investigación puede servir de apoyo a colegios profesionales, escuelas técnicas y a universidades para que definan ciertos énfasis en las áreas de importancia empírica, basados en los resultados arrojados por una encuesta acerca del conocimiento y aplicación de los normas educacionales relativas a los requisitos de ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad y al desarrollo profesional continuo de los profesionales en Contabilidad.

### 4. Alcances

Para llevar a cabo este trabajo de investigación, se diseñarán y aplicarán encuestas, las cuales se realizarán

mediante la formulación de un cuestionario, el cual fue aplicado entre los actores profesionales relevantes e informados en dos países latinoamericanos usando la NIE 1 y la NIE 7.

### 5. Marco teórico

Dentro de la literatura convencional de educación en contabilidad y auditoría, que sirve de base en el desarrollo de la formación profesional de los contadores, se define la importancia de la educación contable y su investigación basada en normas (León, 2013; Gracia, 2010). En cuanto a los países seleccionados para este estudio, cabe señalar que el Colegio de Contadores de Chile A. G. es miembro de la Federación Internacional de Contadores (IFAC), al igual que lo es Colombia.

Lo poco y anteriormente señalado constituye el escaso marco teórico existente referido a la investigación en educación contable, en lo que respecta a normas de educación en contabilidad. Además, se debe considerar que la normativa profesional necesita que se implementen normas específicas y claras que sirvan de guías efectivas al quehacer académico y profesional; en ellas, se debe aclarar la aplicabilidad de nuestras normas educación en los colegios, los organismos educativos técnicos y las universidades, sobre todo cuando se debe informar y responder al interés público.

### 6. Formulación de hipótesis

Al tratarse esta de una investigación mixta, es decir, que posee un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, resulta necesario formular hipótesis que sea aceptadas o rechazadas posteriormente en este estudio con evidencia empírica.

H01: Los requisitos de ingreso a estudios de contaduría no son influenciados por las características académico-profesionales en los países de nuestra región. (NIA 1)



H02: Los programas de desarrollo profesional continuo no son influenciados por las características académico-profesionales en los países de nuestra región. (NIA 7)

## 7. Metodología

Después de analizar el marco teórico, se plantearon las hipótesis anteriormente señaladas y se procedió a seleccionar la muestra. En esta investigación, se realizó un muestreo por conveniencia, que es un tipo de muestreo no probabilístico, en el cual el entrevistador selecciona la muestra, de acuerdo con el perfil que se necesita en la investigación; además, la accesibilidad a los encuestados es directa y condicionada. Si bien es cierto que este tipo de muestreo no tiene las ventajas de un muestreo completamente aleatorio, a partir de los objetivos de este estudio, entre los dos métodos, no debería haber grandes diferencias en los resultados (Hair et al., 1998). Los estudios en los que la población es universalmente conocida y en los que se lleva a cabo un análisis exploratorio de la teoría, nos permiten la libertad de seleccionar muestras pseudoaleatorias, puesto que la generalización podría ser un objetivo futuro en este estudio.

En lo que sí debemos tener un adecuado cuidado científico es en definir la misma condición de muestreo para el grupo bajo análisis (estudiantes, profesores y contadores que conocen las normas internacionales de educación). Con respecto a la muestra, esta está constituida por estudiantes y profesores, además de contadores con experiencia reconocidas en nuestros respectivos países. La muestra final está referida a los profesionales de Chile y Colombia.

## 8. Definición de los métodos de recolección de datos

Lo primero que se realizó fue seleccionar un método de recolección de datos, el cual debe ser confiable y válido.

Se eligió utilizar un cuestionario, porque este cumplía con las características necesarias para recolectar los datos indispensables al desarrollar esta investigación: a) puede medir más de una variable, b) es fácil de contestar por los encuestados, c) se realizan preguntas estándar a todos los encuestados, d) es la forma más rápida de obtener los datos que se requieren para la investigación, e) es autoadministrado y totalmente anónimo; así, el encuestado responde lo que siente o cree sin temor (Hunt, 1996). No se eligió realizar entrevistas, debido a que el proceso de recolección de datos sería muy lento y el entrevistador podría influir en las respuestas del encuestado al realizar algún comentario. Además, se prefirió plantear preguntas cerradas, en las que se utilizó escalas tipo Likert, puesto que las respuestas se encuentran codificadas previamente, a diferencia de las preguntas abiertas, cuyas posibles respuestas pueden ser diversas, lo cual imposibilita medir lo que se pretende.

En este nivel de la investigación, es importante explicar por qué no son necesarios otros datos demográficos de los encuestados. Principalmente, ello se debe a que se busca no tomar mucho tiempo de los encuestados. Otra razón es la parsimonia en las encuestas, ya que otros datos no son necesarios al momento de concluir.

### 8.1. Instrumento

Zikmund (2000) establece la obligatoriedad de seguir cierta metodología al momento de desarrollar el instrumento. En esa línea, el instrumento de esta investigación fue diseñado de la siguiente forma.

La tabla 1 presenta los temas tratados en la NIE 1. En los siguientes párrafos, se encuentra la traducción libre realizada por el Centro de Investigación y Estudios Contables (CIEC) de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Talca; de ellos, se extrajo las variables para el cuestionario final.

**Tabla 1. Variables originales definidas en la NIE 1, «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad»**

Afirmaciones	NIA 1 <sup>(*)</sup>
1. Es absolutamente fundamental el establecer requisitos de acceso educativo justos y proporcionados para los programas de educación profesional de la contabilidad.	1,7
2. Es muy importante especificar los requisitos de ingreso de educación para programas de educación de profesionales de contabilidad que permitan la entrada solo a los que tienen una probabilidad razonable de completar con éxito el programa de educación profesional.	1,8
3. La variación de los puntos de entrada a los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, en las que se incluye a los proveedores pertinentes a educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,8a
4. Alentar a las personas que consideran una carrera como contador profesional para comenzar un programa de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y las personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,8b
5. Las tasas de aprobación relativos a las calificaciones son muy importantes para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,8c
6. La información transparente sobre las expectativas y los costos asociados con los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,8d
7. Conocer las herramientas de autodiagnóstico —como los mapas de competencias que establecen las habilidades, conocimientos y actitudes que se deben adquirir en la finalización con éxito del programa de enseñanza en contabilidad profesional— es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,8e
8. Es muy importante explicar la razón de los principios que deben utilizarse al establecer los requisitos de entrada educativos a las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,9
9. Es muy importante hacer pública la información pertinente para ayudar a las personas a evaluar sus propias posibilidades de completar con éxito un programa de educación profesional en contabilidad.	1,10

(\*) Indica el número del apéndice en la NIE 1. Estos puntos de la norma aportaron con 9 variables a nuestro cuestionario.

**Tabla 2. Variables originales definidas en la NIE 7, «Desarrollo Profesional Continuo»**

Afirmaciones	NIE 7 <sup>(*)</sup>
10. Es fundamental establecer un marco para el desarrollo profesional continuo (DPC) necesario para que los contadores profesionales desarrollen y mantengan la competencia profesional necesaria para prestar servicios de alta calidad a clientes.	7,1
11. Es muy importante fomentar un compromiso de aprendizaje permanente entre los contadores profesionales.	7,3a
12. Es muy importante facilitar el acceso a recursos y oportunidades de DPC para contadores profesionales.	7,3b
13. Es muy importante adoptar los requisitos relacionados con la elaboración y aplicación de procedimientos de medición, supervisión y de cumplimiento apropiados, con el fin de ayudar a los contadores profesionales a desarrollar y mantener la competencia profesional.	7,3c
14. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo del conocimiento profesional.	7,4a
15. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de profesionalismo.	7,4b
16. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de valores profesionales, éticos y actitudinales.	7,4c
17. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de competencias logradas durante el Desarrollo Profesional Inicial (DPI), refinado adecuadamente para las actividades profesionales y las responsabilidades del contador profesional.	7,4d

Afirmaciones	NIE 7 <sup>(*)</sup>
18. El DPC es fundamental cuando los contadores profesionales toman nuevas funciones durante sus carreras que requieran nuevas competencias. En tales casos, es muy importante que el DPC incluya muchos de los mismos elementos que el DPI, pero que requieren de más amplitud o profundidad de conocimientos, habilidades y valores.	7,4e
19. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como entrenamiento y tutorías.	7,5a
20. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como creación de redes.	7,5b
21. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como observación, retroalimentación y reflexión.	7,5c
22. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como la obtención de conocimientos autodirigidos y no estructurados.	7,5d
23. La mejor forma de medir el DPC es mediante el enfoque basado en resultados, ya que requiere que los contadores profesionales demuestren, a través de los resultados, que ellos han desarrollado y mantenido la competencia profesional	7,6a
24. La mejor forma de medir el DPC es mediante el enfoque basado en la adquisición de conocimientos, que establezca una cantidad de actividades de aprendizaje para que los contadores profesionales desarrollen y mantengan la competencia profesional.	7,6b
25. La mejor forma de medir el DPC es mediante enfoques combinados, que articulen elementos de los enfoques basados en la adquisición de conocimientos y en resultados, que definan la cantidad de actividad de aprendizaje requeridas y demuestren los resultados obtenidos, a partir de los cuales los contadores profesionales desarrollan y mantienen la competencia profesional.	7,6c
26. Es muy importante lograr que los contadores profesionales desarrollen y mantengan su competencia con posterioridad al Desarrollo Profesional Inicial (DPI), a través del emprendimiento del DPC que sea necesario.	7,9
27. Es muy importante promover la importancia de, y un compromiso hacia, el DPC y el mantenimiento de la competencia profesional.	7,10
28. Es muy importante facilitar el acceso a oportunidades y recursos para apoyar a los contadores profesionales en el cumplimiento de su responsabilidad personal hacia el DPC y hacia el mantenimiento de la competencia profesional.	7,11
29. Es muy importante exigir a todos los contadores profesionales el emprender el DPC para contribuir al desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional que corresponda a sus responsabilidades laborales y profesionales.	7,12
30. Es fundamental establecer su enfoque para medir las actividades de DPC de los contadores profesionales y tomar uno de los tres modelos propuestos, ya sea basado en resultados, basado en la adquisición de conocimientos, o de combinación.	7,13
31. Cuando se aplique un enfoque basado en resultados en un DPC, es fundamental exigir a cada contador profesional demostrar el desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional adecuada proporcionando periódicamente evidencias de que estas han sido verificadas por una fuente competente.	7,14a
32. Cuando se aplique un enfoque basado en resultados en un DPC, es fundamental exigir a cada contador profesional demostrar el desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional adecuada proporcionando periódicamente evidencias de que estas han sido medidas utilizando un método de evaluación de la competencia válida.	7,14b
33. Cuando se aplique un enfoque basado en la adquisición de conocimientos en un DPC, es muy importante exigir a cada contador profesional completar al menos 120 horas (o unidades de aprendizaje equivalentes) de la actividad de desarrollo profesional pertinente en cada período rotatorio de 3 años, de las cuales 60 horas (o unidades de aprendizaje equivalente) deberán ser verificables.	7,15a
34. Cuando se aplique un enfoque basado en la adquisición de conocimientos en un DPC, es muy importante exigir a cada contador profesional completar un mínimo de 20 horas (o unidades de aprendizaje equivalentes) de actividad de desarrollo profesional pertinente cada año.	7,15b
35. Cuando se aplique un enfoque basado en la adquisición de conocimientos en un DPC, es fundamental medir las actividades de aprendizaje para cumplir con los requisitos de un DPC basado en la adquisición de conocimientos.	7,15c

Afirmaciones	NIE 7 (*)
36. Cuando se implemente una combinación de los enfoques de resultados y de adquisición de conocimientos para un DPC, se deberá cumplir con los requisitos de los enfoques basados en resultados y en la adquisición de conocimientos, según sea el caso.	7,16
37. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplen con los requisitos de DPC.	7,17a
38. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplen con establecer sanciones adecuadas por el incumplimiento de los requisitos de DPC.	7,17b

(\*) Indica el número del apéndice en la NIE 7. Estos puntos de la norma aportan con 29 variables a nuestro cuestionario.

La tabla 2 expone los temas tratados en la NIE 7, «Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad». Los siguientes párrafos presentan la traducción libre realizada por el Centro de Investigación y Estudios Contables (CIEC) de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Talca; de ellos, se extrajo las variables para el cuestionario final.

De acuerdo con las tablas 1 y 2, podemos sostener que estas variables fueron consideradas íntegramente de la NIE 1 y NIE 7. El cuestionario original tiene 38 afirmaciones y 13 variables demográficas.

Luego de la evaluación del cuestionario completo con 38 afirmaciones, este fue enviado para opinión de 15 expertos. Al cuestionario con 38 afirmaciones se le asignó el tipo de escalas Likert, a partir de lo cual cada encuestado evaluaba cada afirmación mediante su nivel de importancia. Los niveles de importancia dados son los siguientes: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Moderadamente en desacuerdo, 4. Neutral, 5. Moderadamente de acuerdo, 6. De acuerdo, y 7. Totalmente de acuerdo.

Como todo instrumento o método seleccionado para recolectar los datos, debe ser confiable y válido, y se debe demostrar su confiabilidad y su validez. Existen diversos métodos para calcular la confiabilidad de un instrumento. Este trabajo de investigación utilizará el

método del coeficiente alfa de Cronbach, el cual plantea dos procedimientos alternativos para calcular el coeficiente  $\alpha$ . Esta investigación se servirá del método sobre la base de la varianza de los ítems, donde aplicaremos la fórmula a:

$$\alpha = \frac{N}{(N-1) \left( \frac{1 - \sum s^2(Y_i)}{s^2x} \right)} \quad \text{Fórmula (a)}$$

En ella,

- $\alpha$  = Es el coeficiente de confiabilidad del instrumento.
- $N$  = Corresponde al número de ítems de la escala.
- $s^2(U_i)$  = Corresponde a la sumatoria de las varianzas de los ítems.
- $s^2x$  = Corresponde a la varianza de toda la escala.

También, se debe calcular la validez de este instrumento, que supone tres formas de validez:

- Validez de contenido
- Validez de criterio
- Validez de constructo

El contenido del cuestionario final se validó consultando a un grupo de quince expertos mencionados, académicos en Contabilidad y Auditoría. Estos fueron seleccionados por su vasta experiencia profesional en contabilidad y auditoría externa, y actualizados en la NIE 1 y la NIE 7, ya que las variables son seleccionadas desde estas normas internacionales de educación,

emitidas por la Federación Internacional de Contadores (IFAC).

En el cuestionario final (anexo), las afirmaciones fueron diseñadas de forma positiva y negativa; de este modo, aseguran el fiel cumplimiento de la escala Likert en investigación científica. Basándonos en ello, la escala anterior se aplica a las afirmaciones positivas y, en el caso de las afirmaciones negativas, la escala se invierte; así, no se producen desviaciones. Se eligió este tipo de escala para que el individuo marcara la opción que mejor lo represente y no se encuentre limitado a entregar una opinión más específica.

## 8.2. Aplicación del instrumento

Después de dejar listo el instrumento científico, Zikmund (2000) sugiere que la siguiente etapa sea la de inmediata aplicación. Esta consistió en la aplicación formal de este instrumento, que fue autoadministrado a cada encuestado. Esta encuesta se realizó directamente o se envió por correo electrónico a los actores mencionados de ambos países.

A partir de esta recolección, se obtuvo los datos de los actores mencionados durante fines del segundo semestre de 2014 y primer semestre de 2015, los cuales fueron recopilados y posteriormente tabulados en una planilla en Microsoft Excel. Para aplicar estas encuestas, se consideró hasta una segunda insistencia a los e-mails. Se tabularon las encuestas en el sistema SPSS versión 20, que es un sistema de análisis estadístico que servirá de herramienta para preparar y analizar las observaciones obtenidas, y, con ello, concluir esta investigación.

Este sistema se divide en filas y columnas. Las últimas indican el número de la variable o afirmación y la fila el número de encuestas realizadas; es decir, 38 columnas indican las 38 afirmaciones; y las 348 filas, las 348

respuestas completas de las encuestas aplicadas. Para identificar el número de cada encuesta y a qué tipo de encuesta pertenece, al final de la columna número 38, se agregaron las columnas con la información demográfica. Finalmente, se tabularon todas las encuestas realizadas; en cada una de ellas, se ingresaba el número de preferencia, de acuerdo a la escala de Likert, en una tabla Excel.

## 9. Análisis de datos y resultados

Esta investigación está basada en la teoría que entregan las Normas Internacionales de Educación 1 y 7, las cuales son emitidas por la Federación Internacional de Contadores (IFAC). De acuerdo a esta teoría, se plantearon 29 variables, las cuales fueron aplicadas, mediante un cuestionario, a 348 actores profesionales con experiencia en educación. Nueve variables corresponden a la NIE 1; y 29 variables, a la NIE 7. El análisis de los datos capturados en estas 348 encuestas se llevó a cabo de acuerdo con los datos de la tabla 3:

**Tabla 3. Encuestas / Países**

Países	Nº
Chile	242
Colombia	106
Total	348

### 9.1. Resultado de medias por NIE 1 y NIE 7

Como este trabajo de investigación define como su objetivo general el reconocimiento, análisis y comparabilidad en la aplicación de las normas internacionales de educación, en países donde la educación y la práctica de la educación en contabilidad son obligatorias, se procedió a realizar una comparación simple de medias.

Las tablas 4 y 5 muestran las diferencias estadísticas en las medias de las variables por norma, usando una Anova simple.

**Tabla 4. Media por variables originales definidas en la NIE 1**

Afirmaciones	Colombia	Chile
3. La variación de los puntos de entrada a los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.		+
5. Las tasas de aprobación relacionadas con las calificaciones son muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	+	
6. La información transparente sobre las expectativas y los costos asociados con los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.		+
7. Conocer las herramientas de autodiagnóstico, como los mapas de competencias que establecen las habilidades, conocimientos y actitudes que se deben adquirir en la finalización con éxito del programa de enseñanza en contabilidad profesional, es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.		+

No existen diferencias estadísticas entre las respuestas de Colombia y Chile en 5 de 9 afirmaciones con respecto a la NIE 1.

**Tabla 5. Media por variables originales definidas en la NIE 7**

Afirmaciones	Colombia	Chile
10. Es fundamental establecer un marco para el desarrollo profesional continuo (DPC) requerido para que los contadores profesionales desarrollen y mantengan la competencia profesional necesaria para prestar servicios de alta calidad a clientes.	+	
11. Es muy importante fomentar un compromiso de aprendizaje permanente entre los contadores profesionales.	+	
14. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo del conocimiento profesional.	+	
15. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de profesionalismo.	+	
16. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de valores profesionales, éticos y actitudinales.	+	
20. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como entrenamiento y tutorías.	+	
21. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como creación de redes.	+	
22. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como observación, retroalimentación y reflexión.	+	
23. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como la obtención de conocimientos autodirigidos y no estructuradas.	+	
27. Es muy importante lograr que los contadores profesionales desarrollen y mantengan su competencia con posterioridad al Desarrollo Profesional Inicial (DPI), a través del emprendimiento del DPC que sea necesario.	+	
28. Es muy importante promover la importancia de, y un compromiso hacia, el DPC y el mantenimiento de la competencia profesional.	+	
30. Es muy importante exigir a todos los contadores profesionales el emprender el DPC para contribuir al desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional que corresponda a sus responsabilidades laborales y profesionales.	+	
38. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con los requisitos de DPC.	+	
39. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con establecer sanciones adecuadas por el incumplimiento de los requisitos de DPC.	+	

No existen diferencias estadísticas entre las respuestas de Colombia y Chile en 15 de 29 afirmaciones acerca de la NIE 7.

## 9.2. Resultado de regresiones

Dado el resultado de las comparaciones de medias simples, 4 variables de la NIE 1 y 14 variables de la NIE 7 son estadísticamente diferentes, lo cual nos obliga a realizar procedimientos estadísticos para ver cuáles son las variables más importantes, para lo cual realizamos una regresión múltiple simultánea (Chile/Colombia) con las variables de la NIE 1 y NIE 7, sobre la base de las hipótesis:

H01: Los requisitos de ingreso a estudios de contaduría no son influenciados por las características académico-profesionales en los países de nuestra región. (NIA 1)

H02: Los programas de desarrollo profesional continuo no son influenciados por las características académico-profesionales en los países de nuestra región. (NIA 7)

Con respecto a nuestras hipótesis 01 y 02, usaremos una regresión lineal, que es una metodología

de dependencia de variables. Esto quiere decir que utilizaremos una variable dependiente, que es la definición de la importancia de la NIE 1 y NIE 7 simultáneamente para Chile y Colombia, y múltiples variables independientes dadas por las variables 4 y 5, como está definida en la formula b.

$$\text{LogNIE17}_{\text{ChiCol}} = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon$$

*Formula (b)*

En ella,

$\text{Log NIE1\&7}_{\text{ChiCol}}$  Es la importancia que se le asigna a la NIE 1 y NIE 7

$\beta_0 =$  Constante

$\beta_1 x_1 =$  Coeficiente estandarizado de los ítems 1

$\varepsilon =$  Corresponde al error estadístico

Las tablas 6 y 7 muestran las variables más importantes en la aplicación de la NIE 1 y de la NIE 7.

**Tabla 6. Valores betas, regresión por NIE 1**

		Coeficientes no estandarizados	
		B	Std. Error
$\beta_0$	(Constante)	53,25	4,80
F <sub>1</sub>	3. La variación de los puntos de entrada a los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,05	0,36
F <sub>2</sub>	5. Las tasas de aprobación relacionadas con las calificaciones son muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	3,40	0,56
F <sub>3</sub>	6. La información transparente sobre las expectativas y los costos asociados con los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	2,80	0,35
F <sub>4</sub>	7. Conocer las herramientas de autodiagnóstico, como los mapas de competencias que establecen las habilidades, conocimientos y actitudes que se deben adquirir en la finalización con éxito del programa de enseñanza en contabilidad profesional, es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1,90	0,41

**Tabla 7. Valores betas, regresión por NIE 7**

		Coeficientes no estandarizados	
		B	Std. Error
$\beta_0$	(Constante)	68,40	5,44
F <sub>1</sub>	10. Es fundamental establecer un marco para el desarrollo profesional continuo (DPC) requerido para que los contadores profesionales desarrollen y mantengan la competencia profesional necesaria para prestar servicios de alta calidad a clientes.	3,05	0,40
F <sub>2</sub>	11. Es muy importante fomentar un compromiso de aprendizaje permanente entre los contadores profesionales.	2,40	0,50
F <sub>3</sub>	14. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo del conocimiento profesional.	2,80	0,40
F <sub>4</sub>	15. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de profesionalismo.	2,90	0,41
F <sub>5</sub>	21. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como creación de redes.	2,14	0,55
F <sub>6</sub>	22. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como observación, retroalimentación y reflexión.	2,42	0,41
F <sub>7</sub>	23. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como la obtención de conocimientos autodirigidos y no estructuradas.	0,97	0,43
F <sub>8</sub>	27. Es muy importante lograr que los contadores profesionales desarrollen y mantengan su competencia con posterioridad al Desarrollo Profesional Inicial (DPI), a través del emprendimiento del DPC que sea necesario.	3,45	0,41
F <sub>9</sub>	38. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con los requisitos de DPC.	1,93	0,25
F <sub>10</sub>	39. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con establecer sanciones adecuadas por el incumplimiento de los requisitos de DPC.	1,93	0,15

## Conclusiones

Tras analizar los resultados obtenidos en este trabajo empírico, la evidencia muestra claramente que los principales actores de la educación opinan lo siguiente de la NIE 1, partiendo de la siguiente hipótesis:

H01: Los requisitos de ingreso a estudios de contaduría no son influenciados por las características académico-profesionales en los países de nuestra región. (NIA 1)

La hipótesis no es aceptada, puesto que las características académicas (universidades o instituciones de educación técnica) y características profesionales (obligatoriedad de requisitos profesionales) influyen en los requisitos de ingreso a estudios de contaduría en nuestra región.

Como lo define la tabla 6, podemos mencionar que las variables más importantes están relacionadas con la

información que deberían proporcionar las instituciones educativas definidas en la variable 5 (las tasas de aprobación vinculadas con las calificaciones) y la variable 6 (la información transparente sobre las expectativas y los costos asociados a los programas de educación profesional en contabilidad), la variable 7 (conocer las herramientas de autodiagnóstico, como los mapas de competencias que establecen las habilidades, conocimientos y actitudes que se deben adquirir en la finalización con éxito del programa de enseñanza en contabilidad) y la variable 3 (la variación de los puntos de entrada a los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para analizar el ingreso).

Los siguientes resultados de este trabajo de investigación muestran que los principales actores de la educación opinan lo siguiente de la NIE 7. Para empezar, partíamos de la siguiente hipótesis:



H02: Los programas de desarrollo profesional continuo no son influenciados por las características académico-profesionales en los países de nuestra región. (NIA 7)

La hipótesis no es aceptada, puesto que la obligatoriedad de la colegiatura profesional y, por lo tanto, su perfeccionamiento influye en los programas de desarrollo profesional continuo en nuestra región.

Como lo define la tabla 7, podemos mencionar que las variables más importantes están relacionadas con la importancia del desarrollo profesional continuo, definidas por la variable 27 (la importancia que los contadores profesionales desarrollen y mantengan su competencia con posterioridad al Desarrollo Profesional Inicial (DPI), a través del emprendimiento del DPC que sea necesario), además de la variable 10 (es fundamental establecer un marco para el desarrollo profesional continuo —DPC—), la variable 15 (el DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de profesionalismo) y la variable 14 (el DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo del conocimiento profesional).

Más discretamente, las siguientes variables también son importantes: variable 22 (además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como observación, retroalimentación y reflexión), la variable 11 (el fomentar un compromiso de aprendizaje permanente entre los contadores profesionales), la variable 21 (además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como creación de redes), la variable 38 (es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con los requisitos de DPC) y la variable 39 (es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con establecer sanciones adecuadas

por el incumplimiento de los requisitos de DPC). Todas estas variables son muy importantes bajo un ambiente profesional obligatorio, en el cual las instituciones de educación tienen un rol fundamental.

## Referencias

- Hair, J., R. Anderson, R. Tatham & W. Black (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5a ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hernández, Roberto, Carlos Fernández & Pilar Baptista (2003). *Metodología de la Investigación*. 3a ed. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences. International Differences in Work - Related Values*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications.
- Hunt, Shelby (1996). *Modern Marketing Theory: Critical Issues in the Philosophy of Marketing Science*. Nashville, TN: South-Western Publications.
- Gracia, Edgar. (2010). La investigación contable en el acto educativo. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 57, 255-269.
- Gray, S. J. (1988). Towards a Theory of Cultural Influence on the Development of Accounting Systems Internationally. *Abacus*, 24, 1-15. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6281.1988.tb00200.x>
- Leon, F. (2013). La investigación en educación contable: breve historia y revisión internacional. *Lúmina*, 14, 228-261.
- International Federation of Accountants (IFAC) (2014a). *Norma Internacional de Educación 1. Requisitos de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad*. Nueva York: International Federation of Accountants.
- International Federation of Accountants (IFAC) (2014b). *Norma Internacional de Educación 7. Desarrollo Profesional Continuo*. Nueva York: International Federation of Accountants.
- Zikmund, William (2000). *Business Research Methods*. 6a ed. Orlando: The Dryden Press.

Fecha de recepción: 05 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 22 de enero de 2016

Correspondencia: jsalas@utalca.cl

nreyes@unab.edu.co

## ANEXO

### «*Expectation Gap*» en la aplicación de las Normas Internacionales de Educación

#### PARTE I

De antemano, muchas gracias por contribuir con el desarrollo de esta investigación sobre Normas Internacionales de Educación (NIE o IES en sus siglas en inglés). A continuación, se definen las siguientes afirmaciones que los actores conocen acerca de la aplicación de las IES. Por favor, marque la respuesta que indica cómo se siente en general. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial, así que agradeceríamos conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible y sin meditar mucho sus respuestas.

Usando la escala que sigue, por favor, marque el número que corresponda a la respuesta que mejor indica su opinión acerca de la afirmación.

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Neutro	Moderadamente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Es absolutamente fundamental el establecer requisitos de acceso educativo justos y proporcionados para los programas de educación profesional de la contabilidad.	1	2	3	4	5	6	7
2. Es muy importante especificar los requisitos de ingreso de educación para programas de educación de profesionales de contabilidad que permitan la entrada solo a los que tienen una probabilidad razonable de completar con éxito el programa de educación profesional.	1	2	3	4	5	6	7
3. La variación de los puntos de entrada a los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1	2	3	4	5	6	7
4. El alentar a las personas a considerar una carrera como contador profesional para comenzar un programa de educación profesional en contabilidad no es muy importante para las partes interesadas.	1	2	3	4	5	6	7
5. Las tasas de aprobación vinculadas con las calificaciones son muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1	2	3	4	5	6	7
6. La información transparente sobre las expectativas y los costos asociados con los programas de educación profesional en contabilidad es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1	2	3	4	5	6	7

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Neutro	Moderadamente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7. Conocer las herramientas de autodiagnóstico, como los mapas de competencias que establecen las habilidades, conocimientos y actitudes que se deben adquirir en la finalización con éxito del programa de enseñanza en contabilidad profesional, es muy importante para las partes interesadas, incluidos los proveedores pertinentes de educación y personas que consideran una carrera como contador profesional.	1	2	3	4	5	6	7
8. No es importante el explicar la razón de los principios que deben utilizarse al establecer los requisitos de entrada educativos a las partes interesadas en un programa de educación profesional en contabilidad.	1	2	3	4	5	6	7
9. Es muy importante hacer pública la información pertinente para ayudar a las personas a evaluar sus propias posibilidades de completar con éxito un programa de educación profesional en contabilidad.	1	2	3	4	5	6	7
10. Es fundamental establecer un marco para el desarrollo profesional continuo (DPC) requerido para que los contadores profesionales desarrollen y mantengan la competencia profesional necesaria para prestar servicios de alta calidad a clientes.	1	2	3	4	5	6	7
11. Es muy importante fomentar un compromiso de aprendizaje permanente entre los contadores profesionales.	1	2	3	4	5	6	7
12. El facilitar el acceso a recursos y oportunidades de un DPC para contadores profesionales no es importante.	1	2	3	4	5	6	7
13. Es muy importante adoptar los requisitos relacionados con la elaboración y aplicación de procedimientos de medición, supervisión y de cumplimiento apropiados, con el fin de ayudar a los contadores profesionales a desarrollar y mantener la competencia profesional.	1	2	3	4	5	6	7
14. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo del conocimiento profesional.	1	2	3	4	5	6	7
15. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de profesionalismo.	1	2	3	4	5	6	7
16. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de valores profesionales, éticos y actitudinales.	1	2	3	4	5	6	7
17. El DPC proporciona fundamentalmente un desarrollo continuo de competencias logradas durante el Desarrollo Profesional Inicial (DPI), refinado adecuadamente para las actividades profesionales y las responsabilidades del contador profesional.	1	2	3	4	5	6	7
18. El DPC es fundamental cuando los contadores profesionales toman nuevas funciones durante sus carreras que requieran nuevas competencias. En tales casos, es muy importante que el DPC incluya muchos de los mismos elementos que el DPI, pero que requieren de más amplitud o profundidad de conocimientos, habilidades y valores.	1	2	3	4	5	6	7

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Neutro	Moderadamente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
19. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo, como entrenamiento y tutorías.	1	2	3	4	5	6	7
20. Fuera de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, no es importante en un DPC el incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como creación de redes.	1	2	3	4	5	6	7
21. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como observación, retroalimentación y reflexión.	1	2	3	4	5	6	7
22. Además de la educación, la experiencia práctica y la capacitación, lo más importante es que el DPC debe incluir actividades de aprendizaje y desarrollo como la obtención de conocimientos autodirigidos y no estructuradas.	1	2	3	4	5	6	7
23. La mejor forma de medir el DPC es mediante el enfoque basado en resultados, ya que requiere que los contadores profesionales demuestren, a través de los resultados, que ellos han desarrollado y mantenido la competencia profesional.	1	2	3	4	5	6	7
24. La mejor forma de medir el DPC es mediante un enfoque basado en la adquisición de conocimientos, que establezca una cantidad de actividades de aprendizaje para que los contadores profesionales desarrollen y mantengan la competencia profesional.	1	2	3	4	5	6	7
25. La mejor forma de medir el DPC es mediante enfoques combinados, que articulen elementos de los enfoques basados en la adquisición de conocimientos y basado en resultados, que definan que la cantidad de actividad de aprendizaje requeridas y que demuestren los resultados obtenidos, a partir de los cuales los contadores profesionales desarrollan y mantienen la competencia profesional.	1	2	3	4	5	6	7
26. No tiene ninguna importancia el lograr que los contadores profesionales desarrollen y mantengan su competencia con posterioridad al Desarrollo Profesional Inicial (DPI).	1	2	3	4	5	6	7
27. Es muy importante promover la importancia de, y un compromiso hacia, el DPC y el mantenimiento de la competencia profesional.	1	2	3	4	5	6	7
28. Es muy importante facilitar el acceso a oportunidades y recursos para apoyar a los contadores profesionales en el cumplimiento de su responsabilidad personal hacia el DPC y hacia el mantenimiento de la competencia profesional.	1	2	3	4	5	6	7
29. Es muy importante exigir a todos los contadores profesionales el emprender el DPC para contribuir al desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional que corresponda a sus responsabilidades laborales y profesionales.	1	2	3	4	5	6	7

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Moderadamente en desacuerdo	Neutro	Moderadamente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
30. Es fundamental establecer su enfoque para medir las actividades de DPC de los contadores profesionales tomado uno de los tres modelos propuestos, ya sea basado en resultados, basado en la adquisición de conocimientos, o de combinación.	1	2	3	4	5	6	7
31. Cuando se aplique un enfoque basado en resultados en un DPC, es fundamental exigir a cada contador profesional demostrar el desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional adecuada proporcionando periódicamente evidencias de que estas han sido verificadas por una fuente competente.	1	2	3	4	5	6	7
32. Cuando se aplique un enfoque basado en resultados en un DPC, es fundamental exigir a cada contador profesional demostrar el desarrollo y mantenimiento de la competencia profesional adecuada proporcionando periódicamente evidencias de que estas han sido medidas utilizando un método de evaluación de la competencia válida.	1	2	3	4	5	6	7
33. Cuando se aplique un enfoque basado en la adquisición de conocimientos en un DPC, es muy importante exigir a cada contador profesional completar al menos 120 horas (o unidades de aprendizaje equivalentes) de la actividad de desarrollo profesional pertinente en cada período rotatorio de tres años, de las cuales 60 horas (o unidades de aprendizaje equivalente) deberán ser verificables.	1	2	3	4	5	6	7
34. Cuando se aplique un enfoque basado en la adquisición de conocimientos en un DPC, es muy importante exigir a cada contador profesional completar un mínimo de 20 horas (o unidades de aprendizaje equivalentes) de actividad de desarrollo profesional pertinente cada año.	1	2	3	4	5	6	7
35. Cuando se aplique un enfoque basado en la adquisición de conocimientos en un DPC, es fundamental medir las actividades de aprendizaje para cumplir con los requisitos de un DPC basado en la adquisición de conocimientos.	1	2	3	4	5	6	7
36. Cuando se implemente una combinación de los enfoques de resultados y de adquisición de conocimientos para un DPC, se deberá cumplir con los requisitos de los enfoques basados en resultados y en la adquisición de conocimientos, según sea el caso.	1	2	3	4	5	6	7
37. El establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con los requisitos de DPC no es para nada importante.	1	2	3	4	5	6	7
38. Es fundamental establecer un proceso sistemático para supervisar que los contadores profesionales cumplan con establecer sanciones adecuadas por el incumplimiento de los requisitos de DPC.	1	2	3	4	5	6	7

## PARTE II

### *Preguntas demográficas*

En esta sección, por favor, indique la siguiente información acerca de usted mismo.

1. País en donde trabaja o estudia: \_\_\_\_\_

2. Edad:        Menos de 21     22-30     31-40     41-55     Más de 55

3. Sexo:                    M                     F

#### **Si estudia, conteste lo siguiente:**

4. Tipo de institución:    Universidad pública     Universidad privada     CFT/IP\*     EE\*\*

\*Centros de formación técnica o institutos profesionales

\*\* Educación escolar

5. Período de estudios en la carrera:    1ra mitad     2da mitad

#### **Si trabaja en Educación, conteste lo siguiente:**

6. Tipo de institución:    Universidad pública     Universidad privada     CFT/IP\*     EE\*\*

\*Centros de formación técnica o institutos profesionales

\*\* Educación escolar

7. Posición:                    Profesor                     Cargo directivo                     Administrativo

8. Años de trabajo:    Menos de 5     5-10     10-20     Más de 20

9. Estudios de posgrado:    No                     Especialización/Máster                     Dr./Ph.D.

#### **Si trabaja en un área diferente a la educación, conteste lo siguiente:**

10. Tipo de institución    Universidad pública     Universidad privada     CFT/IP\*     EE\*\*   
de su título profesional:

\*Centros de formación técnica o institutos profesionales

\*\* Educación escolar

11. Posición:                    Cargo directivo     Cargo gerencial     Mando medio     Cargo operativo

12. Años de trabajo:    Menos de 5     5-10     10-20     Más de 20

13. Estudios de posgrado:    No                     Especialización/Máster                     Dr./Ph.D.

Muchas gracias por su participación.

# A disponibilização na Internet de demonstrativos contábeis pelos municípios da Região da Grande Florianópolis referentes aos anos de 2000 a 2013

Guilherme Maciel Mafra y Orion Augusto Platt Neto

Prefeitura Municipal de Camboriú, Santa Catarina

Universidade Federal de Santa Catarina  
Departamento de Ciências Contábeis

Os municípios brasileiros são obrigados a elaborar e a publicar demonstrativos contábeis e disponibilizá-los em meios eletrônicos de acesso público. Neste contexto, o objetivo deste artigo é verificar se estão publicados na internet os demonstrativos contábeis elaborados pelos municípios da Região da Grande Florianópolis em atendimento à Lei n.º 4.320/1964 e à Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), referentes aos anos de 2000 a 2013. Foram elaborados checklists para organizar a observação dos demonstrativos contábeis nos sítios eletrônicos oficiais dos 22 municípios. Constatou-se um baixo nível de disponibilização na internet tanto para os balanços da Lei n.º 4.320/1964 quanto para os demonstrativos do Relatório de Gestão Fiscal (RGF) e do Relatório Resumido de Execução Orçamentária (RREO), conforme o critério da pesquisa. A ausência das publicações foi de 86,36% para os balanços da Lei n.º 4.320/1964, de 92,21% para os demonstrativos do RGF, e de 92,86% para os demonstrativos do RREO. Mais da metade dos municípios analisados não publicou demonstrativos na internet.

**Palavras-chave:** Demonstrativos Contábeis na Internet. Contas Públicas. Transparência Governamental. Municípios Brasileiros.

## Internet Availability for Financial Statements in the Municipalities of Grande Florianópolis Region. Years 2000 to 2013

Brazilian municipalities are required to prepare and publish financial statements and make them available to everyone through electronic media. Therefore, the objective of this research is to verify whether the municipalities of Greater Florianopolis Region published their financial statements (2000-2013) on internet, these reports were prepared in compliance with Act 4,320/1964 and the Fiscal Responsibility Law (FRL). Checklists were developed to organize the financial statements in the official websites of 22 municipalities. According to the research criteria, there was a low level of availability of balance sheets (Act 4,320/1964) and financial statements of the Fiscal Management Report (RGF) and the Summary Report of Budget Execution (RREO). The absence of balance sheets publications was 86.36%, 92.21% for RGF's financial statements, and 92.86% for the RREO's financial statements. More than half of the analyzed municipalities did not issued any financial statements on the Internet.

**Keywords:** Financial Statements on Internet. Public Accounts. Governmental Transparency. Brazilian Municipalities.



## La disponibilidad de Internet para los estados financieros en los municipios de la Región de Gran Florianópolis durante 2000-2013

Los municipios brasileños están obligados a preparar y publicar estados financieros y ponerlos a disposición del público a través de los medios electrónicos. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo comprobar si se publican en Internet los estados financieros elaborados por los municipios de la Región Gran Florianópolis, según la Ley 4.320/1964 y la Ley de Responsabilidad Fiscal (LRF) para los años 2000-2013. Se desarrollaron listas de verificación para organizar los estados financieros en las páginas web de los 22 municipios. Según el criterio de evaluación, hubo una baja disponibilidad en Internet del balance financiero de la Ley 4.320/1964, de los estados financieros del Informe de Gestión Fiscal (RGF) y del Informe del Análisis de Ejecución Presupuestaria (RREO). La ausencia de publicaciones de balances financieros fue 86,36%, 92.21% de los estados financieros del RGF, y 92,86% para los estados financieros del RREO. Más de la mitad de los municipios analizados no publicó ningún estado financiero en Internet.

**Palabras clave:** Estados financieros en Internet. Cuentas públicas. Transparencia gubernamental. Municipios brasileños.

### 1. Introdução

A partir do ano de 2013 todos os municípios brasileiros passaram a ser obrigados a disponibilizar em meios eletrônicos de acesso público informações pormenorizadas sobre as suas execuções orçamentárias e financeiras. Esta determinação advém de dispositivo da Lei Complementar n.º 131/2009 (Brasil, 2009, art. 48, II), conhecida como a Lei da Transparência. Referida Lei acrescentou e alterou artigos da Lei Complementar n.º 101/2000 – a Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF). Tais disposições visam instrumentalizar o controle social por meio de dados sobre os recursos públicos.

Porém, a disponibilização de dados analíticos inviabiliza uma visão geral e resumida da situação orçamentária, patrimonial e financeira de um ente. Para tal análise, a disponibilização via internet de relatórios e demonstrativos contábeis é imprescindível.

Neste sentido, a Lei n.º 4.320/1964, que estatui normas gerais de direito financeiro, orienta e exige a elaboração de balanços e outros demonstrativos contábeis por parte da administração pública (Brasil, 1964). No ano de 2000, a LRF passou a exigir a publicação de dois novos relatórios por parte de todos os entes públicos: o Rela-

tório Resumido de Execução Orçamentária (RREO) e o Relatório de Gestão Fiscal (RGF) (Brasil, 2000).

Diante destas razões e contexto normativo, este estudo busca responder ao seguinte questionamento: «Os municípios da Região da Grande Florianópolis estão disponibilizando em seus sítios eletrônicos os demonstrativos contábeis previstos na Lei n.º 4.320/1964 na LRF referentes aos exercícios financeiros de 2000 a 2013?».

Para responder a esta pergunta, tem-se como objetivo identificar as publicações na internet de demonstrativos contábeis por parte dos municípios da Região da Grande Florianópolis, elaborados em atendimento à Lei n.º 4.320/1964 e à LRF, referentes aos anos de 2000 a 2013. Particularmente, é observada a disponibilização dos balanços públicos e dos demonstrativos componentes do RGF e do RREO dos vinte e dois municípios da Região – mas exclusivamente aqueles que devem ser elaborados e publicados pelos Poderes Executivos.

Para cumprir o objetivo estabelecido e delimitado, a pesquisa é realizada diretamente com a observação dos sítios eletrônicos dos municípios, com vistas ao preenchimento de *checklists*, organizados por ano, pelo qual se buscou verificar a disponibilidade de cada demonstrativo contábil.



A importância desta pesquisa reside em organizar e tornar público à população acadêmica e à sociedade os resultados da verificação do cumprimento de práticas de transparência na internet por parte dos gestores municipais. Adicionalmente, os prefeitos e outros servidores públicos podem obter um retorno sobre limitações de suas práticas de divulgação contábil.

Para embasamento normativo e teórico sobre o tema, a pesquisa conta com revisão de literatura acerca dos relatórios e demonstrativos contábeis de publicação obrigatória pelos municípios, que remete à relevância de sua publicação na internet, conforme segue.

## 2. Fundamentação teórica

Com base em fontes normativas e na literatura especializada, nesta seção são apresentados os demonstrativos contábeis de publicação obrigatória pelos municípios, bem como a previsão do uso da internet para promoção da transparência das contas públicas.

### 2.1. Relatórios e demonstrativos contábeis de publicação obrigatória

Conforme texto da ementa, a Lei n.º 4.320/1964 dispõe sobre «normas gerais de direito financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal» (Brasil, 1964). Trata-se de uma norma central nos regramentos orçamentários e contábeis voltados para a administração pública em todas as esferas.

Conforme a referida Lei, «os resultados gerais do exercício serão demonstrados no Balanço Orçamentário, no Balanço Financeiro, no Balanço Patrimonial, na Demonstração das Variações Patrimoniais [...]» (Brasil, 1964, art. 101). Esta Lei também estabelece uma série de outros demonstrativos contábeis.

O Balanço Orçamentário demonstra «as receitas e despesas previstas em confronto com as realizadas» (Brasil,

1964, art. 102). O Balanço Financeiro, por sua vez, demonstra a «receita e a despesa orçamentárias bem como os recebimentos e os pagamentos de natureza extraorçamentária, conjugados com os saldos em espécie provenientes do exercício anterior, e os que se transferem para o exercício seguinte» (Brasil, 1964, art. 103).

O Balanço Patrimonial, conforme os moldes da Lei n.º 4.320/1964, deve demonstrar os seguintes grupos: ativo financeiro, ativo permanente, passivo financeiro, passivo permanente, saldo patrimonial e contas de compensação (Brasil, 1964, art. 105). Por fim, a Demonstração das Variações Patrimoniais evidencia «as alterações verificadas no patrimônio, resultantes ou independentes da execução orçamentária, e indicará o resultado patrimonial do exercício» (BRASIL, 1964, art. 104).

A Secretaria do Tesouro Nacional (STN), do Ministério da Fazenda (MF), em julho de 2012 aprovou a 5ª edição do Manual de Contabilidade Aplicado ao Setor Público (MCASP), por meio da Portaria n.º 437/2012 (STN, 2012a) e da Portaria Conjunta n.º 2 (STN/SOF, 2012), com validade a partir do exercício de 2013.

O MCASP foi criado visando, entre outros aspectos: «[...] padronizar os procedimentos contábeis nos três níveis de governo, [...] elaborar demonstrações contábeis consolidadas e padronizadas com base no Plano de Contas Aplicado ao Setor Público» (STN, 2012a, p. 3).

O referido Manual está organizado em oito partes (além da Parte Geral e do Volume de Anexos), sendo que a Parte 5 trata dos Demonstrativos Contábeis Aplicados ao Setor Público (DCASP). A aplicação do DCASP se faz obrigatória para todos os entes públicos até o final do exercício de 2014 (STN, 2012a). Antes da adoção obrigatória, os entes podem seguir os modelos anteriores dos anexos da Lei n.º 4.320/1964.

Além dos quatro balanços, o DCASP orienta a elaboração da Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC) e da Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido

(DMPL) (STN, 2012), a serem publicados obrigatoriamente apenas ao final de 2014 (STN, 2012a). Adicionalmente, conforme a NBC T 16.6, do Conselho Federal de Contabilidade, as Notas Explicativas fazem parte das demonstrações contábeis (CFC, 2008, item 39).

A partir da entrada em vigor da LRF, no ano de 2000, todos os entes (incluindo seus Poderes e de determinados órgãos) deverão elaborar e publicar também uma série de demonstrativos componentes do Relatório Resumido da Execução Orçamentária (RREO) e do Relatório de Gestão Fiscal (RGF) (Brasil, 2000).

Cumpra destacar que o RREO já estava previsto na Constituição Federal para adoção apenas pelo Poder

Executivo da União (Brasil, 1988, art. 165, §3º). A LRF estendeu a obrigatoriedade aos estados, aos municípios e ao Distrito Federal. Dependendo do número de habitantes do município, alguns dos demonstrativos do RREO podem ser publicados semestralmente (Brasil, 2000, art. 52, 53 e 63).

O RGF deve ser publicado quadrimestralmente (Brasil, 2000, art. 54). Porém, é permitido aos municípios com população inferior a cinquenta mil habitantes optarem pela publicação semestral (Brasil, 2000, art. 63).

No quadro a seguir, são apresentados os relatórios e demonstrativos contábeis obrigatórios para municípios que foram enfocados na observação da presente pesquisa.

**Quadro 1. Relatórios e demonstrativos e de publicação obrigatória estudados**

Relatórios e fundamentos normativos	Demonstrativos
Balancos Anuais da Lei nº 4.320/1964	Anexo 12 - Balanço Orçamentário Anexo 13 - Balanço Financeiro Anexo 14 - Balanço Patrimonial Anexo 15 - Demonstração das Variações Patrimoniais
Relatório Resumido da Execução Orçamentária (RREO) da LRF	Anexo 1 - Balanço Orçamentário Anexo 2 - Demonstrativo da Execução das Despesas por Função/Subfunção Anexo 3 - Demonstrativo da Receita Corrente Líquida Anexo 4 - Demonstrativo das Receitas e Despesas Previdenciárias Anexo 5 - Demonstrativo do Resultado Nominal Anexo 6 - Demonstrativo do Resultado Primário Anexo 7 - Demonstrativo dos Restos a Pagar por Poder e Órgão Anexo 8 - Demonstrativo das Receitas e Despesas com Manutenção e Desenv. do Ensino - MDE Anexo 9 - Dem. das Receitas e Operações de Crédito e Despesas de Capital Anexo 10 - Demonstrativo da Projeção Atuarial do Regime de Previdência Anexo 11 - Dem. da Receita de Alienação de Ativos e Aplicação dos Recursos Anexo 12 - Dem. das Receitas e Desp. com Ações e Serviços Públicos de Saúde Anexo 13 - Demonstrativo das Parcerias Público-Privadas Anexo 14 - Dem. Simplificado do Relatório Resumido da Execução Orçamentária
Relatório de Gestão Fiscal (RGF) da LRF	Anexo 1 - Demonstrativo da Despesa com Pessoal Anexo 2 - Demonstrativo da Dívida Consolidada Líquida - DCL Anexo 3 - Demonstrativo das Garantias e Contragarantias de Valores Anexo 4 - Demonstrativo das Operações de Crédito Anexo 5 - Demonstrativo da Disponibilidade de Caixa Anexo 6 - Demonstrativo dos Restos a Pagar Anexo 7 - Demonstrativo Simplificado do Relatório de Gestão Fiscal Relatório de Gestão Fiscal Consolidado

Fonte: Elaborado pelos autores com base na Lei n.º 4.320/1964 (BRASIL, 1964), na LRF (BRASIL, 2000) e na 5ª edição do MDF (STN, 2012b).

A STN orienta a elaboração dos demonstrativos componentes do RGF e do RREO por meio do Manual de Demonstrativo Fiscais (MDF). Foi empregada neste estudo a 5ª edição do MDF (STN, 2012b), válida para os anos de 2013 e 2014. Todavia, destaca-se que para os anos anteriores vigoraram outras edições e que para 2015 foi aprovada a 6ª edição do MDF pela portaria conjunta da STN/SOF n.º 1/2014 e pela portaria STN n.º 700/2014.

## 2.2. Transparência das contas públicas e o uso da internet

A Constituição Federal garante que

todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado (Brasil, 1988, art. 5º, XXXIII).

A Constituição preconiza ainda que «A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência [...]» (Brasil, 1988, art. 37). Neste sentido, a publicidade é tratada como princípio constitucional, de forma que as ações da administração pública deverão ser públicas e de acesso geral.

Todavia, há casos específicos que requerem sigilo. Conforme a Lei n.º 12.527/2011, conhecida como a Lei de Acesso à Informação (LAI), há a possibilidade de recusa do acesso às «informações referentes a projetos de pesquisa e desenvolvimento científicos ou tecnológicos cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado» (Brasil, 2011, art. 7º, §1º). Ainda que o direito ao acesso a estas informações seja restrito, a recusa da disponibilidade

deve ser fundamentada, cabendo sanções para a não observância deste regramento.

A Controladoria-Geral da União (CGU) corrobora essas ideias e princípios ao emitir o entendimento de que «a informação produzida, guardada, organizada e gerenciada pelo Estado em nome da sociedade é um bem público» e que «O acesso a estes dados – que compõem documentos, arquivos, estatísticas – constitui-se em um dos fundamentos para a consolidação da democracia» (CGU, 2011, p. 8).

O controle sobre a administração pública e seus governantes é feito pelos sistemas de controle interno, pelo controle externo e pelo controle social, de modo alinhado aos dispositivos e exigências da Constituição Federal. Paixão (2007 apud Evangelista 2010, p. 11) elucida que «o controle tem um tripé: o controle externo, a cargo dos nossos Tribunais de Contas; o controle interno, preconizado na Constituição Federal; e o controle social».

O controle social, realizado pelos cidadãos em seu exercício democrático, é favorecido e melhor orientado caso a sociedade disponha de dados e informações suficientes e confiáveis sobre a administração pública. Neste sentido, o Estado deve buscar, de modo proativo, a transparência.

Todavia, a simples divulgação de informações (mera publicação) dos atos da gestão pública não as torna, necessariamente, transparentes, pois a transparência deve despertar e incentivar o exercício da cidadania. A transparência na gestão fiscal, de acordo com Cruz *et al.* (2011, p. 185) é tratada na LRF

como um princípio de gestão, que tem por finalidade, entre outros aspectos, franquear ao público acesso a informações relativas às atividades financeiras do Estado e deflagrar, de forma clara e previamente estabelecida, os procedimentos necessários à divulgação dessas informações.

Segundo a LRF, são considerados instrumentos de transparência da gestão fiscal, «os planos, orçamentos e lei de diretrizes orçamentárias; as prestações de contas e o respectivo parecer prévio; o Relatório Resumido da Execução Orçamentária e o Relatório de Gestão Fiscal; e as versões simplificadas desses documentos» (Brasil, 2000, art. 48). A divulgação desses instrumentos deve ser ampla, inclusive por meio da internet.

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) criam condições para o avanço da «sociedade do conhecimento», na qual o Estado, por intermédio do governo eletrônico, pode ser a principal ferramenta que aproximaria os cidadãos da fiscalização e controle da *res pública* (Braga *et al.*, 2008). A internet revolucionou os meios de comunicação, permitindo a troca de informações, a aceleração de procedimentos e permitindo o controle em tempo real.

Na área da divulgação de dados contábeis na internet, a primeira iniciativa brasileira – do ponto de vista legal – ocorreu no ano de 1998, a partir da edição da Lei n.º 9.755, que criou a «Homepage Contas Públicas» (Brasil, 1998). Ao longo dos anos seguintes, foram sendo criados portais de transparência de Poderes e órgãos dos entes pelo país, incentivados especialmente pela LRF, de 2000, e pela Lei da Transparência, de 2009.

### 2.3 Pesquisas anteriores

Esta seção apresenta as principais pesquisas prévias encontradas sobre o tema deste artigo. Essa busca teve por objetivo a observação de ideias, referenciais e conclusões para auxiliar o entendimento do tema e da abordagem do presente artigo.

As buscas abrangeram trabalhos de conclusão de curso, dissertações de mestrado, teses de doutorado e artigos técnico-científicos publicados em eventos e em periódicos. Por limitação de espaço, são apresentados

apenas os resultados encontrados de trabalhos similares em termos de abordagem, no quadro que segue.

O quadro indica a existência de pesquisas sobre sítios eletrônicos governamentais, que buscaram informações principalmente relacionadas ao cumprimento da LRF. De forma geral, a presente pesquisa segue a mesma linha de raciocínio das pesquisas mencionadas, ou seja, de estudos que buscam apresentar se os portais de transparência publicam as contas públicas.

Além dos trabalhos citados no quadro anterior, as buscas também encontraram outras pesquisas com similaridades na temática central. Foram encontradas outras pesquisas sobre portais de transparência, porém com diferentes enfoques. Tais estudos, em geral, buscavam uma avaliação qualitativa das informações dos portais ou a avaliação quantitativa no cumprimento de dispositivos da LRF.

## 3. Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos apresentados resumem-se a: classificar a pesquisa; caracterizar a sua população e amostra; e apresentar os instrumentos e procedimentos da pesquisa.

### 3.1. Classificação da pesquisa

De acordo com a classificação de Raupp e Beuren (2004), a tipologia das pesquisas no âmbito da Contabilidade se dão quanto aos objetivos, quanto aos procedimentos e quanto à abordagem do problema.

Para o objetivo proposto, esta pesquisa é classificada como descritiva, visto que relata as publicações realizadas por um grupo de municípios, diante de um conjunto e demonstrativos contábeis amplamente conhecidos. Quanto aos procedimentos, esta pesquisa é documental, visto que os demonstrativos contábeis disponibilizados pelos entes na internet são considerados documentos, e como tais, são observados como objetos.

## Quadro 2. Síntese das pesquisas anteriores similares em abordagem

Autores [1]	Título / tipo de publicação [2]	Temática abordada e resultados encontrados
Keunecke, Teles, e Flach (2011)	Práticas de <i>Accountability</i> : Uma Análise dos Índices de Transparência nos Municípios Mais Populosos de Santa Catarina / Periódico	O objetivo do estudo é «analisar o nível de transparência dos sítios eletrônicos dos cinco municípios catarinenses mais populosos, a fim de perquirir se tais municípios estão atendendo satisfatoriamente as obrigações da Lei de Responsabilidade Fiscal. Os resultados da pesquisa esclarecem que todos os municípios atendem a Lei Complementar n.º 131 de 2009 e reforça a importância de que as contas públicas sejam divulgadas de forma a facilitar a accountability e a sua compreensão por parte dos cidadãos».
Nunes (2013)	Avaliação da Transparência Pública à Luz da Legislação Brasileira: Um Estudo nos Municípios da Região Sul do Brasil / Dissertação	O objetivo do estudo é «avaliar o nível de transparência das informações disponibilizadas pelos municípios da região do Sul do Brasil, com mais de 50.000 habitantes, por meio da internet, considerando as exigências legais. [...] Considerando as análises realizadas nos municípios foi possível estabelecer um Ranking Geral da Região Sul quanto ao nível de transparência, o qual apresentou como média geral 24 pontos, [...] entre o nível neutro e bom. No âmbito dos 93 municípios avaliados da Região Sul, o Município que apresentou o maior nível de transparência foi Porto Alegre, capital do Estado Rio Grande do Sul. Por outro lado, o município com menor nível de transparência foi Alvorada, do mesmo Estado».
Franco et al. (2014)	Nível de Divulgação Eletrônica da Contabilidade Pública dos Municípios do Paraná no Ambiente da Internet / Periódico	O objetivo do estudo é «identificar o nível de transparência eletrônica dos demonstrativos contábeis nos municípios paranaenses, dispostos no ambiente da internet. [...] Dentre aspectos relevantes, detectou-se que 81,25% dos municípios com 50.000 ou mais habitantes disponibilizam os relatórios da Lei de Responsabilidade Fiscal em suas páginas eletrônicas e este índice cai para 29,43% nos municípios com menos de 50.000 habitantes. É expressivo o número de municípios que não faz uso eletrônico para dar publicidade a seus atos, correspondendo a 70,57%, ou seja, 259 municípios dentre o total pesquisado. Ressalta-se que a transparência das contas públicas reveste-se de limitações do ponto de vista de disponibilidade de informações, logo, necessita-se de aprimoramento e viabilização em benefício dos resultados».
Silva, Nascimento, e Ferreira (2014)	Transparência na Prestação de Contas da Administração Pública Municipal na Internet: Um Estudo de Caso no Estado de Goiás / Evento	«A pesquisa foi realizada em todos os 246 municípios goianos, com o propósito de identificar se os mesmos cumprem os dispositivos da Lei de Responsabilidade Fiscal quanto à conformidade no tocante a transparência das prestações de contas da gestão pública, via internet no período de janeiro 2010 à dezembro de 2013. [...] Após análise chegou-se à conclusão que não há uniformidade das informações entre os municípios, e que cumprem parcialmente as exigências legais, devido a existência de municípios que não tem ao menos site, que não disponibilizam link de acesso ao portal da transparência e que não publicam os instrumentos de planejamento orçamentários (PPA, LDO e LOA), a prestação de contas da realização da receita e execução das despesas orçamentárias».

Notas: [1] Autores dispostos em ordem cronológica das publicações citadas. [2] Os tipos de publicações são: Dissertação – Dissertações de mestrado (*strictu sensu*). Periódico – Artigos técnico-científicos publicados em periódicos (revistas, boletins, etc.). Evento – Artigos técnico-científicos publicados em anais de eventos (congressos, encontros, etc.).

Fonte: Elaborado pelos autores com base nas fontes citadas.

### Quadro 3. População e sítios eletrônicos dos municípios da GRANFPOLIS

Municípios	População (hab.) [1]	Sítios eletrônicos oficiais
Rancho Queimado	2.765	<a href="http://www.rq.sc.gov.br/">http://www.rq.sc.gov.br/</a>
São Bonifácio	2.977	<a href="http://www.saobonifacio.sc.gov.br/">http://www.saobonifacio.sc.gov.br/</a>
Anitápolis	3.211	<a href="http://www.anitapolis.sc.gov.br/">http://www.anitapolis.sc.gov.br/</a>
Major Gercino	3.300	<a href="http://www.majorgercino.sc.gov.br/">http://www.majorgercino.sc.gov.br/</a>
Leoberto Leal	3.309	<a href="http://www.leobertoleal.sc.gov.br/">http://www.leobertoleal.sc.gov.br/</a>
São Pedro de Alcântara	4.874	<a href="http://www.pmspa.sc.gov.br/">http://www.pmspa.sc.gov.br/</a>
Angelina	5.171	<a href="http://www.angelina.sc.gov.br/">http://www.angelina.sc.gov.br/</a>
Águas Mornas	5.685	<a href="http://www.aguasmornas.sc.gov.br/">http://www.aguasmornas.sc.gov.br/</a>
Paulo Lopes	6.808	<a href="http://www.paulolopes.sc.gov.br/">http://www.paulolopes.sc.gov.br/</a>
Antônio Carlos	7.613	<a href="http://www.antonioCarlos.sc.gov.br/">http://www.antonioCarlos.sc.gov.br/</a>
Alfredo Wagner	9.494	<a href="http://www.alfredowagner.sc.gov.br/">http://www.alfredowagner.sc.gov.br/</a>
Canelinha	10.845	<a href="http://www.canelinha.sc.gov.br/">http://www.canelinha.sc.gov.br/</a>
Nova Trento	12.544	<a href="http://www.novatrento.sc.gov.br/">http://www.novatrento.sc.gov.br/</a>
Governador Celso Ramos	13.211	<a href="http://www.governadorcelso Ramos.sc.gov.br/">http://www.governadorcelso Ramos.sc.gov.br/</a>
Garopaba	18.890	<a href="http://www.garopaba.sc.gov.br/">http://www.garopaba.sc.gov.br/</a>
Santo Amaro da Imperatriz	20.332	<a href="http://www.pmsai.sc.gov.br/">http://www.pmsai.sc.gov.br/</a>
São João Batista	27.982	<a href="http://www.sjbatista.sc.gov.br/">http://www.sjbatista.sc.gov.br/</a>
Tijucas	32.087	<a href="http://www.tijucas.sc.gov.br/">http://www.tijucas.sc.gov.br/</a>
Biguaçu	59.736	<a href="http://www.bigua.sc.gov.br/">http://www.bigua.sc.gov.br/</a>
Palhoça	142.558	<a href="http://www.palhoca.sc.gov.br/">http://www.palhoca.sc.gov.br/</a>
São José	215.278	<a href="http://www.pmsj.sc.gov.br/">http://www.pmsj.sc.gov.br/</a>
Florianópolis	433.158	<a href="http://www.pmf.sc.gov.br/">http://www.pmf.sc.gov.br/</a>

Notas: [1] Dados estimativos disponibilizados pela FECAM (2013) com base no IBGE (2013).

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de consulta ao sítio eletrônico da FECAM (2013).

Quanto à abordagem do problema, este estudo possui características qualitativas e quantitativas. Esta pesquisa é assim classificada porque são utilizadas técnicas estatísticas simples sobre os dados coletados com o intuito de descrever a situação da transparência dos municípios.

### 3.2. População e amostra

A diferenciação e caracterização da população e amostra de um estudo constitui aspecto limitador quanto aos seus resultados. Desta forma, a conclusão do estudo somente pode ser aplicada à população ou à amostra pretendidas.

Colauto e Beuren (2004) conceituam população como um conjunto de elementos distintos que possuem características afins e semelhantes. A amostra, para Gil (2010), é uma pequena parte do universo.

Esta pesquisa se concentra na análise da disponibilidade de demonstrativos contábeis por parte dos Poderes Executivos dos vinte e dois municípios catarinenses ligados à Associação dos Municípios da Grande Florianópolis (GRANFPOLIS) que constituem todos municípios da Região da Grande Florianópolis. Diante do problema da pesquisa, toda a população pretendida foi analisada.

Com a criação de cinco novos municípios, em primeiro de janeiro de 2013, o Brasil passou a ter 5.570 municípios (IBGE, 2013). Logo, os municípios estudados representam apenas 0,4% dos municípios brasileiros, de modo que não é pretendida a generalização dos resultados para todo os municípios brasileiros.

Para a escolha dos municípios não foi adotado nenhum procedimento estatístico e a sua opção se deveu à conveniência dos pesquisadores, por familiaridade com o contexto socioeconômico da Região. O Quadro 3 apresenta a lista de municípios abrangidos e seus respectivos sítios eletrônicos oficiais. Os municípios são apresentados em ordem crescente de número de habitantes.

Os municípios da região possuem população total estimada de 1,04 milhão de habitantes. Os sítios eletrônicos elencados no Quadro 3 foram os utilizados para as observações da pesquisa. Desta forma, não foram buscados os dados em outros sítios eletrônicos que não os oficiais ou que não estivessem ligados com os mesmos.

### 3.3. Instrumentos e procedimentos de pesquisa

A seguir, são descritos os instrumentos e procedimentos de pesquisa, incluindo as etapas e critérios para a coleta e a análise de dados. Este elemento possui caráter orientador e delimitador do trabalho.

A pesquisa utiliza como instrumento de coleta de dados a observação dos sítios eletrônicos dos municípios, estruturada por meio de *checklists* sobre os demonstrativos a serem encontrados. O estudo foi estruturado em quatro etapas:

- 1ª etapa: identificar todos os Municípios que compõem a população e seus respectivos sítios eletrônicos oficiais.
- 2ª etapa: construir *checklists* prevendo os demonstrativos contábeis para todos os anos do período abrangido, conforme as bases normativas aplicáveis.
- 3ª etapa: visitar os sítios eletrônicos para preencher os *checklists*, com vistas a coletar os dados necessários, de modo individualizado.
- 4ª etapa: descrever os dados encontrados com vistas perceber o nível de publicação na internet dos demonstrativos abrangidos, por município e no conjunto dos municípios.

A construção do primeiro *checklist* levou em consideração apenas os quatro balanços de publicação anual exigidos pela Lei n.º 4.320/1964, conforme demonstrado no quadro a seguir.

Os demais *checklists* abrangeram os demonstrativos dos relatórios exigidos pela Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF): o Relatório de Gestão Fiscal (RGF) e o Relatório Resumido da Execução Orçamentária (RREO) – nos Quadros 5 e 6, respectivamente.

#### Quadro 4. Checklist para os balanços públicos buscados nos sítios eletrônicos

Anexos e títulos	2000	(...)	2013
Anexo 12 - Balanço Orçamentário			
Anexo 13 - Balanço Financeiro			
Anexo 14 - Balanço Patrimonial			
Anexo 15 - Demonstração das Variações Patrimoniais			

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos balanços estabelecidos na Lei n.º 4.320/1964 (Brasil, 1964).

### Quadro 5. Checklist para os demonstrativos do RGF buscados nos sítios eletrônicos

Anexos e títulos	2000	(...)	2013
Anexo 1 - Demonstrativo da Despesa com Pessoal			
Anexo 2 - Demonstrativo da Dívida Consolidada Líquida - DCL			
Anexo 3 - Demonstrativo das Garantias e Contragarantias de Valores			
Anexo 4 - Demonstrativo das Operações de Crédito			
Anexo 5 - Demonstrativo da Disponibilidade de Caixa			
Anexo 6 - Demonstrativo dos Restos a Pagar			
Anexo 7 - Demonstrativo Simplificado do Relatório de Gestão Fiscal			

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos demonstrativos estabelecidos no MDF (STN, 2012b).

### Quadro 6. Checklist para os demonstrativos do RREO buscados nos sítios eletrônicos

Anexos e títulos	2000	(...)	2013
Anexo 1 - Balanço Orçamentário			
Anexo 2 - Demonstrativo da Execução das Despesas por Função/Subfunção			
Anexo 3 - Demonstrativo da Receita Corrente Líquida			
Anexo 4 - Demonstrativo das Receitas e Despesas Previdenciárias			
Anexo 5 - Demonstrativo do Resultado Nominal			
Anexo 6 - Demonstrativo do Resultado Primário			
Anexo 7 - Demonstrativo dos Restos a Pagar por Poder e Órgão			
Anexo 8 - Dem. das Receitas e Despesas com Manutenção e Desenv. do Ensino - MDE			
Anexo 9 - Demonstrativo das Receitas e Operações de Crédito e Despesas de Capital			
Anexo 10 - Demonstrativo da Projeção Atuarial do Regime de Previdência			
Anexo 11 - Demonstrativo da Receita de Alienação de Ativos e Aplicação dos Recursos			
Anexo 12 - Dem. das Receitas e Despesas com Ações e Serviços Públicos de Saúde			
Anexo 13 - Demonstrativo das Parcerias Público-Privadas			
Anexo 14 - Demonstrativo Simplificado do Relatório Resumido da Execução			

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos demonstrativos estabelecidos no MDF (STN, 2012b).

Estes últimos dois *checklists* foram construídos de acordo com os títulos de demonstrativos definidos na 5ª edição do Manual de Demonstrativos Fiscais (MDF). Destaca-se que o RGF Consolidado, fundamentado e apresentado no Quadro 1, não foi considerado nas observações, visto que a pesquisa busca exclusivamente dados do Poder Executivo. Para

o RGF, foram considerados apenas os demonstrativos referentes ao último quadrimestre ou semestre de cada ano. Para o RREO, foram considerados apenas os demonstrativos referentes ao último bimestre de cada exercício financeiro.

As lacunas dos *checklists*, nas colunas em branco dos anos, devem ser preenchidas conforme a legenda do



### Quadro 7. Legenda e critério para a classificação dos níveis de publicação dos demonstrativos

Legenda de classificação	Critério	Balancos	RGF	RREO
C – Completo	“n” = 100%	4	7	14
P – Parcialmente completo	$80\% \leq \text{“n”} < 100\%$	-	6	12 ou 13
I – Incompleto	$20\% \leq \text{“n”} < 80\%$	1 a 3	2 a 5	3 a 11
A – Ausente	$0\% \leq \text{“n”} < 20\%$	0	0 ou 1	0 a 2

Fonte: Elaborado pelos autores.

quadro a seguir. O critério para a classificação em cada faixa não segue disposições normativas e pauta-se pela razoabilidade das informações disponíveis nos sítios oficiais, sob o ponto de vista dos pesquisadores.

O «n» da coluna de «Critério», do Quadro 7, representa o número de demonstrativos que deveriam ser publicados. Desta forma, para ser considerado como «Completo», os Poderes Executivos dos municípios precisam publicar os quatro balanços da Lei n.º 4.320/1964, os sete demonstrativos do RGF e os quatorze demonstrativos do RREO.

A ausência de publicação de um demonstrativo foi classificada como «ausente». Considera-se que a publicação de um demonstrativo com valores zerados exime possíveis dúvidas sobre o demonstrativo possuir, de fato, ausência de dados – ao invés da omissão da publicação. Haveria ainda a possibilidade de que estivesse expresso junto aos *links* dos demonstrativos que não houve movimentação que justificasse a elaboração e publicação. Todavia, nenhum aviso neste sentido foi encontrado durante a pesquisa.

As observações foram efetuadas nos sítios eletrônicos de cada município da Região da Grande Florianópolis entre os dias 5 e 7 de julho de 2014. Após isso, durante os dias 19 a 22 de setembro de 2014, foram feitos pedidos de acesso à informação sobre onde poderiam estar disponibilizados os balanços da Lei n.º 4.320/1964 e os demonstrativos do RGF e do RREO.

Tais pedidos foram feitos por *e-mails*, portais de acesso à informação ou canais de atendimento do tipo «Fale Conosco» disponíveis nos sítios eletrônicos oficiais. Esta etapa procurou identificar se os demonstrativos que não foram encontrados em um primeiro momento estariam disponibilizados em outros sítios eletrônicos não ligados aos sítios oficiais.

Com exceção do Município de Angelina – cujo sítio eletrônico estava em reformulação durante o período da observação – todos os municípios foram consultados e tiveram informações solicitadas com base na Lei de Acesso à Informação quanto à localização de possíveis demonstrativos faltantes. Do total de vinte e uma solicitações, apenas quatro foram respondidas durante o prazo legal de vinte dias, sendo que uma das respostas solicitou prorrogação do prazo com base na Lei de Acesso à Informação. Destas quatro respostas, nenhuma apontou para um caminho diferente nos sítios eletrônicos previamente conhecidos. Desta forma, os resultados da primeira observação foram mantidos para todos os municípios.

#### 4. Resultados da pesquisa

A seguir, são demonstrados os dados obtidos a partir da aplicação dos *checklists*. É feita a análise da disponibilização na internet dos demonstrativos contábeis selecionados por parte dos Poderes Executivos dos municípios da Região da Grande Florianópolis.

### Quadro 8. Classificação conforme a publicação dos balanços da Lei n.º 4.320/1964

Municípios / Anos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rancho Queimado	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São Bonifácio	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	I	I	I	I
Anitápolis	A	A	A	A	A	A	A	I	I	I	I	A	A	A
Major Gercino	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Leoberto Leal	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São Pedro de Alcântara	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Angelina	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Águas Mornas	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Paulo Lopes	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Antônio Carlos	A	A	A	I	I	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Alfredo Wagner	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Canelinha	A	A	A	A	A	A	A	A	I	I	A	I	I	A
Nova Trento	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	I	I	A	I
Governador Celso Ramos	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Garopaba	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Sto. Amaro da Imperatriz	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São João Batista	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Tijucas	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Biguaçu	A	I	I	A	I	I	I	I	I	A	I	A	A	I
Palhoça	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São José	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Florianópolis	I	I	C	C	I	C	C	C	C	C	C	C	C	C

Legenda: A – Ausente. I – Incompleto. P – Parcial. C – Completo.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nas observações nos sítios eletrônicos dos municípios.

#### 4.1. Análise da disponibilização dos balanços da Lei n.º 4.320/1964

No Quadro 8 apresenta-se o resumo da aplicação do *checklist* do Quadro 4 sobre os balanços públicos constantes nos sítios eletrônicos dos vinte e dois municípios da população, conforme o critério evidenciado no Quadro 7.

Observa-se que, predominantemente, os balanços estão ausentes nos sítios eletrônicos analisados, sendo que quinze municípios (68,18%) não apresentaram qualquer publicação em seus sítios eletrônicos.

Sete municípios publicaram de forma incompleta os balanços, o que representa 31,82% da população. Mesmo apresentando períodos com publicação

incompleta, foram apontados períodos de ausência de publicação destes mesmos municípios.

Apenas o Município de Florianópolis apresentou períodos com publicação completa dos demonstrativos: onze publicações entre os quatorze anos analisados, o que representa 78,57% dos exercícios financeiros. Florianópolis se destaca entre os municípios por não apresentar períodos com publicações classificadas como ausentes.

#### 4.2. Análise da disponibilização dos demonstrativos do RGF

O Quadro 9 demonstra os resultados obtidos a partir da aplicação do *checklist* do Quadro 5 referente à publicação dos demonstrativos do RGF.

Observa-se no Quadro 9 que há uma predominância de publicações classificadas como ausentes, conforme o critério definido no Quadro 9. No total, dezesseis municípios

**Quadro 9. Classificação conforme a publicação dos demonstrativos do RGF**

Municípios / Anos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rancho Queimado	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São Bonifácio	A	A	A	A	A	A	A	A	A	C	C	C	C	C
Anitápolis	A	A	A	A	A	A	A	C	C	C	C	I	A	A
Major Gercino	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Leoberto Leal	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São Pedro de Alcântara	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Angelina	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Águas Mornas	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Paulo Lopes	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	A	A	A
Antônio Carlos	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	C	C	I	P
Alfredo Wagner	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Canelinha	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Nova Trento	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Governador Celso Ramos	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Garopaba	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Sto. Amaro da Imperatriz	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São João Batista	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Tijucas	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Biguaçu	A	I	I	A	A	A	A	A	A	A	I	A	A	C
Palhoça	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São José	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Florianópolis	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	I	P	P	P

Legenda: A – Ausente. I – Incompleto. P – Parcial. C – Completo.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nas observações nos sítios eletrônicos dos municípios.

(72,73% dos vinte e dois municípios) não apresentaram qualquer publicação do RGF nos seus sítios.

Cinco municípios (22,73%) tiveram, em algum momento entre os anos abrangidos, publicações consideradas incompletas. Dois municípios (9,09%) apresentaram publicações parciais. Quatro municípios (18,18%) apresentaram em algum momento do período analisado publicações classificadas como completas.

### 4.3 Análise da disponibilização dos demonstrativos do RREO

O Quadro 10 demonstra os resultados da aplicação do *checklist* do Quadro 6 sobre os sítios eletrônicos dos municípios, referentes à publicação dos demonstrativos do RREO.

Observa-se que dezesseis municípios tiveram publicações classificadas como ausentes, conforme o critério

**Quadro 10. Classificação conforme a publicação dos demonstrativos do RREO**

Municípios / Anos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rancho Queimado	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São Bonifácio	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	C	C	C	C
Anitápolis	A	A	A	A	A	A	A	P	I	P	C	I	A	A
Major Gercino	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Leoberto Leal	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São Pedro de Alcântara	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Angelina	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Águas Mornas	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Paulo Lopes	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	A	A	A
Antônio Carlos	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	I	I	P
Alfredo Wagner	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Canelinha	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Nova Trento	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Governador Celso Ramos	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Garopaba	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Sto. Amaro da Imperatriz	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São João Batista	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Tijucas	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Biguaçu	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	I	A	A	I
Palhoça	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
São José	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Florianópolis	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	P	P	P	P

Legenda: A – Ausente. I – Incompleto. P – Parcial. C – Completo.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nas observações nos sítios eletrônicos dos municípios.

da pesquisa, o que representa 72,73% dos municípios analisados. Cinco dos vinte e dois municípios (22,73%) apresentaram, em algum momento entre os anos abrangidos, publicações classificadas como incompletas. As publicações classificadas como parciais foram encontradas em três municípios, enquanto as publicações “completas” foram encontradas em apenas dois, representando 13,64% e 9,09% dos entes, respectivamente.

#### 4.4. Análise geral da disponibilização dos demonstrativos na internet

No período observado, quatorze municípios tiveram suas publicações classificadas como «ausentes» para todos os demonstrativos abrangidos. Não foi encontrado nenhum município com publicações consideradas completas para todos os demonstrativos. Com exceção de três municípios (Antônio Carlos, Biguaçu e Florianópolis), as publicações consideradas como «incompletas» referem-se aos anos de 2007 a 2013.

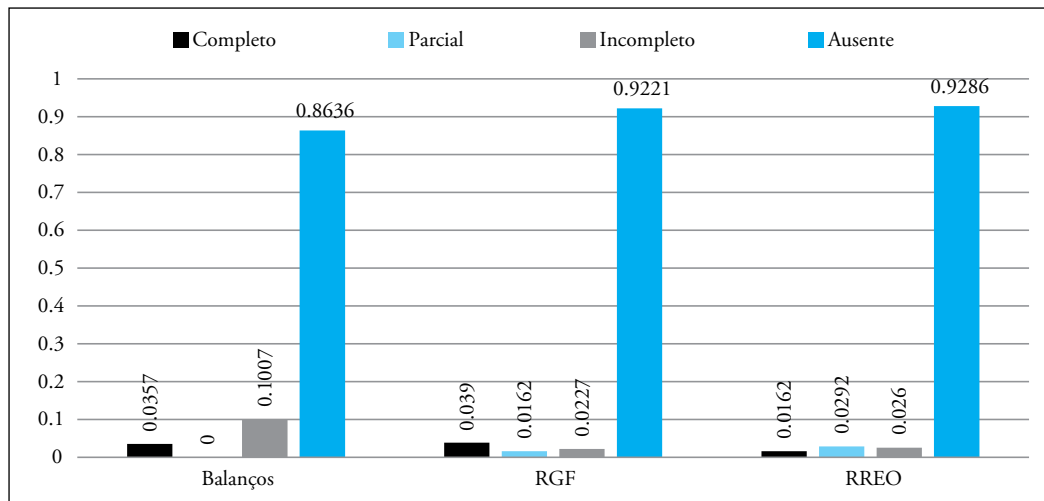
O Gráfico 1 demonstra, de forma resumida, os resultados encontrados nas buscas dos balanços da Lei

n.º 4.320/1964 e dos demonstrativos componentes do RGF e do RREO. Fica evidente que a publicação dos balanços da Lei n.º 4.320/1964 na Região da Grande Florianópolis é baixa, com apenas 3,57% de publicações completas, referentes ao período de 2000 a 2013. As publicações incompletas representam 10,07%, enquanto que a ausência de publicação corresponde a 86,36% dos municípios e períodos analisados.

A publicação do RGF nos municípios também é baixa, com 3,90% de publicações classificadas como «completas». As publicações parciais representam 1,62% dos municípios analisados, enquanto as publicações incompletas representam 2,27%. A ausência de publicação corresponde a 92,21% dos municípios e períodos.

Por fim, para os demonstrativos do RREO, destaca-se também a predominância de publicações classificadas como ausentes, com ocorrência de 92,86%. As publicações classificadas como completas representaram 1,62%, enquanto as classificadas como “parciais” e “incompletas” representaram 2,92% e 2,60% das ocorrências, respectivamente.

Gráfico 1. Resumo da classificação das publicações na internet



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos Quadros 8, 9 e 10.

## Conclusões

Considera-se que foi atingido o objetivo estabelecido de identificar as publicações na internet de demonstrativos contábeis por parte dos municípios da Região da Grande Florianópolis, elaborados em atendimento à Lei n.º 4.320/1964 e à Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), referentes ao período de 2000 a 2013. Os resultados da pesquisa, apresentados no capítulo 4, demonstram a classificação, conforme o critério metodológico, das publicações para cada município e em cada ano analisado, além de um resumo geral das ocorrências na Região.

A publicação dos balanços da Lei n.º 4.320/1964 foi considerada baixa na Região. De fato, apenas o município de Florianópolis, dentre os vinte e dois municípios abrangidos, publicou de modo completo os seus balanços.

No que se refere à publicação dos demonstrativos componentes do Relatório de Gestão Fiscal (RGF), os municípios também apresentaram desempenho baixo. Referente à maioria dos anos houve publicação limitada, quando não completamente ausente, de tais demonstrativos. A publicação dos demonstrativos do Relatório Resumido da Execução Orçamentária (RREO) apresentou resultados similares. Enquanto que para os demonstrativos do RGF a ausência das publicações ficou em 92,21%, para o RREO a ausência apontou 92,86% das ocorrências.

Durante a pesquisa nos sítios eletrônicos, a maior dificuldade encontrada foi a ausência de uma estrutura de apresentação padronizada das publicações entre os municípios. Enquanto alguns municípios exibiam o *link* para as publicações contábeis na página inicial, outros apresentavam os *links* apenas em páginas internas dos sítios eletrônicos.

Esta pesquisa limitou-se à população abrangida, com municípios de apenas uma Região de um estado-membro. Devido à baixa representatividade nacional – ou mesmo estadual – desse grupo perante o universo maior de municípios brasileiros, os resultados obtidos não podem ser generalizados. Destaca-se também que o critério utilizado para a classificação quanto à publicação dos demonstrativos foi elaborado de forma discricionária pelos pesquisadores. Por isso, os resultados obtidos só podem ser analisados sob o ponto de vista desse critério.

Entende-se que a publicação dos demonstrativos contábeis na internet é relevante para a população, visto que o Poder Executivo de cada município é chefiado por um Prefeito escolhido democraticamente pelos seus munícipes. Esse representante eleito possui a obrigação constitucional de prestar contas sobre o uso dos recursos públicos, além do dever de dar publicidade e transparência às contas públicas.

Como sugestões para trabalhos futuros, com o intuito de fornecer dados para a comparação e a criação de indicadores gerais acerca do tema, é possível executar a mesma abordagem metodológica desta pesquisa em outras regiões de municípios. Outra vertente deste estudo pode ser realizada com foco na qualidade das formas de acesso aos demonstrativos, incluindo a facilidade das consultas, conforme as preferências dos usuários.

## Referências

- Braga, L. V., Alves, W.S., Figueredo, R.M.C., Santos, R.R. O papel do governo eletrônico no fortalecimento da governança do setor público. *Revista do Serviço Público*, Brasília, 59 (1), 5-21, jan./mar. 2008. [http://www.enap.gov.br/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=2881](http://www.enap.gov.br/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=2881). Acesso em: 18 nov. 2013.

- Brasil. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. Atualizada até a Emenda Constitucional n.º 66, de 13 de julho de 2010. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 13 nov. 2013.
- Brasil (1964). *Lei n.º 4.320*, de 17 de março de 1964. Estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L4320.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4320.htm). Acesso em: 13 nov. 2013
- Brasil (1998). *Lei n.º 9.755*, de 16 de dezembro de 1998. Dispõe sobre a criação de «homepage» na «Internet», pelo Tribunal de Contas da União, para divulgação dos dados e informações que especifica, e dá outras providências. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9755.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9755.htm). Acesso em: 13 nov. 2013.
- Brasil (2000). *Lei Complementar n.º 101*, de 4 de maio de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal). Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp101.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp101.htm). Acesso em: 13 nov. 2013.
- Brasil (2009). *Lei Complementar n.º 131*, de 27 de maio de 2009 (Lei da Transparência). Acrescenta dispositivos à Lei Complementar n.º 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp131.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp131.htm). Acesso em: 13 nov. 2013.
- Brasil (2011). *Lei n.º 12.527*, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação). Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm). Acesso em: 13 nov. 2013.
- CFC – Conselho Federal de Contabilidade (2008). *Resolução n.º 1.133*, de 25 de novembro de 2008. Aprova a NBC T 16.6 – Demonstrações Contábeis. [http://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes\\_sre.aspx?Codigo=2008/001133](http://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2008/001133). Acesso em: 13 nov. 2013.
- CGU – Controladoria-Geral da União (2011). *Acesso à informação pública*: uma introdução à Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011. Cartilha. <http://www.cgu.gov.br/publicacoes/CartilhaAcessoaInformacao/CartilhaAcessoaInformacao.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2013.
- Colauto, R. D & I. M. Beuren (2004). Coleta, análise e interpretação dos dados. In: Beuren, I. M. (Org.). *Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática* (Cap. 5, p. 117-144). São Paulo: Atlas.
- Cruz, F. (Org.), Viccari Junior, A., Glock, J.O., Herzmann, N., Tremel, R. (2011). Lei de Responsabilidade Fiscal comentada: *Lei Complementar, 101*, de 4 de maio de 2000. 7ª ed. São Paulo: Atlas.
- Evangelista, L. (2010). *Controle social versus transparência pública: uma questão de cidadania*. 34 f. Monografia (Especialização) – Curso de Orçamento Público, Tribunal de Contas da União, Brasília. <http://portal2.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/2053966.PDF>. Acesso em: 18 nov. 2013.
- FECAM – Federação Catarinense dos Municípios. *Municípios*. <http://www.fecam.org.br/municipios/>. Acesso em: 18 nov. 2013.
- Franco, L. M. G., Rezende, D. A., Figueiredo, F. C., & Nascimento, C. (2014). Nível de divulgação eletrônica da contabilidade pública dos municípios do Paraná no ambiente da internet. *Revista de Ciências da Administração*, Florianópolis, 16 (38), 140-153, abr. 2014. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n38p140>. Acesso em: 08 set. 2014.
- GIL, A. C. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5ª ed. São Paulo: Atlas.

- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2013). Você sabia? «curiosidades» municípios novos. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. <http://7a12.ibge.gov.br/voce-sabia/curiosidades/municipios-novos>. Acesso em: 18 nov. 2013.
- Keunecke, L. P., J. Teles & L. Flach (2011). Práticas de accountability: uma análise do índice de transparência nos municípios mais populosos de Santa Catarina. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, Florianópolis, 16 (8), 153-174, jul./dez. 2011. <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8069.2011v8n16p153>
- Nunes, G. S. de F. (2013). *Avaliação da transparência pública à luz da legislação brasileira: um estudo nos municípios da região sul do Brasil*. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Contábeis, CSE, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/123151/324031.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 08 set. 2014.
- Raupp, F. M. & I. M. Beuren (2004). Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: Beuren, I. M. (Org.), *Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática* (Cap. 3, pp. 76-97). São Paulo: Atlas.
- Silva, G. C. da, G. C. R. do Nascimento & C. D. Ferreira, C. D. (2014). Transparência na prestação de contas da administração pública municipal na internet: um estudo de caso no estado de Goiás. In: Congresso UFSC de Controladoria e Finanças & Iniciação Científica em Contabilidade, 5ª edição, Florianópolis. *Anais*. Florianópolis: UFSC, 2014, 1-16. [http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/arquivos\\_artigos/artigos/1034/20140423130922.pdf](http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/arquivos_artigos/artigos/1034/20140423130922.pdf). Acesso em: 08 set. 2014.
- STN – Secretaria do Tesouro Nacional (2012a). *Portaria n.º 437*, de 12 de julho de 2012. Aprova as Partes II – Procedimentos Contábeis Patrimoniais, III – Procedimentos Contábeis Específicos, IV – Plano de Contas Aplicado ao Setor Público, V – Demonstrações Contábeis Aplicadas ao Setor Público, VI – Perguntas e Respostas e VII – Exercício Prático, da 5ª edição do Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público (MCASP). [http://www.tesouro.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/Portaria\\_STN\\_437\\_MCASP.pdf](http://www.tesouro.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/Portaria_STN_437_MCASP.pdf). Acesso em: 14 jul. 2012. 2012a.
- STN – Secretaria do Tesouro Nacional (2012b). *Portaria n.º 637*, de 18 de outubro de 2012. Aprova a 5ª edição do Manual de Demonstrativos Fiscais (MDF). Disponível em: [http://www.tesouro.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/MDF5/MDF\\_5edicao.pdf](http://www.tesouro.fazenda.gov.br/legislacao/download/contabilidade/MDF5/MDF_5edicao.pdf). Acesso em: 04 nov. 2012. 2012b.
- STN/SOF – Secretaria do Tesouro Nacional e Secretária de Orçamento Federal (2012). *Portaria Conjunta n.º 2*, de 13 de junho de 2012. Aprova as Partes I – Procedimentos Contábeis Orçamentários e VIII – Demonstrativo de Estatísticas de Finanças Públicas, da 5ª edição do Manual de Contabilidade Aplicada ao Setor Público (MCASP). [http://www3.tesouro.gov.br/legislacao/download/contabilidade/Portaria\\_Conjunta\\_STN\\_SOF\\_N02\\_2012\\_PCODEFP.pdf](http://www3.tesouro.gov.br/legislacao/download/contabilidade/Portaria_Conjunta_STN_SOF_N02_2012_PCODEFP.pdf). Acesso em: 06 jul. 2014. 2012.

Fecha de recepción: 13 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 21 de octubre de 2015

Correspondencia: guimacielmafra@gmail.com



# Estudo sobre a relação entre o resseguro, gestão dos índices regulatórios e a redução dos tributos em seguradoras no Brasil

Gabriel Almeida Caldas, Adriano Rodrigues y Marcelo Alvaro da Silva Macedo

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Departamento de Contabilidade

Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Departamento de Administração

A recente entrada de novos resseguradores, além do tradicional/estatal/monopolista, deu nova cara ao mercado de seguros nacional, modificando de modo profundo as características das operações de resseguros contratadas pelas seguradoras. A relação do nível de resseguro com índices de solvência, de tributos e com determinantes deste, foi alvo de pesquisas internacionais e nacionais, sendo as últimas apenas no período pré-abertura do mercado (até 2007). Neste contexto, este estudo analisa, por meio de modelo de regressão linear com dados *pooled*, se o uso do resseguro pelas seguradoras brasileiras, no período de 2011 a 2013, foi influenciado pelos níveis de solvência, tributos, rentabilidade e tamanho. Em consonância com as pesquisas internacionais, não foi encontrada significância estatística para as variáveis de solvência. O determinante «Tamanho» indicou que seguradoras menores possuem maior aversão ao risco e, assim, níveis mais elevados de resseguro. A *proxy* de tributos apresentou significância positiva, sugerindo que as seguradoras nacionais utilizam o resseguro como ferramenta de gestão tributária. A *proxy* de rentabilidade mostrou-se eficaz para explicar o relacionamento com o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras nacionais, indicando que as seguradoras nacionais mais rentáveis tendem a investir mais no gerenciamento de seus riscos fazendo maior uso do resseguro em suas operações que as menos rentáveis. O presente estudo encontrou indícios de que o resseguro é utilizado pelas seguradoras brasileiras, não só como uma ferramenta de gestão de riscos, mas também na gestão tributária e de resultados.

**Palavras-chave:** resseguro, gestão de Riscos, regulações econômica e tributária.

## Study on the Relationship between the Reinsurance, Management of Regulatory Ratios and Tax Reduction on Insurance Companies in Brazil

The recent entry of new reinsurers, besides the traditional/state/monopolist, changed the domestic insurance market, changing in profound ways how insurance companies work with reinsurance transactions. The relationship between the reinsurance level and solvency ratios, taxes and determinants was a subject analyzed by international and national studies, the latter researched the market during the pre-opening period (until 2007). In this context, this study analyzes, through a pooled linear regression model, if the use of reinsurance by the Brazilian insurance companies, between

2011 and 2013, was influenced by the solvency and taxes, profitability and size of these companies. According to the international studies, there was no statistical significance for solvency variables. The “size” showed that smaller insurers are risk-averse and thus need higher levels of reinsurance. The proxy taxes had a positive significance, suggesting that national insurers use reinsurance as a tax management tool. The profitability variable was effective to explain the use of reinsurance by national insurance companies. The most profitable insurance companies tend to invest more in managing their risks by making greater use of reinsurance for its less profitable operations. This study found evidence that reinsurance is used by Brazilian insurance companies, not only as a risk management tool, but also for managing taxes and results.

**Keywords:** Reinsurance, Risk Management, Economic and Tax Regulation.

### **Estudio sobre la relación entre el reaseguro, administración de índices de regulación y la reducción de tributos a las compañías de seguros en Brasil**

La reciente entrada de nuevos reaseguradores, además del tradicional/estatal/monopolista, han creado una nueva faceta en el mercado nacional de seguros, cambiando drásticamente las características de los reaseguros contratados por las compañías de seguros. La relación del reaseguro con los índices de solvencia, tributos y los factores determinantes de este fue el blanco de muchas investigaciones internacionales y nacionales, estas últimas se realizaron en el período previo a la apertura del mercado (hasta el 2007). En este contexto, el presente estudio analiza, a través de un modelo de regresión lineal con datos *pooled*, si el uso del reaseguro por parte de las aseguradoras brasileñas durante el período 2011- 2013 fue influenciado por los niveles de solvencia, los tributos, la rentabilidad y el tamaño. Según las investigaciones internacionales, no hay un resultado estadísticamente significativo para las variables de solvencia. El determinante “tamaño” indicó que las aseguradoras más pequeñas tienen mayor rechazo al riesgo y por lo tanto el nivel de reaseguro es más alto. El *proxy* de tributos presentó significancia positiva, lo que sugiere que las aseguradoras nacionales utilizan el reaseguro como herramienta de gestión tributaria. El *proxy* de rentabilidad fue eficaz, lo que explica su relación con el nivel de reaseguro utilizado por las compañías de seguros nacionales; esto indica que las compañías de seguros nacionales más rentables tienden a invertir más en la gestión de sus riesgos al usar más el reaseguro en sus operaciones menos rentables. El presente estudio encontró indicios de que el reaseguro es utilizado por las compañías de seguros de Brasil, no solo como una herramienta de gestión de riesgos, sino también en la gestión tributaria y de resultados.

**Palabras clave:** reaseguros, gestión de riesgos, regulación económica y de tributos.

## 1. Introdução

O resseguro é o seguro das seguradoras, realizado por meio de um contrato em que o ressegurador assume o compromisso de indenizar a companhia seguradora (cedente) pelos danos que possam vir a ocorrer em decorrência de suas apólices de seguro.

O resseguro é usado com a finalidade de gestão de riscos das Sociedades Seguradoras, visto que, por seu uso, estas podem definir o nível de apetite ao risco que estão dispostas a incorrer. Os efeitos contábeis advindos dos contratos de resseguro proporcionam alívio imediato no patrimônio e no resultado das seguradoras.

O efeito do contrato de resseguro no patrimônio se dá por meio do registro de um ativo relacionado à parcela do risco cedida ao ressegurador que a cedente irá recuperar, o qual poderá ser utilizado como redutor da necessidade de ativos de cobertura de provisões técnicas para fins de atendimento aos requisitos regulatórios impostos pela Superintendência de Seguros Privados - Susep. Na demonstração de resultado do exercício da cedente a parcela dos riscos cedida ao ressegurador é reconhecida como despesa, a qual é dedutível para fins de resultado tributável. Desta forma, as seguradoras podem utilizar o resseguro como ferramenta para cumprimento de seus objetivos regulatórios e tributários.

Os índices de solvência e o resultado tributável das seguradoras são calculados com base nos números contábeis, logo a contabilidade desempenha papel fundamental na gestão de capital das seguradoras.

Na indústria de seguros, a mensuração das provisões de sinistros, investigada por Grace (1990) e Petroni (1992), e a utilização de resseguros para fins regulatórios e de redução do pagamento de tributos, investigada por Adiel (1996), constituem dois meios

significativos para a gestão dos níveis regulatórios, de capital e de rentabilidade.

Neste contexto, o objetivo principal desta pesquisa é investigar o uso do resseguro pelas sociedades seguradoras para os propósitos de gestão dos índices de solvência e de desempenho, bem como para redução dos níveis de tributos.

Assim sendo, em consonância com o objetivo de pesquisa, aflora o seguinte problema de pesquisa: Como as sociedades seguradoras utilizam os contratos de resseguros em resposta às regulações econômica e tributária no Brasil?

## 2. Seguros e resseguros

A literatura apresenta como origem do seguro o caso clássico dos comerciantes da Babilônia no século XVIII a. C., quando estes, preocupados com o risco de perda de seus camelos durante as longas travessias pelo deserto em direção a regiões vizinhas, formavam acordos nos quais quem perdesse um camelo, por desaparecimento ou morte, receberia outro, pago pelos demais. Passeando pela história, por volta de 1800 a. C., surgiu o código de Hamurabi que previa que os navegadores deveriam se associar para ressarcir aquele que perdesse o seu navio (Souza, 2007).

Por muito tempo o comércio de seguros era praticado por particulares, porém em 1962, um comerciante londrino chamado Edward Loyd, funda o *Lloyd's Coffee* onde cria uma clientela de banqueiros e financistas. Esses clientes começaram a organizar uma bolsa de seguros de navios e cargas em seu Café, sendo este o precursor do atual Lloyd's de Londres. O século XVII marcou o surgimento das primeiras empresas de seguros e somente no século XIX os seguradores particulares foram totalmente substituídos por essas (Pauzeiro, 2008).

O seguro no Brasil se estabeleceu muitos anos mais tarde com a transferência da corte portuguesa e a fundação da primeira seguradora na capitania da Bahia: Companhia de Seguros Boa Fé. As operações de seguros no país eram regidas pelas Regulações da Casa de Seguros de Lisboa e perduraram até a 1860 quando surgiram as primeiras referências à regulamentação de seguros na legislação brasileira. A primeira regulamentação mais abrangente foi introduzida pelo Decreto-Lei nº 4.270, de 10 de dezembro de 1901, o qual regulamentou as operações de seguros e criou a Superintendência Geral de Seguros (SGS). Em 1934 a SGS foi substituída pelo Departamento Nacional de Seguros e Capitalização (DNSPC) (Pauzeiro, 2008).

Nos anos 30 as mudanças foram grandes. Ocorre a criação o Instituto de Resseguros do Brasil (IRB), ressegurador estatal/monopolista até 2008, e a criação de um efetivo Mercado Segurador Nacional, fazendo surgir um grande número de seguradoras nacionais e obrigando as seguradoras estrangeiras que aqui operavam a se organizarem como empresas brasileiras e constituírem reservas no país (Pauzeiro, 2008).

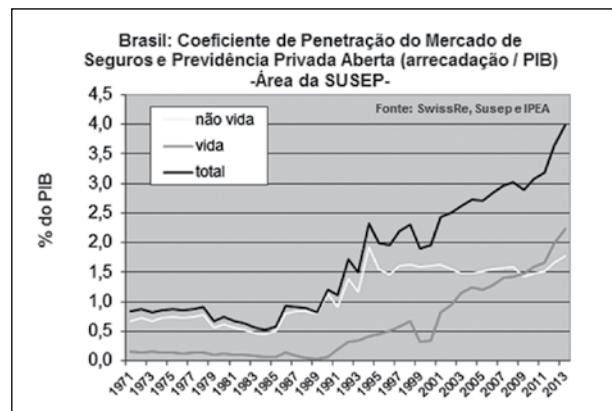
Em 1966 foi editado o Decreto Lei nº 73, que vigora até hoje, criando o Sistema Nacional de Seguros Privados, o Conselho Nacional de Seguros Privados e a Superintendência de Seguros Privados (Susep), em substituição ao DNSPC. Formato este que o mercado de seguros nacional é organizado até os dias atuais.

Outro grande marco para o mercado foi a abertura do mercado de resseguros, promovida pela Lei Complementar nº 126 de 2007. O mercado de resseguros, antes monopolizado por um único ressegurador estatal, passou a contemplar uma série de resseguradores formados por capital privado estrangeiro e nacional. Este fato promoveu uma profunda mudança no modo em que o resseguro é negociado no país, impulsionou

o aumento da oferta de produtos diferenciados de resseguro, e por fim, ocasionou uma forte evolução ao mercado de seguros nacional.

O mercado de seguros vem apresentando expansão significativa nos últimos anos em todo o mundo e no Brasil, fato verificado quando se toma por base a participação no Produto Interno Bruto (PIB) nacional, conforme figura 1. Esse fenômeno apresenta-se mais significativo no Brasil devido ao crescimento econômico dos últimos anos, levando as operações de seguros a alcançarem níveis nunca antes vistos no país.

**Figura 1. Arrecadação do mercado de seguros e previdência privada aberta sobre o PIB**



Fonte: Tudo Sobre Seguros (s.f.)

Os produtos de seguros são considerados bens superiores, visto que sua aquisição cresce mais que proporcionalmente aos acréscimos de renda. Quanto aos seguros destinados à preservação patrimonial, naturalmente seus valores refletem os próprios valores dos bens e equipamentos segurados, cujo montante é proporcional à renda e ao produto dos diferentes países. Quanto aos seguros de vida, seu componente de instrumento de poupança funciona considerando-se a propensão a poupar função do nível de renda nacional (D'Oliveira & Carvalho, 2006).

Conforme Pauzeiro, «o seguro tem como função principal o restabelecimento de do equilíbrio financeiro de uma estrutura econômica, atingida por um evento desfavorável» (2008, p. 20). Estendendo-se a proteção ao patrimônio individual e coletivo, pratica-se uma divisão social dos riscos que, ao serem minimizados, tendem a maximizar o processo de crescimento econômico. Pauzeiro afirma que o seguro se baseia em uma lógica relativamente simples: «é a troca de uma despesa futura e incerta de valor possivelmente elevado por uma despesa antecipada e certa de valor comparativamente reduzido» (2008, p. 20).

Mendes (1977) traz à tona a necessidade humana intrínseca de se prevenir contra eventos aleatórios ou fortuitos, quando define seguro como «uma operação aleatória segundo a qual um grupo de indivíduos, suficientemente grande, sujeitos a um risco comum, se reúnem com o fim de repartir entre eles os prejuízos (danos ou perdas) sofridos por alguns» (1977, p. 11).

Para Vilanova o risco pode ser definido como um acontecimento aleatório em sua realização, na época de sua realização e, ainda, no grau em que se realiza (1969 apud Luccas Filho, 2011, p. 7). Porém, nem todos os riscos são objetos de seguros, somente os seguráveis. Assim, o risco segurável é todo acontecimento futuro e incerto que independe da vontade humana e que não obedece nenhuma lei conhecida.

Alguns princípios fundamentais norteiam as operações de seguros, são eles: Mutualismo, Cálculo das Probabilidades, Lei dos Grandes Números, Princípios da Seleção e Pulverização do Risco.

Mutualismo é definido como a repartição do prejuízo de alguns pelo total de participantes do grupo, diminuindo desse modo o prejuízo que a realização do risco poderia acarretar para um indivíduo (Luccas

Filho, 2011). Pode se dizer, também, que é a reunião de um grupo de pessoas com interesses seguráveis comuns, que juntas formam uma massa econômica com a finalidade de suprir, em determinado momento, necessidades fortuitas e avaliáveis daquelas pessoas, dessa forma reduzindo o risco (Pauzeiro, 2008).

Por meio do Cálculo das Probabilidades, utilizando-se dados estatísticos, pode-se prever a ocorrência de um risco. Suprime-se, até certo ponto, o acaso e consegue-se estabelecer com grande aproximação a possibilidade de realização de um determinado evento (Luccas Filho, 2011).

Segundo Pauzeiro (2008), a Lei dos Grandes Números é o princípio geral das ciências de observação, segundo o qual a frequência de determinados acontecimentos, observada em um grande número de casos análogos, tende a se estabilizar cada vez mais, à medida que aumenta o número de casos observados, aproximando dos valores previstos pela teoria das probabilidades.

O Princípio da Seleção, de acordo com Pauzeiro, é o «método por meio do qual o subscritor escolhe os riscos e/ou os segurados que irá aceitar. O subscritor de riscos deve determinar quais os riscos são normais ou padrão, para cobrar taxas que servirão como referência-padrão para os riscos considerados como normais» (2008, p. 27).

Já a Pulverização dos Expostos aos Riscos refere-se à repartição de um seguro pelo maior número possível de participantes, a qual pode ser realizada como, por exemplo, a sua estratificação por praças, idade, tipo de objeto ou pela cessão de um co-seguro, resseguro ou retrocessão (Pauzeiro, 2008).

É neste ponto, da pulverização do risco, que se desenrola o tema principal deste artigo: o resseguro.

D'Oliveira y Carvalho (2006) considera o resseguro o ápice da atividade seguradora, fator preponderante nas estratégias de administração dos riscos incorridos pelas seguradoras na gestão de sua carteira de cobertura de riscos. A opção pelas várias modalidades de resseguro existentes permite que a seguradora defina sua própria estratégia de atuação em um determinado mercado ou em uma determinada linha de seguros. D'Oliveira y Carvalho (2006) comenta seis fatores que, segundo a literatura, levam à utilização do resseguro, os quais são listados a seguir:

- a) Pulverização do Risco
- b) Aumento da capacidade de subscrição
- c) Equilíbrio da carteira
- d) Estabilização de resultados
- e) Fortalecimento da solidez financeira do segurador
- f) Troca de conhecimento entre resseguradores e seguradoras

O resseguro viabiliza a operação das seguradoras, formando um mix homogêneo de negócios a serem retidos, ao ceder as pontas que poderiam prejudicar a homogeneidade da carteira. Fontana (1996) define «pontas» como riscos muito maiores que a média, os quais poderiam deixar o segurador exposto a uma perda que poderia comprometer sua lucratividade e até a viabilidade da empresa.

Os objetivos fundamentais do resseguro, segundo Fontana (1996, p. 111) são os seguintes:

- a) Proteger os acionistas das seguradoras contra grandes oscilações nos lucros e perdas nos balanços e no valor das ações
- b) Permitir às seguradoras subscrever riscos maiores que suas capacidades

- c) Dar competitividade a pequenas seguradoras, oferecendo-lhes capacidade a grandes empresas.

O breve histórico apresentado sobre seguros e resseguros tem como objetivo demonstrar a importância desta operação para a sociedade e a relevância de ferramentas de gestão, como o resseguro, para as companhias seguradoras. O quantitativo de pesquisas acadêmicas disponíveis sobre o setor é bem reduzido, quando comparado com outros setores também relevantes da economia. Emerge, com esta pesquisa, tentativa de cobrir esta lacuna acadêmica e de auxiliar as próprias companhias seguradoras no exercício de suas atividades.

### 3. Pesquisas anteriores

Neste capítulo serão apresentadas pesquisas nacionais e internacionais relacionadas à investigação da utilização do resseguro na gestão dos índices regulatórios e tributários das seguradoras, bem como fatores que determinam a demanda por resseguro.

Adiel (1996) investigou as decisões sobre as transações de resseguros, realizadas pelas seguradoras norte-americanas que operam no ramo patrimonial e de responsabilidade civil, com vistas a desvendar se as mesmas utilizam tal ferramenta na gestão dos índices regulatórios impostos pela NAIC<sup>1</sup> e como forma de reduzir os níveis de tributos. Segundo Adiel, «as transações de resseguro promovem um imediato aprimoramento nos ganhos e no patrimônio líquido, gerando a oportunidade de gerenciamento para o alcance de objetivos regulatórios, tributários e financeiros»<sup>2</sup> (1996, p. 208, tradução nossa). Essa pesquisa segregou as transações de resseguros em dois tipos fundamentais:

<sup>1</sup> National Association of Insurance Commissioners – NAIC (órgão regulador do mercado de seguros dos Estados Unidos da América).

<sup>2</sup> Tradução livre de «*Reinsurance transactions provide an immediate enhancement to insurers earnings and equity, generating opportunities for management to meet regulatory, tax, and financial objectives*».

- a) Resseguro tradicional (de risco): a seguradora transfere o todo ou parte do risco de suas apólices ao ressegurador.
- b) Resseguro financeiro (não tradicional): o nível de risco de subscrição transferido ao ressegurador é insignificante e as taxas de investimentos constituem componente chave do contrato.

O estudo desenvolveu duas hipóteses principais:

*Hipótese Regulatória:* Seguradoras que apresentam índices econômicos financeiros perto do limiar estabelecido pelo órgão regulador norte americano, utilizam altos níveis resseguro.

*Hipótese Tributária:* Seguradoras que enfrentam alto índice marginal de tributos apresentam baixo nível de resseguro quando comparadas com seguradoras que enfrentam baixo índice marginal de tributos.

Os resultados da pesquisa confirmaram a hipótese de que as seguradoras fazem uso do resseguro financeiro para o gerenciamento dos índices regulatórios, porém o mesmo não pôde se afirmar para o resseguro tradicional. Conforme Adiel (1996), duas razões podem explicar a preferência do uso do resseguro financeiro sobre o resseguro de risco para propósitos regulatórios:

- a) Os prêmios pagos pelo resseguro financeiro são, essencialmente, depósitos com garantia de retorno às seguradoras após alguns anos, remunerados por uma taxa de juros, enquanto o resseguro de risco não oferece essa garantia.

- b) Os efeitos de melhoria do resseguro de risco são tecnicamente bloqueados pelo sistema IRIS<sup>3</sup>, enquanto isso não acontece para o resseguro financeiro.

Os resultados da regressão não deram suporte à hipótese tributária, logo não se pôde afirmar que as seguradoras fazem uso do resseguro para reduzir os índices marginais de tributos.

Estudo mais recente sobre a relação do resseguro com os tributos nas seguradoras que atuam na linha de negócios vida<sup>4</sup>, realizado por Adams, Hardick e Zou (2008), tomou como base estudos anteriores relacionados ao gerenciamento tributário nos bancos e nas seguradoras. Outras pesquisas analisadas pelos autores identificaram que os objetivos corporativos das seguradoras podem ser alcançados com a transferência dos riscos de subscrição aos resseguradores. Como o resseguro é considerado um importante mecanismo de financiamento, visto que promove o aumento da capacidade de assunção de riscos, e o nível de tributos é, potencialmente, determinante para as decisões financeiras das seguradoras, a relação resseguros-tributos na indústria de seguros se torna um relevante campo de estudo empírico.

Os autores trazem à tona dois argumentos acerca do uso do resseguro:

- a) redução da volatilidade do resultado
- b) melhoria do resultado

O primeiro argumento baseia-se no pressuposto que as seguradoras que enfrentam convexidade nos tributos a pagar<sup>5</sup> teriam maiores incentivos para o uso

<sup>3</sup> Insurance Regulatory Information System: IRIS.

<sup>4</sup> A segregação de seguros entre «Vida» e «Não-vida» é extensamente utilizada no exterior. O ramo «Vida» é caracterizado por riscos relacionados com a vida, a incapacidade e outras eventualidades ligadas à pessoa singular; o ramo «Não-vida» define-se por exclusão do que não se classifica como o primeiro.

<sup>5</sup> O autor utiliza o termo *convex tax schedules* para definir as seguradoras que apresentam funções de tributação convexas, o que significa que teriam possibilidade de pagar menos imposto a partir da redução na volatilidade dos lucros.

do resseguro com o intuito de reduzir a volatilidade do resultado tributável e reduzir a taxa marginal de tributos. A literatura de gerenciamento de finanças e riscos alega que, para seguradoras que enfrentam convexidade nos tributos a pagar, o gerenciamento de riscos por meio do resseguro, por exemplo, pode ser um eficiente mecanismo para o gerenciamento dos tributos, visto que esta ferramenta auxilia na mitigação da volatilidade dos futuros resultados tributários e na redução do passivo tributário. Esse efeito ocorre, pois, no caso de seguradoras com convexidade nos tributos a pagar, o resseguro permite a estabilização do resultado tributável em certo nível que seria o mais favorável para a companhia.

Os autores também consideram outras seis variáveis que podem afetar a decisão quanto ao nível de resseguro utilizado pelas seguradoras: Alavancagem, Tamanho da Companhia, Mix de Produtos, Volatilidade dos Ganhos, Lucratividade e Forma Organizacional.

O estudo concluiu que as seguradoras de vida do Reino Unido com baixas taxas marginais de tributos tendem a usar mais resseguros que seguradoras de vida com altas taxas marginais de tributos, em contraste, a convexidade dos tributos não apresentou impacto na compra de resseguro e o argumento de redução da volatilidade não foi suportado. Como esperado pelos autores, os resultados consideraram a variável «Tamanho» negativa e estatisticamente significativa e as variáveis «Mix de Produtos» e «Alavancagem» positivas e estatisticamente significantes. Esses resultados são consistentes com a visão de que o crescimento na alavancagem e no mix de produtos, e o declínio no tamanho da companhia, podem indicar maior uso de resseguro pelas seguradoras de vida, com o intuito de controlar o aumento dos riscos financeiros e mitigar os custos potenciais de dificuldades financeiras.

Os determinantes da compra de resseguro pelas seguradoras de danos são testados empiricamente por Mayers e Smith (1990), sendo eles: Tributos, Custos Esperados de Falência, Incentivos de Investimentos, Repartição Ótima dos Riscos e Ganhos de Eficiência. Dentre elas, o determinante «Tributos» é o mais relevante para esta pesquisa, visto que a compra de resseguro pode reduzir os tributos a pagar das seguradoras, pois reduz a volatilidade do resultado dessas companhias. Examinou-se a compra de resseguro de 1.276 seguradoras americanas, no ano de 1981, porém, devido a limitações na base de dados, não foi possível comprovar a significância estatística do determinante «Tributos». Entre outras variáveis de controle, o tamanho da companhia, a qual também é testada na presente pesquisa, apresentou significância estatisticamente negativa, ou seja, quanto maior o porte da seguradora, menor será a compra de resseguro.

Os determinantes para o uso de resseguro pelas seguradoras na Austrália foram estudados por Carneiro e Sherris (2005). Neste estudo, conclui-se que a «Alavancagem» possui significância estatisticamente positiva com relação ao uso do resseguro, porém, «Porte da Companhia», «Tributos», «Retorno dos Investimentos» e «Estrutura de Propriedade» não foram estatisticamente significativos.

Faria (2007) aferiu em que medida a quebra do monopólio estatal sobre o resseguro e a entrada de novos *players* no mercado brasileiro afetaria a demanda por resseguro, usando como base dados dos anos de 2001 a 2004 e projetando para o período de 2005 a 2007. Para isso, redesenhou modelos estatísticos estrangeiros, os quais utilizaram série temporal, série cruzada e dados em painel. Por meio dos resultados alcançados, verificou que, de modo geral, a demanda nacional de resseguros se comportou de



modo similar ao mercado internacional. Os fatores «Preço do Resseguro», «Coeficiente de Penetração dos Seguros», «Concentração nos Ramos Vida, Saúde e Automóveis», «Fatia de Mercado», «Taxa de Retorno dos Investimentos» e «Concentração em Seguros Habitacionais» apresentaram influências negativas significativas estatisticamente sobre a demanda de resseguros. Exceção à regra teórica foi o resultado encontrado para a variável «Tamanho da Empresa» que apresentou significância estatística positiva, indicando que o crescimento das seguradoras brasileiras está relacionado com um aumento da procura de resseguros.

No estudo nacional «Demanda de Resseguros no Brasil», Silva, Chan, Martins e Fávero (2008) investigaram os principais motivos que influenciam a demanda por resseguros das seguradoras brasileiras. A pesquisa foi realizada na data base de 31 de dezembro de 2006, desta forma ainda contemplou um mercado de resseguro monopolista. Com o objetivo de verificar o impacto/influência dos principais fatores considerados relevantes para a demanda de resseguros na literatura, Silva *et al.* (2008) utilizaram um modelo de regressão linear múltipla contendo as seguintes variáveis explicativas: Alavancagem, Sinistralidade, Tamanho, Liderança de Mercado, Linhas de Concentração de Negócios, Conglomerado Financeiro e Controle Acionário. Os resultados estatísticos apontaram que somente as variáveis «Tamanho da Empresa» e «Concentração em Classes de Negócios» foram estatística e negativamente significativos. Dessa forma, sugere-se que:

- a) quanto maior a concentração em classes de negócio menor será a demanda de resseguro
- b) quanto maior o tamanho da empresa menor será a demanda de resseguro

## 4. Metodologia

### 4.1. Classificação e delineamento

O presente estudo caracteriza-se, de acordo com Vergara (2011) como sendo descritivo e explicativo. Além disso, quanto à abordagem utilizada, pode-se classificar o estudo, de acordo com Martins e Theóphilo (2009), como empírico-positivista.

A fonte utilizada para construção da base de dados do artigo foi o banco de dados público da Susep (Sistema Estatístico da Susep - SES) e as datas-bases são 31/12/2011, 31/12/2012 e 31/12/2013.

### 4.2. Hipóteses

Tendo como base o objetivo de investigar o uso do resseguro pelas sociedades seguradoras para os propósitos de gestão dos índices de solvência e de desempenho, bem como para redução dos níveis de tributos, formulou-se as hipóteses a seguir.

Os níveis de resseguro utilizados pelas companhias seguradoras norte-americanas e seu relacionamento com os índices regulatórios requeridos pela NAIC e com os níveis de pagamento de impostos foram estudados por Adiel (1996). Nesta pesquisa, é desenvolvida a *regulatory hypothesis*, a qual supõe que seguradoras com baixos índices regulatórios utilizaram níveis anormalmente altos de resseguros. Seguindo esta teoria formula-se a seguinte hipótese de pesquisa:

- **H1** Seguradoras com níveis inferiores do índice de solvência (INDSOL1 e INDSOL2) apresentam níveis elevados de resseguro (INDRES).

Um efeito contábil imediato relevante dos contratos de resseguros é a redução dos níveis de tributos das companhias seguradoras visto que o prêmio cedido em resseguro é registrado como despesa na demonstração de resultado do exercício, a qual é o ponto

de partida para a apuração do resultado tributável. Algumas pesquisas realizadas tiveram como objetivo analisar o relacionamento entre o índice de resseguro e o índice de tributos nas companhias seguradoras, com destaque para Adiel (1996) e Adams *et al.* (2008).

No estudo de 1996, Adiel desenvolve a *tax hypothesis* para as companhias seguradoras norte americanas. O resultado tributável das seguradoras é definido a partir dos números contábeis informados nas demonstrações financeiras anuais. O efeito imediato promovido pelo resseguro no resultado fornece incentivos às seguradoras em utilizar as transações de resseguros para propósito de redução dos níveis de tributários (Adiel, 1996).

Adams *et al.* (2008) também aplicam a hipótese tributária de Adiel (1996), porém, desta vez, no mercado de seguros de vida do Reino Unido.

Nesse sentido, esta pesquisa busca testar a seguinte hipótese:

- **H2** Seguradoras com baixos níveis de tributos (INDTRI) apresentam altos níveis de resseguro (INDRES).

Adams *et al.* (2008) citam em seu trabalho outros seis determinantes dos níveis de resseguros das companhias seguradoras de vida, conforme transcrição a seguir: “We consider six more variables that may affect the reinsurance decision of life insurers. These variables are leverage, firm size, product mix, earnings volatility, profitability and organizational form” (Adams *et al.*, 2008, p. 105).

Os resultados dessa pesquisa indicaram que os determinantes «alavancagem», «tamanho da companhia» e «mix de produtos» foram estatisticamente significantes.

Silva *et al.* (2008) ao estudar a demanda de resseguros no Brasil, testam os principais fatores que influenciam os níveis de resseguros das seguradoras que operam no mercado nacional. Os resultados da pesquisa indicaram que os fatores «tamanho da empresa» e «concentração em classes de negócios» foram estatisticamente significantes.

Em linha com estes estudos a seguinte hipótese de pesquisa foi assim formulada:

- **H3** Seguradoras de maior tamanho (TAM) apresentam baixos níveis de resseguros (INDRES), devido à maior capacidade de absorver os riscos.

Carneiro e Sherris (2005) e Adams *et al.* (2008) buscaram em seus estudos verificar como o nível de «Retorno Sobre os Investimentos» influenciam no nível de resseguro utilizado pelas seguradoras, assumindo a hipótese de que seguradoras com maior retorno sobre os investimentos tem capacidade de adotar melhores práticas de gerenciamento de riscos e, por conseguinte, utilizarão mais resseguro que seguradoras com baixo retorno sobre os investimentos. Além disso, como o resseguro deve registrado como uma despesa, as seguradoras podem estar utilizando a mesma como forma de gerenciamento de resultados. Nesse sentido, adiciona-se ao presente estudo uma variável de rentabilidade para observar sua relação com nível de utilização do resseguro pelas Seguradoras. Por fim, a última hipótese a ser testada é a seguinte:

- **H4** Seguradoras que apresentam maior rentabilidade (LAIR/Prêmio) apresentam maiores níveis de resseguros (INDRES), visto que adotam melhores práticas de gerenciamento de riscos.

### 4.3. Seleção da amostra, coleta de dados e instrumentos de análise

O mercado supervisionado pela Susep é composto sociedades seguradoras, resseguradores, entidades de previdência complementar aberta e sociedades de capitalização. Em 31/12/2013, o total de supervisionadas somavam 170 companhias, em 31/12/2012, 165 e em 31/12/2011, 162. Como o objetivo do estudo foi direcionado para os níveis de resseguros das seguradoras participantes deste mercado, excluímos da base de dados as seguintes entidades:

- Entidades que não apresentaram Despesa com Resseguro no Resultado em nenhum dos períodos analisados.
- Entidades que apresentaram saldo negativo ou igual a zero na conta Lucro Antes dos Impostos (LAIR), visto que o LAIR é utilizado como denominador de uma das variáveis do presente estudo.

c) Entidades consideradas *outliers* e que poderiam causar uma possível distorção nos resultados da pesquisa. Foi utilizado o critério de 3DP, resultando na retirada de 3 (três) seguradoras por apresentarem valores muito distantes dos limites estabelecidos pela Média - 3DP e/ou Média + 3 DP.

Dessa forma, a amostra passou a apresentar 74 companhias em 31/12/2013, 70 em 31/12/2012 e 73 em 31/12/2011, totalizando 217 observações.

Com o objetivo de testar as hipóteses formuladas neste trabalho, foi elaborada uma base de dados contendo 6 (seis) variáveis, que serão explicadas a seguir, as quais fazem parte do modelo econométrico deste estudo.

As variáveis dependente e independentes foram sintetizadas na Tabela 1 a seguir, que ainda apresenta a operacionalização de cada variável, as hipóteses relacionadas e os resultados esperados:

**Tabela 1. Variáveis do modelo**

Variável Dependente	Variáveis Independentes	Fórmula	Hipóteses	Sinais Esperados
INDRES: Prêmio Cedido de Resseguro Bruto Prêmio Emitido Bruto	INDSOL1	<u>Ativos Garantidores</u> Provisões Técnicas	H <sub>1</sub>	(-)
	INDSOL2	<u>Patrimônio Líquido</u> Ajustado Capital Mínimo Requerido	H <sub>1</sub>	(-)
	INDTRIB2	<u>Despesas de IR e</u> CSLL Ajustada LAIR Ajustado	H <sub>2</sub>	(+)
	TAMPE	LN do Prêmio Emitido Total	H <sub>3</sub>	(-)
	LAIR_Prêmio	<u>LAIR Ajustado</u> Prêmio Emitido Total	H <sub>4</sub>	(+)

As variáveis INDRES, INDTRIB2, TAMP e LAIR\_Prêmio foram obtidas por meio das informações contábeis disponibilizadas no sítio eletrônico da Susep, menu: Estatística de Mercado/ SES - Sistema de Estatística da Susep/Consultas sobre Empresas/Seguradoras: Demonstrações Contábeis e EAPP: Demonstrações Contábeis. Foram consultados os saldos das contas contábeis do Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício para as seguintes datas-bases 31/12/2011, 31/12/2012 e 31/12/2013.

Como o Prêmio Cedido de Resseguro Bruto tem característica de despesa no resultado, apresentando valores negativos, após calcular o INDRES, o sinal do índice foi invertido para que não houvesse distorção nos resultados dos testes econométricos.

O Lucro Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social (LAIR) e a Despesa com IR e CSLL, apresentados no resultado das Seguradoras, são influenciados pela Despesa com Resseguro registrada, logo realiza-se os seguintes procedimentos para eliminar o efeito do resseguro nessas contas e calcular o INDTRIB2:

- a) Adiciona-se a Despesa com Resseguro ao LAIR – LAIR Ajustado.
- b) Assumindo-se que a alíquota nominal de IR/CSLL é de 34%, aplica-se à Despesa com Resseguro e adiciona-se o saldo à Despesa com IR e CSLL, aumentando-a quando negativa e reduzindo-a quando positiva – Despesa de IR e CSLL Ajustada. Para fins de análise, também se inverte o sinal negativo para positivo dessa despesa.

A variável de rentabilidade, LAIR\_Prêmio, foi calculada utilizando o mesmo LAIR Ajustado da variável INDTRIB2.

Por ordenamento do art. 89 do Decreto Lei nº 73 de 1966, a Susep poderá adotar Regime Especial de Fis-

calização em suas supervisionadas que apresentarem insuficiência na cobertura de reservas técnicas. Com o intuito de averiguar a situação prevista neste dispositivo, o órgão regulador monitora os ativos garantidores das supervisionadas para verificar se apresentam saldos suficientes para cobertura das provisões técnicas, sendo esta usada para a construção da variável INDSOL1. Como esta informação não é divulgada ao público, foi realizada a análise de relatório interno do órgão regulador, para a qual foi solicitada autorização por meio do Processo Administrativo instaurado junto ao órgão.

Outro indicador que revela o nível de solvência das companhias seguradoras é a suficiência de Patrimônio Líquido Ajustado (PLA) para suportar o Capital Mínimo Requerido (CMR), estabelecido pela Resolução CNSP nº de 316 de 2014. Caso apresentem índices inferiores aos níveis estabelecidos por este normativo, as supervisionadas estarão sujeitas a atividades repressivas, que podem chegar até ao regime de liquidação extrajudicial. A Susep estabelece, por meio da Circular Susep nº 508 de 2015, que as suas supervisionadas deverão divulgar em notas explicativas às demonstrações financeiras a suficiência/insuficiência de PLA frente ao CMR. Para a construção da variável INDSOL2 foram consultadas as notas explicativas contidas nas demonstrações financeiras de dezembro de 2011, 2012 e 2013, disponibilizadas no sítio eletrônico da Susep, menu: Informações ao Público/ Mercado Supervisionado/Demonstrações Financeiras.

Para alcançar o objetivo deste estudo, foi aplicado o modelo de regressão linear com dados em *pooled*, em que “a” representa o termo constante e  $\beta_i$  os parâmetros (coeficientes) a serem estimados com o uso do método dos Mínimos Quadrados Ordinários (MQO), conforme representação a seguir:

$$\text{INDRES}_{it} = a + \beta_1 \text{INDSOL1}_{it} + \beta_2 \text{INDSOL2}_{it} + \beta_3 \text{INDTRIB}_{it} + \beta_4 \text{TAM}_{it} + \beta_5 \text{LAIR\_Prêmio}_{it} + \epsilon_{it}$$

Para análise dos pressupostos da regressão utiliza-se teste de normalidade e de homocedasticidade dos resíduos. Em caso de problemas com a presença de resíduos heterocedásticos, aplica-se a correção de White para tornar os resultados robustos. Além disso, analisa-se a colinearidade pelo cálculo do FIV (Fator de Inflação da Variância), aceitando-se FIVs < 5,00.

## 5. Apresentação e análise dos resultados

Na Tabela 2 a seguir, são demonstradas as estatísticas descritivas das variáveis componentes do modelo, calculadas com auxílio do *software* SPSS®:

**Tabela 2. Estatísticas descritivas**

Variáveis	Média	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
INDRES	0,20351	0,25046	123%
INDSOL1	0,50918	1,43308	281%
INDSOL2	1,07123	1,51268	141%
LAIR/Premio	0,38354	0,41885	109%
INDTRIB2	0,33787	0,16752	50%
TAMP	8,44003	0,79027	9%

Uma análise preliminar dos índices de solvência mostra que, em média, as seguradoras possuem ativos garantidores em nível 50% superiores que as provisões técnicas que se propõem a cobrir. Além disso, em média, as seguradoras possuem patrimônio líquido ajustado superior ao capital mínimo requerido. Os índices de solvência indicam que as Companhias analisadas, em média, atendem aos requerimentos regulatórios de capital mínimo requerido e cobertura de provisões técnicas.

O coeficiente de variação (CV) mede a homogeneidade dos dados em relação à média e, conforme Fávero, Belfiore, Silva e Chan (2009), se o percentual obtido for superior a 30%, o conjunto de dados poderá ser considerado heterogêneo e com ocorrência de *outliers*.

A partir da análise da tabela 2, nota-se que o coeficiente de variação (CV) de todas as variáveis, com exceção a variável TAMPE, é superior a 30%, logo o conjunto de dados poderá ser considerado heterogêneo e com ocorrência de *outliers*. O critério de 3DP foi aplicado à amostra, resultando na retirada de 3 (três) seguradoras por apresentarem valores muito distantes dos limites estabelecidos pela Média - 3DP e/ou Média + 3 DP e, assim, reduzindo o impacto dos *outliers* no resultado do teste.

Com base nestes resultados alcançados, pode-se afirmar que o modelo proposto neste trabalho pode ser utilizado para explicar o uso do resseguro pelas companhias seguradoras brasileiras, pois apresentou significância estatística ao nível de 5% (p-valor do teste F < 0,0001 <  $\alpha$  = 0,05), rejeitando-se a hipótese nula de que todos os coeficientes angulares ( $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$ ,  $\beta_4$  e  $\beta_5$ ) são iguais a zero, ou seja, pelo menos uma das variáveis explicativas incluídas no modelo é significativa.

A Tabela 3 resume os resultados encontrados para o modelo proposto, com uso do *software* Gretl®:

**Tabela 3. Resultados do Modelo - Variável dependente: INDRES**

Variáveis Independentes	Coefficiente	Erro Padrão	razão-t	p-valor
Const	0,92886	0,22845	4,06580	0,00007 ***
INDSOL1	0,01097	0,01116	0,98310	0,32670
INDSOL2	-0,00788	0,00972	-0,81100	0,41830
LAIR_Premio	0,15008	0,08292	1,81000	0,07172 *
TAMP	-0,10176	0,02424	-4,19800	0,00004 ***
INDTRIB2	0,23319	0,07784	2,99590	0,00306 ***
R <sup>2</sup>	0,2952	R2 ajustado		0,2785
F (estat.)	12,9226	Normalidade	(p-valor)	0,2207
F (p-valor)	< 0,0001	Breusch-Pagan	(p-valor)	< 0,0001

\*\*\* significativa a 1%; \*\* significativa a 5%; \* significativa a 10%.

Os resultados indicam que o conjunto de variáveis independentes utilizadas no modelo é capaz de explicar 29% (R<sup>2</sup>) do nível de uso de resseguro pelas companhias seguradoras brasileiras.

Verificou-se, ainda, que o modelo proposto atendeu ao pressuposto de normalidade dos resíduos, visto que o p-valor foi maior que o nível de significância de 5%. Porém, o mesmo não é válido para a homocedasticidade dos resíduos, visto que o teste de Breusch-Pagan apresentou p-valor menor que 5%. Por conta disso, utilizou-se a correção de White para corrigir o problema de heterocedasticidade dos resíduos, que segundo Fávero *et al.* (2009), torna a regressão robusta. Ademais, o cálculo dos fatores de inflação das variáveis (FIV) não indicou problema de colinearidade entre as variáveis explicativas (FIVs < 5), sendo o maior FIV igual a 1,236.

Os parâmetros das variáveis INDSOL1 e INDSOL2 não apresentaram significância estatística, pois os p-valores encontrados no teste «t» para estas variáveis são maiores do que o nível de significância estabelecido (5% ou 10%), logo, podem ser iguais a zero. Este resultado assemelha-se ao encontrado por Adiel (1996), onde os índices de solvência não explicaram a utilização resseguro tradicional nas companhias norte americanas. Logo, a rejeição H1 desta pesquisa era esperada, visto que estudos anteriores também alcançaram este resultado.

De acordo com o resultado do teste «t» para os parâmetros das variáveis INDTRIB2 e TAMP, rejeitou-se a hipótese nula (p-valor < 5%) de que esses parâmetros seriam iguais a zero; indicando, assim, a presença de significância estatística.

Para a variável TAMP os resultados apontaram que relação com a variável dependente se dá de forma negativa, indicando que seguradoras com menor

tamanho tendem a utilizar mais resseguro em suas operações que as de maior tamanho. O determinante «Tamanho» também mostrou significância estatística negativa nos estudos anteriores internacionais de Mayers e Smith (1990) e Adams *et al.* (2008) e em um estudo nacional de Silva *et al.* (2008). Os resultados encontrados pelo modelo econométrico desenvolvido neste artigo confirmam a hipótese de que Seguradoras menores, por apresentar reduzida capacidade de retenção dos riscos em relação a Seguradoras de maior porte, tendem a utilizar um maior nível de resseguro para a gestão dos seus riscos. Dessa forma, confirma-se que a aversão ao risco se faz mais presente nas seguradoras menores, visto que estas teriam uma menor capacidade de lidar com uma grande perda e, assim, cedem em maior parte seus prêmios ao resseguro.

Já, para a variável INDTRIB2, os resultados apontaram para um relacionamento forte com a variável dependente de forma positiva, ou seja, quanto maior o nível de tributos (sem o efeito da despesa de resseguro) maior será o nível de resseguros utilizado pelas seguradoras. O resultado encontrado oferece indícios de que as seguradoras que possuíam, sem o efeito do resseguro no resultado, altos níveis de tributos, apresentam altos níveis de resseguros em suas operações. Ou seja, se estas seguradoras que apresentam altos níveis de resseguro não utilizassem esta ferramenta de gestão, incorreriam em níveis maiores de tributos. Logo, os resultados desta pesquisa sugerem que as seguradoras nacionais fazem uso desta ferramenta para redução de seus níveis tributários, ou seja, como ferramenta de gestão tributária.

Quanto à variável LAIR\_Prêmio, ao utilizar-se o nível de 10% de significância, o resultado do teste “t” rejeita a hipótese nula (p-valor < 10%) de que esses parâmetros seriam iguais a zero; indicando, assim, a presença de significância estatística. Neste caso, a relação com a variável dependente se dá de forma

positiva, indicando que quanto maior a rentabilidade da seguradora, maior é a utilização do resseguro por estas. Carneiro e Sherris (2005) e Adams *et al.* (2008), em seus estudos analisaram a influência da *proxy* de rentabilidade «Retorno Sobre os Investimentos» sobre o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras, porém não obtiveram, em ambos, significância estatística que confirmassem suas hipóteses. Estes autores justificam o uso desta fundamentados em duas vertentes: a primeira é que um alto retorno sobre os investimentos indica sofisticação na gestão dos riscos o que, por conseguinte, apontaria para um maior uso do resseguro nas operações das seguradoras com essa característica; já a segunda sugere que seguradoras mais rentáveis usariam menos resseguro pelo fato de sentirem mais seguras em assumir maiores riscos que as seguradoras menos rentáveis.

Matarazzo (2003) lista os índices de rentabilidade mais utilizados pela doutrina contábil, sendo um deles a margem de lucro (líquida, operacional ou bruta). Ao utilizar como a *proxy* de rentabilidade LAIR\_Prêmio, uma variação da margem de lucro operacional, encontra-se significância estatística positiva, confirmando a primeira vertente e uma hipótese que, até então, não tinha sido confirmada pelos estudos anteriores citados neste artigo. Nesse sentido, os resultados oferecem indícios de que as seguradoras nacionais mais rentáveis fazem maior uso do resseguro em suas operações. Cabe ressaltar que este resultado também pode ter sustentação no gerenciamento de resultados, visto que seguradoras com maiores rentabilidades teriam menores problemas em reduzir seu desempenho num determinado período (efeito suavização do resultado).

Pode se concluir que, entre as variáveis estudadas nesta pesquisa, apenas as variáveis Tamanho da Companhia (TAMP) e Índice de Tributos (INDTRIB2), ao nível de significância de 5%, e LAIR\_Prêmio, ao nível de

significância de 10%, são determinantes para nível de uso de resseguro das seguradoras nacionais, indicando possíveis impactos do porte da seguradora, do gerenciamento tributário e do gerenciamento de resultado nos níveis de resseguro das seguradoras analisadas.

## 6. Conclusões

Dentre os setores da economia brasileira que apresentaram as maiores expansões últimos anos, destaca-se o de seguros privados, o qual vem cada vez mais aumentando sua representatividade no PIB do país. Desde seus primórdios, o seguro concede a segurança econômica necessária aos empreendedores em seus projetos, promovendo a evolução das economias como um todo. Sem ele, as perdas, em caso de eventos não esperados, seriam bem maiores e, talvez, irrecuperáveis, afastando novos investimentos e estagnando as economias. Tamanho foi o sucesso do negócio do seguro que a as seguradoras passaram a não ter mais a capacidade financeira necessária para suportar sozinhas todos seus riscos. É neste ponto que entra em cena o resseguro, fornecendo capacidade adicional às seguradoras. A pulverização dos riscos entre as seguradoras e para os resseguradores é oxigênio que mantém o mercado vivo o suficiente para aguentar até as maiores das catástrofes, como os furacões Adrew (1998) e Katrina (2005), bem como o famoso atentado de 11 de setembro de 2001, os quais custaram quantias gigantescas às seguradoras, sem que gerasse a quebra generalizada das mesmas.

Estudos anteriores, nacionais e internacionais, buscaram entender se, além da simples gestão de riscos, as seguradoras utilizam o resseguro para fins de gestão dos índices de solvência requeridos pelo órgão regulador e para gestão tributária com intenção da redução dos níveis de tributos. Algumas pesquisas também analisaram os fatores que influenciam o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras, com intuito

de identificar quais características destas seriam determinantes para tal.

O presente estudo analisou, por meio de um modelo de regressão linear com dados em *pooled* para os anos de 2011, 2012 e 2013, se o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras brasileiras está relacionado com os principais índices de solvência requeridos pelo órgão regulador, com o nível da despesa de tributos, com o porte e a rentabilidade das mesmas.

Em consonância com as pesquisas internacionais anteriores, os índices de solvência (H1) não apresentaram significância estatística para explicar o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras. Além dos problemas apontados por Adiel (1996) no que diz respeito à não relação entre os indicadores de solvência e o nível de resseguro, destaca-se que os índices de solvência levam em consideração o resseguro não sendo possível eliminá-lo com os dados disponíveis. Ou seja, diferentemente do que foi feito no presente estudo em relação ao impacto do nível de resseguro na rentabilidade e na tributação, não foi possível obter os indicadores de solvência isolados do efeito dos resseguros. Este pode estar sendo o possível motivo da não significância encontrada, porém futuros estudos precisam se debruçar mais neste problema para tentar encontrar uma maneira de isolar o efeito do resseguro na solvência e depois testar se realmente não há relação significativa entre os mesmos.

O forte relacionamento estatístico positivo alcançado pela *proxy* de tributos deste estudo (H2) revela que os níveis de tributos das seguradoras brasileiras são maiores quando o nível de resseguro aumenta, ou seja, se as seguradoras que apresentam altos níveis de resseguro não utilizassem essa ferramenta de gestão, incorreriam em níveis maiores de tributos. Pelo fato do mercado de resseguros brasileiro encontrar-se ainda em fase de

desenvolvimento, devido a recente abertura, pouca discussão existe sobre o uso dessa ferramenta para a gestão dos níveis tributários enfrentados pelas seguradoras. Revela-se aqui um campo fértil para pesquisas acadêmicas que, além de outras funções, servirá para o aprimoramento da gestão tributária das seguradoras nacionais o que resulta de forma direta em melhoria no resultado contábil.

Na maioria das pesquisas anteriores o determinante «Tamanho» (H3) apresentou significância estatística negativa, suportando o argumento que seguradoras maiores teriam maior capacidade de absorver os riscos/perdas, portanto utilizariam menores níveis de resseguro. Resultado semelhante foi encontrado pelo presente estudo, indicando que as seguradoras de menor porte utilizam mais o resseguro devido a menor capacidade destas de retenção dos seus riscos, ou seja, caracterizam estas por uma maior aversão ao risco que as de maior porte.

A opção deste estudo em verificar uma *proxy* de rentabilidade diferente de estudos anteriores, justificou-se pela não significância estatística encontradas por eles. A margem de lucro operacional, representada pela variável LAIR\_Prêmio (H4) mostrou-se eficaz para explicar o relacionamento com o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras nacionais, confirmando a vertente teórica de que as seguradoras mais rentáveis fazem maior uso do resseguro em suas operações. A indicação de que rentabilidade é um determinante para o nível de resseguro das seguradoras nacionais passa a ser uma contribuição para pesquisas posteriores sobre o tema, visto que, até então, não existiam na literatura resultados consistentes sobre esta *proxy*.

A busca por pesquisas anteriores que abordassem o resseguro e suas funções nas seguradoras levou a constatação de que o tema é pouco explorado mundialmente



e, mais ainda, no Brasil. A aproximação deste tema com a contabilidade fez surgir assunções que permitem avaliar como é realizada a gestão de riscos das seguradoras, de forma que se pode comparar o comportamento entre as que utilizam em maior ou menor grau o resseguro em suas operações.

Acredita-se que as Companhias em geral, inclusive as seguradoras, tenham a intenção de aprimorar as suas ferramentas de gestão de modo contínuo para alcançar melhores resultados contábeis sendo que, no caso das seguradoras, o resseguro é uma excelente ferramenta para atingir este objetivo. Porém, as evidências encontradas no presente estudo mostram indícios de que o resseguro é utilizado pelas seguradoras não só como uma ferramenta de gestão de riscos, mas também para o gerenciamento tributário e de resultados.

Por último, sugere-se que pesquisas futuras busquem eliminar os efeitos do resseguro das variáveis de solvência com o intuito de verificar se, desta forma, passam a apresentar significância estatística para o modelo. Outros determinantes citados em pesquisas anteriores podem ser replicados no mercado nacional e novos determinantes podem ser desenvolvidos para verificar seu relacionamento com o nível de resseguro utilizado pelas seguradoras.

## Referências

Adams, M., P. Hardwick & H. Zou (2008). Reinsurance and corporate taxation in the United Kingdom life insurance industry. *Journal of Banking and Finance*, 32, 101-115. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2007.09.006>

Adiel, R. (1996). Reinsurance and the management of regulatory ratios and taxes in the property - casualty insurance industry. *Journal of Accounting and Economics*, 22, 207-240. [http://dx.doi.org/10.1016/S0165-4101\(96\)00436-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0165-4101(96)00436-3)

Carneiro, L. & M. Sherris (2005, junho, 10). Demand for Reinsurance: Evidence from Australian Insurers [Working Paper]. University of New South Wales, Sydney, AUS.

Conselho Nacional de Seguros Privados (2014). Resolução CNSP n. 316, de 2014. Dispõe sobre o capital mínimo requerido para autorização e funcionamento e sobre o plano de regularização de solvência das sociedades seguradoras, das entidades abertas de previdência complementar, das sociedades de capitalização e dos resseguradores locais. Rio de Janeiro, RJ. <http://www2.susep.gov.br/bibliotecaweb/docOriginal.aspx?tipo=1&codigo=33720>. Recuperado em 1º de fevereiro de 2015.

Decreto-Lei n. 73, de 21 de novembro de 1966 (1966). Dispõe sobre o Sistema Nacional de Seguros Privados, regula as operações de seguros e resseguros e dá outras providências. Brasília, DF. [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0073.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0073.htm). Recuperado em 1º de fevereiro de 2015.

D'Oliveira, N. & F. Carvalho (2006) *Mercado de Seguros: Solvência, Riscos e Eficácia Regulatória*. Rio de Janeiro: Funenseg.

Faria, L. (2007) Abertura de Resseguro: Demanda de Resseguro e Impacto sobre o Mercado Ressegurador. *Revista Brasileira de Risco e Seguro*, 3 (5), 133-174.

Fávero, L., P. Belfiore, F. Silva & B. Chan (2009). *Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Fontana, N. (1996). *Seguros e Resseguros: Cruzando Fronteiras*. São Paulo: Manuais Técnicos de Seguros.

Grace, E. (1990, março). Property liability insurer reserve errors: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Risk and Insurance*, 57 (1), 28-46. <http://dx.doi.org/10.2307/252923>

Luccas Filho, O. (2011). *Seguros: Fundamentos, Formação de Preço, Provisões e Funções Biométricas*. São Paulo: Atlas.

- Martins, G. A. Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo: Atlas.
- Matarazzo, D. (2003). *Análise Financeira de Balanços: abordagem básica e gerencial*. São Paulo: Atlas.
- Mayers, D. & Smith, C. (1990) On the Corporate Demand for Insurance: Evidence from the Reinsurance. *The Journal of Business*, 63 (1), 19-40. <http://dx.doi.org/10.1086/296481>
- Mendes, J. (1977). *Bases Técnicas do Seguro*. São Paulo: Manuais Técnicos de Seguros.
- Pauzeiro, J. (2008). *Seguro: Conceitos, Definições e Princípios*. Rio de Janeiro: J.C. Pauzeiro.
- Petroni, K. (1992) Optimistic reporting in the property-casualty insurance industry. *Journal of Accounting and Economics*, 15 (4), 485-508. [http://dx.doi.org/10.1016/0165-4101\(92\)90003-K](http://dx.doi.org/10.1016/0165-4101(92)90003-K)
- Silva, F., B. Chan, G. Martins & L. Fávero (2008) Demanda de Resseguros no Brasil. *Anais do 8º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade*. São Paulo, SP, Brasil.
- Souza, S. (2007). *Seguros: Contabilidade Atuária e Auditoria*. São Paulo: Saraiva.
- Stevenson, W. (1981). *Estatística Aplicada à Administração*. São Paulo: Harper & Row do Brasil.
- Superintendência de Seguros Privados (2015). Circular Susep n. 508, de 9 de janeiro de 2015. Dispõe sobre alterações das Normas Contábeis a serem observadas pelas sociedades seguradoras, sociedades de capitalização entidades abertas de previdência complementar e resseguradores locais, instituídas pela Resolução CNSP n.º 86, de 3 de setembro de 2002. Rio de Janeiro, RJ. <http://www2.susep.gov.br/bibliotecaweb/docOriginal.aspx?tipo=1&codigo=34289>. Recuperado em 1º de fevereiro de 2015.
- Tudo Sobre Seguros (s.f.). *Tudo Sobre Seguros*. <http://www.tudosobreseguros.org.br/>. Recuperado em 1º de fevereiro de 2015.
- Vergara, S. C. (2011). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 13. ed. São Paulo: Atlas.

Fecha de recepción: 10 de octubre de 2015  
 Fecha de aceptación: 21 de octubre de 2015  
 Correspondencia: gacaldas@facc.ufrj.br  
 adriano@facc.ufrj.br  
 malvaro.facc.ufrj@gmail.com

## La expansión de las redes sociales. Un reto para la gestión de *marketing*\*

María de los Ángeles Oviedo García, Miriam Muñoz Expósito  
y Mario Castellanos Verdugo

Universidad de Sevilla  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de Sevilla

Universidad de Sevilla  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Los usuarios de redes sociales generan espacios en los que reflejar sus opiniones, que pueden referirse a productos, marcas o empresas. Esto es importante para la gestión de *marketing*, porque estos usuarios son activos y efectivos. Los cambios producidos por Internet y los medios sociales exigen un replanteamiento de las prácticas de *marketing* y obligan a las empresas a ser activas incorporando a sus estrategias de comunicación los *social media*.

**Palabras clave:** *Marketing* en *social media*, redes sociales, comunicación empresarial en redes sociales, medición de resultados.

### Social media expansion. A challenge for marketing management

Social media users create spaces where they express their opinions about products, brands or companies. This is important for marketers because these users are active and effective. The changes caused by Internet and social media demand a new approach to marketing practices and force companies to be active by incorporating social media to their communication strategies.

**Keywords:** Social media marketing, social networks, promotion in social media, metrics.

### A expansão das redes sociais. Um desafio para a gestão de *marketing*

Os usuários das redes sociais criam espaços que refletem suas opiniões e que podem estar relacionadas a produtos, marcas ou empresas. Isso é importante para a gestão de *marketing* porque eles são usuários ativos e efetivos. As mudanças trazidas pela Internet e mídias sociais exigem uma nova orientação das práticas de *marketing* e isto força as empresas a ser ativas, incorporando estratégias de comunicação nas mídias sociais.

**Palavras-chave:** *Marketing* nas mídias sociais, redes sociais, comunicação de negócios em redes sociais, mensuração de resultados.

\* Este trabajo se ha realizado con el apoyo del proyecto «Medición del retorno sobre la inversión en social media» – FIUS- (Code: PRJ201301754).

## 1. Introducción

Es imposible abstraerse de la penetración de Internet en la población de todo el mundo, y particularmente, en los países desarrollados. Concretamente, en España, hay 24,2 millones de internautas que son mayoritariamente hombres, entre 25 y 44 años, cada vez más habituados a utilizar dispositivos móviles y conexiones inalámbricas simultáneamente. Con respecto a la frecuencia de acceso a Internet, los datos de marzo de 2014 nos informan que la última conexión a Internet del 99,2% de los internautas fue el día anterior a la encuesta, un 0,7% de 2 a 7 días antes y tan solo un 0,1% de 8 días a un mes antes (AIMC, 2015).

Nos encontramos inmersos en la Web 2.0, que se puede entender como la infraestructura técnica que permite el fenómeno social de medios colectivos y facilita al usuario la generación de contenido en la red. Los *social media* son el resultado de las aplicaciones basadas en Internet que se cimentan en bases tecnológicas de la Web 2.0. Los usuarios son cada vez más sofisticados, manejan más redes con más usos y emplean más puntos de contacto (*smartphones* y *tablets*).

Las redes sociales parecen operar como un espacio en el que se genera un primer acercamiento a productos o marcas, donde los comentarios de los iguales ayudan a descubrir productos y servicios, pero no se usan para profundizar, para lo que se prefieren webs de las marcas, buscadores e, incluso, foros y blogs: el 46% de los usuarios de redes sociales ha comprado (o ha considerado comprar) un producto a partir del perfil de la marca en redes sociales y un 45%, a partir de recomendaciones en redes sociales (Observatorio de Redes Sociales, 2013).

Los usuarios de redes sociales generan espacios en los que reflejar sus opiniones y preocupaciones, que, en

algún momento, pueden referirse a productos, marcas o empresas. Estos usuarios, y consumidores, son importantes para los responsables de *marketing*, porque son activos y efectivos: hablan, se comunican, y los consumidores activos que utilizan por primera vez un producto o un servicio no dudan en compartir sus propias experiencias con otros consumidores difundíéndolas (experiencias que son valoradas por otros consumidores como información más objetiva que los mensajes de *marketing* de las empresas). Los cambios que la digitalización de la sociedad está produciendo en todos los ámbitos son muy patentes en el ámbito de la comunicación, en general, y en la comunicación comercial, en particular.

Las redes sociales, por lo tanto, han supuesto una revolución que ha modificado la forma en que se relacionan la oferta y la demanda en el mercado. Los usuarios han pasado a controlar cómo se genera, se organiza y se comparte la información, debido a elementos tales como el aumento del número de clientes más formados y exigentes; la saturación publicitaria como consecuencia de la abrumadora cantidad de mensajes comerciales; el nacimiento de nuevos líderes de opinión, como los *bloggers* (puesto que la generación de contenidos de difusión inmediata hacen que cualquiera convertirse en prescriptor); la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación tradicionales; y el nacimiento de comunidades en la red con las mismas preferencias u opiniones.

Por otro lado, las empresas han adoptado Internet como un medio de comunicación, primero, a través de las páginas web estáticas (Web 1.0) y, más recientemente, mediante los espacios de la Web 2.0. Internet les permiten personalizar su mensaje e interactuar con sus destinatarios, con ventajas como lograr mayor afinidad con el público objetivo, generar notoriedad a menores costes, grandes posibilidades de segmentación

y fidelización de los consumidores, y evaluación de los resultados de las campañas de comunicación de forma prácticamente inmediata.

Para los consumidores, la presencia en Internet de las marcas resulta natural y son un tema de conversación habitual para ellos mismos (las novedades, los productos que les gustan, los anuncios, etc.). Sin embargo, para establecer una relación, los usuarios demandan la obtención de beneficios tangibles y evitar elementos que causan rechazo, como excesiva de publicidad o actualizaciones, y un tono de comunicación poco adecuado (ya sea por ser demasiado informal, poco creíble o demasiado institucional, muy lejano).

El consumidor toma cada vez más sus decisiones de compra y consumo en función de opiniones, experiencias y comentarios que comparte gracias a los distintos medios disponibles en la Web 2.0 y busca, además, en estos medios, acciones concretas de *marketing* como descuentos, promociones y ofertas. En España, las comunicaciones corporativas más valoradas por los usuarios son promociones, publicación de ofertas de trabajo y becas (IAB Elogia, 2013).

Los cambios producidos por Internet y los medios sociales exigen un replanteamiento serio y detenido de las prácticas de *marketing*, puesto que afectan al comportamiento social y, específicamente, a los patrones de consumo. Ello supone un desafío no solo para el rol de los consumidores en el mercado, que están reclamando su papel de cocreadores activos de las experiencias de consumo, sino, también, para el rol que los responsables de *marketing* han desarrollado hasta ahora (Tikkanen, Hietanenn, Henttonen Rokka, 2009).

## 2. Los *social media*

Entendemos por *social media* un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se construyen sobre las bases tecnológicas de la Web 2.0 y que permiten la creación e intercambio de Contenido Generado por el Usuario (*User Generated Content-USG*) (Kaplan y Haenlein, 2010). En la Web 2.0, se desarrollan las cuatro “C”: compartir, comunicar, conversar y cooperar, a través de blogs, redes sociales, plataformas de vídeo digital, wikis, marcadores sociales o *microblogging*, que han transformado al usuario de un mero consumidor pasivo de contenidos a crearlos él mismo, editarlos en función de sus intereses y compartirlos, superponiendo roles de coproductor, distribuidor y consumidor de contenidos (Bermejo Berros, 2008).

Para muchos, quizás la mayoría, de los empresarios, consumidores e, incluso, profesionales del *marketing*, *social media* es un concepto que produce malentendidos. Sin embargo, es imprescindible que los gestores de *marketing* comprendan los matices de cada uno si quieren atender un mercado global<sup>1</sup> (Berthon, Leyland, Pitt, Plangger y Shapiro, 2012). Con frecuencia, hablando de *social media* el énfasis se pone en *media*, los medios, como el elemento fundamental, cuando realmente la clave está en el adjetivo social (Drury, 2008): permite a los usuarios compartir e interactuar entre sí, de forma que los usuarios dejan de recibir lecciones a través de páginas estáticas para incorporarse colectivamente en una conversación que conduce a la generación de contenido online.

Los *social media* se caracterizan por ser fácilmente accesibles y escalables. Las aplicaciones *social media* en la Web 2.0 proporcionan la tecnología necesaria para

<sup>1</sup> Para una diferenciación detallada entre Web 2.0, *creative consumers* y *social media* ver Berthon et al. (2012).

que el usuario pueda producir y distribuir la información mediante formas de redacción colaborativa, compartiendo contenidos (texto, vídeos, imágenes), redes sociales, social *bookmarking* (ej., *rating*, *tagging*) y sindicación (RSS *feeds*); en la mayoría de ellos, la participación es gratuita. No obstante, la amplísima diversidad de formatos que se acogen bajo la denominación genérica de *social media* hace que parezca que entramos en una jungla amazónica, donde no alcanzamos a ver la luz del día. Sin ánimo de exhaustividad, pero procurando abarcar el máximo de formatos de *social media*, en la tabla 1, se clasifican los medios sociales.

En esta situación, se ha de pasar, por lo tanto, a una cultura y comunicación corporativa que busque escuchar y relacionarse con los clientes. Por ejemplo, a través de las comunidades de la marca creadas en la Web 2.0, se puede buscar generar *engagement*; esto supone que se sustituye los mensajes por contextos de comunicación en torno a las marcas con los que atraer e interesar a un nuevo tipo de consumidor más crítico, y se forma en medios y contenidos, que participa de forma interactiva y proactiva en estos procesos de comunicación de las marcas.

**Tabla 1. Tipos de *social media***

<i>Social Media</i>	Descripción	Ejemplos
<i>Blogs</i>	Un web log donde se puede insertar cualquier tipo de comentario ( <i>post</i> ).	WordPress.com, TypePad, Blogger
<i>Social Networking Sites- Redes sociales</i>	Sitios donde la gente puede construir páginas personales y conectar con amigos.	Facebook, MySpace, Friendster, Google+
<i>Social News</i>	Los usuarios envían y votan nuevas historias.	Digg, PopURLs
<i>Social Measuring</i>	Miden la calidad del contenido enviado.	Technorati, BlogPulse
<i>Microblogging</i>	Combinación de red social y blogs cortos, que difieren de los blogs tradicionales en la brevedad de la información enviada.	Twitter, Tumblr
<i>Social Bookmarking</i>	Permite a los usuarios compartir, organizar y buscar <i>bookmarks</i> (marcas) de los recursos web.	Del.icio.us, Diigo (anteriormente denominado Furl)
<i>Social Q&amp;A</i>	Los usuarios pueden enviar o responder preguntas.	Answers.com, Yahoo! Answers, Quora
<i>Video Sharing</i>	Los usuarios pueden cargar y comentar videos.	YouTube, Vimeo
<i>Photo Sharing</i>	Los usuarios pueden cargar y comentar fotos.	Flickr, PhotoBucket, Instagram, Pinterest
<i>Social Search</i>	Es el resultado de la evolución de algunos motores de búsqueda en comunidades en la que los usuarios crean perfiles e interactúan a través de grupos de <i>email</i> .	Google, Yahoo!
<i>Professional Networks</i>	Tipo particular de red social que permite a los profesionales recomendarse entre sí, compartir información sobre eventos relacionados con una industria, enviar curriculum vitae, etc.	LinkedIn, Plaxo, Xing
<i>Niche Communities</i>	Comunidades creadas por un interés particular, que se han desarrollado muy rápidamente.	Traffikd <sup>2</sup> proporciona una lista de este tipo de <i>social media</i> las más diversas categorías desde arte, coches, juegos, finanzas, cine, música, animales de compañía hasta deportes o viajes

<sup>2</sup> <http://traffikd.com/social-media-websites/> (consultado 3/11/2013).

<i>Social Media</i>	Descripción	Ejemplos
<i>Redes basadas en la geolocalización</i>	Los usuarios comparten su ubicación y su valoración sobre los locales visitados.	Foursquare
<i>Comment Communities</i>	Servicio en línea de comentarios externos, que ofrece una plataforma informática centralizada para discusiones en blogs y sitios web, muy utilizado cuando no disponen de comentarios (como Tumblr), aunque también puede agregarse a plataformas que ya lo tienen (como Blogger o WordPress). Incluyen herramientas como moderación, tratamiento de spam, bloqueos o estadísticas.	Disqus
<i>Regional Social media Sites</i>	Web <i>sites</i> de noticias locales con formato blog que permite a tanto a profesionales como a amateurs compartir su conocimiento de la situación local.	Examiner.com
<i>Podcasting Communities</i>	Redes sociales para conectar <i>podcasters</i> <sup>3</sup> , publicistas y todo tipo de usuarios interesados en ese contenido.	Blubrry.com, Podcaster News, Mevio, Podtech, Tech Podcast Network
<i>Blog Networks</i>	Parecidos a los <i>Niche communities</i> , son un gran grupo de blogs. Pueden abarcar grandes temas o ser muy precisos. Muchos piden la aprobación del <i>blogger</i> para poder acceder a sus contenidos.	Gawker, b5Media, 9Rules
<i>Blogging Communities</i>	Más amplios que los <i>Niche communities</i> , animan a los <i>bloggers</i> a compartir e interactuar entre ellos, así como a crear <i>post</i> regularmente.	BlogHer, LiveJournal
<i>Presentation-sharing Sites</i>	Sitio en el que compartir presentaciones <i>online</i> .	SlideShare, Prezi
<i>Content-driven Communities</i>	Se conocen como Wikis. Son bases de datos comunitarias en las que se pueden añadir o editar contenidos.	Wikipedia
<i>Product-based Communities</i>	Sitios que nacieron como medios para la compra-venta de productos han incorporado la vertiente de comunidad.	Ebay, Amazon.com
<i>Review &amp; Recommendation Sites</i>	Sitios en los que una comunidad puede revisar algún tema de interés.	Turismo: TripAdvisor, Lonely Planet, Where I've been. Libros: Shelfari
<i>Social media Sites that Defy Definition</i>	Sitios de difícil definición.	Squidoo, StumbleUpon

Fuente: Adaptado de <http://onbloggingwell.com/23-types-of-social-media-sites/> Fecha de consulta 20 marzo 2013.

### 3. Los *social media* y el *marketing*

Como se ha indicado anteriormente, los consumidores han iniciado un camino en el que han dejado de ser receptores pasivos de las comunicaciones de *marketing* gracias a las posibilidades que ha abierto la interactividad en la Web 2.0, en la que ellos mismos determinan la naturaleza, extensión y contenido de los intercambios de *marketing*. Así, el papel que los

consumidores han adoptado en su relación con las empresas es mucho más activo: se han convertido en cocreadores de contenido de *marketing* con respecto a las empresas, los productos y las marcas.

Las empresas suelen sentirse incómodas con la idea de un mundo en el que los consumidores pueden hablar libremente entre sí y en el que cada vez tienen menos control sobre la información disponible sobre ellas o

<sup>3</sup> Usuarios que distribuyen archivos multimedia mediante un sistema de redifusión (RSS).

sus marcas en el ciberespacio, al no poder controlar, mediante sus estrategias de medios en el ámbito de la publicidad y a través de las relaciones públicas, la información que sobre ellas o sus marcas circula en este nuevo entorno.

El *marketing* no es ya unidimensional, sino que se ha convertido en un proceso en dos direcciones, que envuelve una marca y una audiencia. Es decir, este ya no consiste en comunicar un mensaje sino, más bien, recibir e intercambiar percepciones e ideas (Drury, 2008), de forma que las empresas pueden quedar relegadas al papel de meros observadores sin el conocimiento ni la oportunidad de modificar comentarios públicos de los clientes (Kaplan y Haenlein, 2010).

Sin embargo, para las empresas, el *marketing* en *social media* puede convertirse en una excelente forma de alcanzar a los consumidores en los lugares donde «viven online», gracias al potencial de los *social media* para lograr el *customer engagement* mediante técnicas como la segmentación, la viralidad y la personalización de los mensajes.

Mediante el embudo de *marketing*, se puede explicar de forma gráfica cómo los *social media* contribuyen con la comercialización de productos y servicios en todas las fases del proceso de compra: notoriedad, consideración, conversión y defensa de la marca. De esta manera, se puede entender el modo en que los usuarios se acercan a la marca/empresa hasta convertirse en sus embajadores. Las empresas deben ir superando sucesivamente estas etapas y solo pasar a la siguiente cuando hayan consolidado la anterior.

El primer paso consiste en hacerse conocidas (nivel notoriedad) entre su audiencia (el resto de los usuarios no son de interés para la empresa) para pasar a la consideración, normalmente mediante aplicaciones

que persuaden a los clientes de abandonar el sitio de una red social y trasladarse al sitio web de la empresa, además de generar líderes (mediante nuevos mecanismos de recogida de datos o motivando a los clientes potenciales) y nuevas ideas (a través de comunidades de las que obtener nuevas ideas de los usuarios). En la etapa de conversión, se proporcionan a los clientes proposiciones de compra únicas y nuevos puntos de contacto para las empresas (por ejemplo, los grupos de compra y los Group lifting —como TheBigGift.net o Divvy.com— que proporcionan plataformas sencillas para que los usuarios constituyan un grupo, y gestionen los aspectos logísticos de recogida de dinero, enviar recordatorios y envío de regalos). Tras la venta, las empresas querrán alcanzar la lealtad de los clientes, y darles la oportunidad de abogar por y a favor de ella o de su marca.

En todo este proceso, subyace la idea de medir el éxito de acciones emprendidas en cada fase del embudo de *marketing*. Se utilizarán diferentes tipos de datos (de compra, comportamentales y demográficos), adaptados a cada fase a lo largo de embudo de *marketing*, que pueden recogerse en tiempo real a medida que los clientes navegan, recomiendan, compran o valoran los productos o servicios. Esto da a las empresas la oportunidad de influir en el comportamiento a lo largo de todo el camino hasta la compra.

La inseguridad con la que las empresas se mueven en estas aguas agitadas que son las plataformas de *social media* genera que en no pocas ocasiones sean utilizadas como elementos aislados y no como parte de un sistema integrado de comunicación de *marketing*. Sin embargo, el potencial de los *social media* como medio de comunicación de *marketing* aumenta a medida que lo hace la aceptación, la disponibilidad y el uso de estos medios, debido a los factores presentados a continuación:



- Permite a los gestores de *marketing* comprometerse directamente con sus consumidores en un proceso creativo, en el que los consumidores se convierten en creadores o cocreadores junto con la organización.
- Facilita el boca-oreja (*word of mouth*, esto es, trasladar a otros el mensaje de *marketing* o compartir información sobre un producto) en un proceso imparable que obliga a las empresas a incorporarlo en sus estrategias de *marketing* si no quieren quedar, en la nueva realidad comunicativa, descolgadas, ignoradas e, incluso, en manos de comentarios negativos. En los *social media*, se produce un efecto *word of mouth* de grandes dimensiones y de muy rápida propagación, pero la comunicación ya no está controlada por la organización (ni en cuanto a su contenido, ni en lo que respecta a la frecuencia con que se emite ni la duración/longitud de esos mensajes). Así, la información no controlada por

la empresa ya no se circunscribe exclusivamente a comunicaciones *word of mouth* entre individuos/consumidores, con un mínimo impacto en la dinámica del mercado (Mangold, Glynn y Faulds, 2009).

De forma más concreta, las principales ventajas que ofrecen los medios sociales, desde el punto de vista de la comunicación comercial, son las siguientes (Castelló Martínez, 2012):

- Alta capacidad de afinidad y microsegmentación
- Amplia cobertura, por su elevada penetración en la población
- Interactividad, tanto con clientes actuales como potenciales
- Evaluación y optimización del retorno de la inversión (ROI) en tiempo real y exhaustiva medición poscampaña

Figura 1. El embudo de *marketing*



Fuente: Anderson, Sims, Price y Brusa (2012) y Elosegui (2012)

- Acceso a un potencial consumidor muy cualificado, exigente y proactivo y, cada vez más, multitarea (es decir, que utiliza algún *social media* al tiempo que consumen medios tradicionales: navegar por la red mientras ven la televisión, por ejemplo)
- Generación de notoriedad, recuerdo y *branding* a costes reducidos
- Canal de venta y fidelización
- Creación de comunidades en torno a la marca (*engagement*)
- Complementariedad con otros medios
- Flexibilidad y amplia variedad de formatos, modelos de negocio, etc.

De todo lo anterior, se deduce que los medios sociales no se pueden excluir de la estrategia de comunicación de las organizaciones y que deben quedar incorporados dentro del concepto de comunicaciones integradas de *marketing*, cuyo objetivo es coordinar todas las herramientas de comunicación utilizadas por una empresa (publicidad, venta personal, relaciones públicas, promoción de ventas, etc.) con el fin de alcanzar a sus clientes con un mensaje unificado y coherente. Las comunicaciones integradas de *marketing* reflejan claramente los valores de la misión de la organización y han de contribuir al logro de los objetivos que esta se haya fijado.

Sin embargo, la formulación de las estrategias de comunicaciones integradas de *marketing* han de estar

dirigidas por gestores con unas actitudes diferentes que trabajen con unas premisas nuevas. Puesto que ya no se pueden controlar las conversaciones que se producen entre consumidores en los medios sociales (que pueden comunicarse con poco esfuerzo con cientos o miles de consumidores muy rápidamente), la opción es influir y dar forma a las discusiones que se creen sobre el producto, la marca o la empresa, de forma que sea consistente con la misión de la organización y con el logro de objetivos mediante la creación de plataformas *networking*, utilización de los blogs y otras herramientas de los *social media*, para enganchar a los clientes.

Lo anterior no supone excluir las herramientas de comunicación tradicionales, sino que, utilizándolas simultáneamente, se busque proporcionar información, ser extravagante o poco convencional para llamar la atención y generar conversaciones, proporcionar exclusividad, diseñar productos y servicios pensando en puntos de discusión para estimular que se desarrollen conversaciones en los *social media*, apoyar causas que sean importantes para nuestros clientes y, finalmente, utilizar el poder de las historias para crear un recuerdo vívido que sea probablemente repetido tanto en el *word of mouth* tradicional como en los *social media* (Mangold y Faulds, 2009).

De forma breve, en la tabla 2, se comparan los medios de comunicación tradicionales y los *social media*.

**Tabla 2. Comparación medios de comunicación tradicionales y medios sociales**

	Medios tradicionales	Medios sociales
Medios	Televisión, radio, medios impresos, vallas publicitarias, etc.	Redes sociales, blogs, microblogs, comunidades, entre otros
Entrega	Directa desde la organización sin editar	Entregada por la fuente, según su voluntad y con su propia forma de expresión
Objetivos	Notoriedad, conocimiento, recuerdo, compra, entre otros	Conversación, compartir, colaboración, compromiso, etc.

Fuente: Adaptado de Winberg y Pehlivan (2011)

#### 4. Conclusiones

La rápida evolución desde el entorno Web 1.0 al interactivo y conectado Web 2.0 ha modificado la forma en que las empresas se presentan en la red: desde las empresas punto.com, en las que la comunicación con los consumidores seguía siendo unilateral, a un nuevo modelo, en el que el contenido va de la mano de la tecnología, con efectos a mucho más largo alcance en cuanto a la manera en que gestores de *marketing* influyen en los clientes actuales y potenciales.

Los cambios que la digitalización de la sociedad está produciendo en todos los ámbitos son muy patentes en el ámbito de la comunicación, en general, y en la comunicación comercial, en particular. Se abre, así, un campo incógnito de oportunidades y amenazas que deben ser afrontadas por los gestores de *marketing*. Para ello, el primer paso ineludible es comprender la tecnología que subyace en los medios sociales y las peculiaridades, fines y capacidades de cada plataforma social para, más adelante, poder establecer objetivos de comunicación en cada una de ellas, gestionar la comunicación en ellas (controlando la información que se distribuye en ellas y participando en las mismas) y, finalmente, evaluar los resultados en función de los objetivos perseguidos.

Además, para que la comunicación empresarial digital a través de los medios sociales se pueda desarrollar con éxito y logre sus objetivos, teniendo en cuenta la conectividad entre individuos que permiten estos medios, la comunicación empresarial debe ser participativa e interactiva, con el fin de generar y aportar valor añadido al cliente actual y potencial, y poder crear vínculos emocionales entre la marca/ empresa y los usuarios (Castelló Martínez, 2012).

Los consumidores usuarios de los *social media* son participativos, activos e intercambian información

muy rápidamente, y las empresas han perdido el control de las comunicaciones que se desarrollan sobre sí mismas o sobre sus marcas. El valor del cliente se ha modificado en este nuevo entorno donde un porcentaje elevado de individuos traslada información a otros: su valor va más allá de lo que gasta en una marca/empresa. Así, las empresas que no incorporan a su estrategia de *marketing* los *social media* están perdiendo la oportunidad de alcanzar consumidores.

Internet se convierte, así, en un medio de comunicación que permite a las empresas personalizar su mensaje e interactuar con sus destinatarios, favorecido por los espacios de la Web 2.0, con ventajas que le permiten lograr mayor afinidad con el público objetivo, generar notoriedad a menores costes, grandes posibilidades de segmentación y fidelización de los consumidores, y evaluación de los resultados de las campañas de comunicación de forma prácticamente inmediata.

Para desarrollar una estrategia de *marketing* en los *social media*, el primer paso que deben dar las empresas es conocer la Web 2.0 y el universo de los *social media*, cómo funcionan y qué características diferencian unos de otros. Es un campo de posibilidades amplísimo el que se abre para la comunicación de las empresas, pero cada herramienta se ha desarrollado con un fin concreto. Los usuarios participan en ellas por algún motivo específico (compartir, hablar, informarse, opinar, etc.) y solo descubrir sus diferencias permitirá escoger aquellos más apropiados a los objetivos de comunicación propios de la empresa, y, a la vez, descartar los otros. De ese modo, es posible evitar embarcarse en formas de comunicación que pasarán desapercibidas —en el mejor de los casos— o provocarán rechazo en los usuarios —en el peor—, y tirar por tierra, en cualquier caso, los esfuerzos de comunicación de la empresa en los medios sociales.

Un segundo paso para que las empresas puedan rentabilizar sus esfuerzos de *marketing* en los medios sociales es tratar de medir lo que están obteniendo de ellos. Así, los gestores de *marketing* deben contar con indicadores que les permitan cuantificar los resultados de sus inversiones en medios sociales, además de proporcionarles criterios para segmentar a la audiencia y optimizar, por tanto, los esfuerzos de *marketing*. Considerando el embudo de *marketing*, podría ser relevante utilizar uno o varios indicadores para cada etapa de dicho embudo para facilitar a los responsables de *marketing* la toma de decisiones sobre la conveniencia de abordar o no la siguiente etapa, o si incrementar o disminuir la inversión.

El *marketing* en *social media* es un proceso que permite a las empresas presentarse a sí mismas, y a sus productos y servicios, a través de los canales sociales *online* para comunicarse con una amplia comunidad y escuchar a esa comunidad, lo cual no es posible con los medios de comunicación clásicos de *marketing*. Con los *social media*, el *marketing* consiste en un conjunto de diálogos multidireccionales, es participativo y parte (o mucho) de su contenido es generado por los propios consumidores.

Las oportunidades que abren a la comercialización las plataformas 2.0, sin embargo, no deben hacer olvidar a los gestores de *marketing* que la flexibilidad, libertad y propiedad de la comunidad, que atraen inicialmente enormes audiencias, tienen que ser cuidadosamente atendidas en cualquier intento de comerciar en las redes sociales, pues las audiencias son muy sensibles a pérdidas de estas propiedades y abandonan rápidamente un sitio que se ha convertido en un ámbito muy comercial (Drury, 2008).

## Referencias

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación - AIMC (2015). 17º Navegantes en la red. Encuesta AIMC a usuarios de Internet. *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*. [http://download.aimc.es/aimc/974\\_ryRa6/macro2014.pdf](http://download.aimc.es/aimc/974_ryRa6/macro2014.pdf). Fecha de consulta: 1 febrero de 2016.
- Anderson, Matt, Joe. Sims, Jerell. Price & Jenifer Brusa (2011). Turning «like» to «buy». Social media emerges as commerce channel. *Booz*. [http://www.booz.com/media/uploads/BaC-Turning\\_Like\\_to\\_Buy.pdf](http://www.booz.com/media/uploads/BaC-Turning_Like_to_Buy.pdf). Fecha de consulta: 3 noviembre de 2012.
- Bermejo Berros, Jesús. (2008). El receptor publicitario del siglo XXI en el marco de la interactividad. En M. Pacheco Rueda (coord.), *La publicidad en el contexto digital*, Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones Sevilla: Colección Publicidad, v. 9, p. 49-79.
- Berthon, Pierre R., Leyland F. Pitt, Kirk Plangger & Daniel Shapiro (2012). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business Horizons*, 55(3), 261-271. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2012.01.007>
- Castelló Martínez, A. (2012). La comunicación de los portales de descuentos y cupones a través de Facebook. *AdComunica Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en la Comunicación*, 3(3), 65-86. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.3.5>
- Drury, Glen (2008). Social media: Should marketers engage and how can it be done effectively? *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 274-277. <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.ddmp.4350096>
- Elosegui, Tristán (2012). Las estrategias en social media no funcionan. *Tristan Elosegui*. <http://tristanelosegui.com/2012/07/08/las-estrategias-en-social-media-no-funcionan/>. Fecha de consulta: 3 de noviembre de 2012.

- IAB Elogia (2013). IV Estudio Anual de Redes Sociales 2013. [http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS\\_reducida.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf). Fecha de consulta: 18 de diciembre de 2013.
- Kaplan, Andreas M. & Michael Haenlein (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mangold, W.Glynn & David J. Faulds (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Observatorio de Redes Sociales (2013). 5ª oleada. *Antena Media Cat*. [http://antenamediakat.com/rcs\\_auth/convocatories/5oleadaobservatoriorr-ss-130416061017-phpapp01\\_1\\_.pdf](http://antenamediakat.com/rcs_auth/convocatories/5oleadaobservatoriorr-ss-130416061017-phpapp01_1_.pdf). Fecha de consulta: 18 de diciembre de 2013.
- Tikkanen, Henrikki, Joel Hietanen, Tuomas Henttonen & Joonas Rokka (2009). Exploring virtual worlds: success factors in virtual world marketing. *Management Decision*, 47(8), 1357-1381. <http://dx.doi.org/10.1108/00251740910984596>
- Traffikd, IM & SEO (2013). List of social media and social networking sites. <http://traffikd.com/social-media-websites/>. Fecha de consulta: 3 de noviembre de 2013.
- Winberg, B.D & E. Pehlivan (2011). Social spending: Managing the social media mix. *Business Horizons*, 54(3), 275-582. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.008>

Fecha de recepción: 06 de abril de 2015

Fecha de aceptación: 28 de Enero de 2016

Correspondencia: maoviedo@us.es

mirian@us.es

mario@us.es

# Reação motivacional docente do Curso de Graduação em Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional

Alini da Silva, Caroline Sulzbach Pletsch, Vania Tanira Biavatti

Universidade Regional de Blumenau

Universidade Regional de Blumenau

Universidade Regional de Blumenau  
Programa de Pós Graduação em Ciências Contábeis

Poucos estudos preocupam-se com a investigação das causas da motivação docente. Os professores devem ser considerados como seres humanos, atores sociais com problemas e perspectivas, que lutam para atingir seus objetivos e ter uma carreira plena. São motivados por causas, como outro profissional, e entendendo-se estas causas pode-se trabalhar para a melhora do trabalho docente e o processo eficaz do ensino e aprendizagem. Desta forma, o objetivo do presente estudo foi analisar a reação motivacional de docentes do curso de Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional. A metodologia utilizada foi descritiva, levantamento de dados e quantitativa. Aplicou-se questionário aos docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis de três instituições do Estado de Santa Catarina. A análise dos dados foi realizada por meio da Técnica de Escalonamento Multidimensional com a utilização do software SPSS®. Os resultados apontaram como motivos dos docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis em exercer a profissão: o amor pela carreira; ensino e pesquisa; relacionamento interpessoal; plano de carreira; satisfação pessoal e profissional; atividade junto a uma universidade; financeiro; aprendizado e conhecimento; vocação e status profissional. O relacionamento dos docentes com os alunos e seus colegas de trabalho, o esforço e sorte foram às principais causas evidenciadas sobre a motivação destes profissionais.

**Palavras-chave:** Motivação docente, teoria da atribuição, causas e efeitos.

## Motivation of Professors in the Undergraduate Course of Accounting. Perspective of the Attribution Theory

Few studies research about the causes of teacher motivation. Teachers should be considered as human beings and social actors, with problems and perspectives, people who struggle to achieve their goals and have a full career. They are motivated like any other professional, and by understanding these causes we can work on improving teaching and the effective process of teaching and learning. Thus, the aim of this study is to analyze the motivation of Accounting teachers from the perspective of attribution theory. The methodology used was descriptive and quantitative data collection approach. A survey was conducted among Accounting professors from three institutions in the State of Santa Catarina. Data analysis was performed using multidimensional scaling with SPSS software. Results pointed out the motives Accounting professors have to exercise their profession: love for the career; teaching and research; interpersonal relationships; career path; personal and professional satisfaction; working for a university; financial; learning and knowledge;

vocational and professional status. The relationship between professor, students and their co-workers, effort and luck were the main causes of the motivation among these professionals.

**Keywords:** teacher's motivation, attribution theory, causes and effects.

## Motivación de los profesores de la carrera de Contabilidad en virtud de la teoría de la atribución

Pocos estudios se preocupan por investigar qué motiva a los docentes. Los maestros deben ser considerados como seres humanos, actores sociales con problemas y perspectivas, personas que luchan por alcanzar sus metas y tener una carrera plena. Ellos están motivados por distintas causas, como cualquier otro profesional, y al comprender estas causas se puede trabajar para mejorar el trabajo de docencia y el proceso efectivo de enseñanza y aprendizaje. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue analizar la motivación de los docentes de la carrera de Contabilidad desde la perspectiva de la teoría de la atribución. La metodología utilizada fue descriptiva y cuantitativa. Se hizo un cuestionario dirigido a profesores que enseñan la carrera de Contabilidad en tres instituciones del Estado de Santa Catarina. Se analizaron los datos utilizando la técnica de escalamiento multidimensional y el software SPSS. Los resultados señalaron los motivos por los que los profesores de Contabilidad ejercen la profesión: amor por la carrera; enseñanza e investigación; relaciones interpersonal; línea de carrera; satisfacción personal y profesional; trabajo para una universidad; financiera; el aprendizaje y el conocimiento; vocación y status profesional. La relación entre profesores, alumnos y sus compañeros de trabajo, esfuerzo y suerte fueron las principales causas de motivación en estos profesionales.

**Palabras clave:** la motivación del profesor, la teoría de la atribución, causas y efectos.

### 1. Introdução

A motivação de docentes ao longo dos anos tem sido alvo de muitas discussões, porém ainda não se chegou a uma conclusão se esta determina a forma de agir destes profissionais na execução de suas atividades de forma expressiva e eficaz (Vaz, 2010). Para Telfer e Swan (1986) a motivação do professor em realizar com satisfação seu trabalho emerge da própria natureza de sua atividade. Locke (1984) por sua vez, contribui dizendo que a satisfação no trabalho é uma resposta emocional por parte do indivíduo às atividades que exerce.

Moreira (2011) acredita que os professores são como os demais profissionais, motivados por incentivos, sucessos, realizações e satisfação. Teorias motivacionais como a da abordagem da expectativa de Vroom, a

da realização de Atkinson, da aprendizagem social de Rotter, e da atribuição de Heider, preocupam-se em analisar a motivação humana, as quais podem verificar os aspectos motivadores de docentes.

A Teoria da Atribuição consiste em atribuir causas para explicar determinado acontecimento e que estas são atribuídas pelo próprio indivíduo. As causas atribuídas podem ser tanto internas, como externas, controláveis ou incontroláveis, instáveis ou estáveis. Causas internas são provenientes do próprio indivíduo, como habilidade e esforço; causas externas decorrem da atribuição de fatores externos, como sorte. A causa pode ser controlável ou incontrolável, no aspecto de influenciar ou não no seu controle. Ainda, as causas atribuídas por indivíduos podem ser estáveis ou instáveis, o que corresponde ao fato de permanência no tempo (Weiner, 1992 apud Sales, 2010; Ferreira et al., 2002).

Essas dimensões causais trazem como consequência ao indivíduo expectativa de sucesso ou fracasso e emoções tais como motivação ou frustração.

De acordo com Sales (2010) a Teoria da Atribuição encontra-se presente em estudos sobre motivação em Psicologia Social e Educacional, há quase quatro décadas. Neste contexto, a fim de entender as reações motivacionais de docentes, a partir da concepção de Weiner, verifica-se a seguinte questão problema: Qual a reação motivacional de docentes do curso de Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional? Com o intuito de responder esta questão o estudo tem por objetivo analisar a reação motivacional de docentes do curso de Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional.

De acordo com Moreira (2011) não se pode sugerir que o desempenho do professor está apenas e tão somente ligado à motivação, nem que quanto maior for à satisfação do professor, maior será o seu desempenho no trabalho, mas é importante a realização de pesquisas a fim de investigar o que realmente motiva os professores, com especial atenção à natureza da interação entre o desenvolvimento do indivíduo e da organização.

Sales (2010), Ganda e Boruchovitch (2011) utilizaram a Teoria Atribucional em meio acadêmico. Entretanto, constataram pouca ou nenhuma utilização desta teoria em análise, na motivação docente. Justifica-se então este trabalho, pela utilização da Teoria Atribucional para verificar o nível de motivação de docentes específicos do Curso Superior de Ciências Contábeis, e quais as causas atribuídas por eles que influenciam nesta motivação, a fim de auxiliar na resolução de problemas relacionados ao processo de ensino e aprendizagem.

De acordo com Viana (2008) há ausência de estudos específicos referentes ao tema e, as contribuições que

pode trazer à sociedade, através da otimização dos sistemas educacionais, obtendo uma visão mais aprofundada sobre o comportamento dos docentes no tocante à motivação para o trabalho.

Santos (2001) traz menção de que o bom ensino é realizado a partir do entusiasmo do docente. O docente por ser a peça principal no processo de ensino e aprendizagem dos alunos, necessita estar motivado, pois quanto mais motivado estiver, melhor será seu empenho para o aprendizado dos alunos. O salário, reconhecimento profissional e realização pessoal, como fatores extrínsecos e intrínsecos, respectivamente, podem ser considerados fatores da motivação docente (Oliveira, Donato, Dos Santos & Dantas, 2009).

Desta forma, este estudo organiza-se da seguinte forma: a introdução que se apresenta nesta seção, com o objetivo, problema e justificativa do estudo, a seção 2- Motivação Docente traz as principais referências acerca da motivação docente a partir da Teoria Atribucional e alguns estudos relacionados. Na seção 3- Procedimentos Metodológicos, descreve-se a metodologia utilizada neste trabalho e na seção 4- Descrição e Análise dos Dados, ponderações a respeito dos dados obtidos. E, ao final as considerações desta pesquisa, seguidas das referências bibliográficas.

## 2. Motivação docente

A motivação humana é verificada em indivíduos ativos e energizados, com prazer em realizar suas atividades profissionais ou pessoais. Quando há falta de impulso ou inspiração do indivíduo em agir para a consecução de suas atividades rotineiras, o mesmo pode apresentar-se desmotivado (Ryan & Deci, 2000).

No contexto da motivação docente é importante que os professores sejam considerados como seres



humanos, atores sociais com problemas e perspectivas, que lutam para atingir seus objetivos e ter uma carreira plena, ou ainda, lutam para sobreviver em seu trabalho. Portanto, torna-se necessário a realização de pesquisas interpretativas a fim de identificar o que o profissional docente realmente sente, pensa e como age em salas de aula e no contexto do ensino com suas causas e efeitos. A satisfação de profissionais no trabalho pode afetar a produtividade do trabalhador, o absenteísmo e a rotatividade, colaborando ou não com a eficiência organizacional, além do bem estar físico e mental que gera ao indivíduo (Moreira, 2011).

Segundo Locke (1984) a satisfação no trabalho antes de tudo, é uma resposta emocional por parte do indivíduo às atividades que exerce em determinada organização. Por sua vez, Jesus e Santos (2004) acreditam que a carreira docente possui diferentes níveis de motivação.

De acordo com Antunes (2012), a motivação é um processo que está ligado ao crescimento do ser humano em cada etapa de sua vida e desenvolvimento, revelada em desejos, intencionalidades e aspirações, que se dá, a partir de referências familiares, escolares e sociais. A motivação correspondente ao esforço e à tenacidade exercidos por indivíduo para fazer algo ou alcançar algo, é parte integrante do comportamento humano (Viana, 2008).

De acordo com Weiner (1992) como os seres humanos são capazes de planejar suas ações, estes são informados a respeito de possíveis opções comportamentais. Moreira (2011) argumenta que as instituições de ensino acreditam que os professores, dispostos de todo o suporte necessário para ministrar suas aulas, são naturalmente motivados, os quais devem manter a dedicação e o cumprimento de suas obrigações eficazmente e que a maior fonte de satisfação do professor, tradicionalmente, é o ato de ensinar.

Os motivos de um profissional exercer a docência ou permanecer como professor são de difícil identificação, devido aos baixos salários, condições precárias de trabalho, atos de violências contra esses profissionais, doenças decorrentes da profissão, desvalorização da profissão e esquecimento do governo quanto a melhora da educação (Oliveira *et al.*, 2009).

Devido ao desgaste de docentes por motivos anteriormente abordados e pela importância que possuem para o ensino ser de qualidade em instituições, é necessário a compreensão dos motivos que fazem com que os docentes abandonam a profissão, bem como os motivos que os levaram a exercer a docência, suas crenças e motivações. A atual literatura não deixa claro o motivo de indivíduos escolherem como profissão a docência, enquanto muitos abandonam a carreira (Thomson, Turner & Nietfeld, 2012).

O comportamento do profissional docente é influenciado por suas convicções, nível de esforço, persistência, interesse em ensinar, enfrentamento de obstáculos, capacidades e habilidades, que por sua vez promove a aprendizagem significativa dos alunos, desde que o docente gerencie estes fatores mediadores (Iaochite, Azzi, Polydoro & Winterstein, 2011).

O ensino promove a ampliação do capital intelectual e cultural de estudantes pela transmissão de conhecimento construído, vivências e experiências profissionais passadas, a fim de gerar a capacidade de pensamento, reflexão, análise e síntese dos estudantes. O professor deve lidar com a sua própria motivação e a de seus alunos com a finalidade de desenvolver uma sociedade mais justa e igualitária por meio da educação (Cavalcante, Bissoli, Almeida & Pimenta, 2011).

Quatro elementos são essenciais para o processo de ensino: o aluno, a escola, o conteúdo e o professor. As dimensões que o professor deve deter para o processo

eficaz de ensino estão relacionados com o bom relacionamento com seus alunos, a dimensão cognitiva com aspectos intelectuais e técnicos didáticos, a atitude de como educar, sua inovação, e comprometimento (Santos, 2001).

Neste sentido, Skaalvik e Skaalvik (2011) trazem que as emoções positivas dos professores estão interligadas com as relações com seus colegas de trabalho e familiares. As emoções negativas dos docentes referem-se à pressão do tempo e sua disciplina. Por sua vez, estas emoções influenciam a satisfação do profissional em seu trabalho, que são preditivas para a motivação do docente em exercer a carreira ou abandoná-la. Administradores de instituições de ensino devem perceber estas influências nas emoções de docentes e satisfação a fim de tomar medidas para auxiliá-los.

### 3. Teoria da Atribuição

A Teoria da Atribuição é uma das teorias sobre cognição social, em que o pioneiro nos estudos neste campo foi Fritz Heider em 1944 com o trabalho intitulado: «Social perception and phenomenal causality». O autor faz menção de que os indivíduos tem a necessidade de atribuir causas para explicar determinado acontecimento, bem como seus efeitos. Pelo estabelecimento de elos entre as causas e efeitos, os indivíduos conseguem prever ainda os seus comportamentos futuros (Dela Coleta & Godoy, 1986).

Bernard Weiner foi o criador da Teoria da Atribuição Causal, em que sistematizou causas para explicar os resultados obtidos, como sucesso ou fracasso (Antunes, 2012). De acordo com Dela Coleta e Godoy (1986) pesquisas em psicologia social trazem como resultado de que o ser humano não se preocupa com os fatos que ocorrem ao seu redor e que ainda, explicam estes por meio da determinação de possíveis causas.

Ganda e Boruchovitch (2011) contribuem, dizendo que a atribuição de causalidade procura atribuir causas a situações que acontecem com o próprio indivíduo e com as demais pessoas. As pesquisas contemporâneas em motivação, não mais se baseiam em teorias do impulso ou dos instintos, mas em percepção social e cognitivas. Os seres humanos são essencialmente motivados por incentivos, sucessos, realizações e satisfação (Moreira, 2011).

Segundo Cornachione Junior, Cunha, Luca e Ott (2010) a Teoria da Atribuição é considerada importante na transformação do desempenho de indivíduos, pela identificação de causas como a educação e experiências profissionais. Existe uma forte tendência dos indivíduos associar o sucesso em seu desempenho a fatores internos e o fracasso a fatores externos.

A Teoria da Atribuição proposta por Weiner (1979, 1984, 2000, 2004) apud Sales (2010) tem como objetivo compreender porque um evento ocorreu, quando se obteve um resultado inesperado. Os indivíduos buscam entender as causas dos acontecimentos. Quando obtêm resultado negativo de determinada atividade, atribuem causas ao seu fracasso, diminuindo a surpresa gerada pelo ocorrido, e aumentando as chances de sucesso no futuro, por conhecer o motivo do fracasso. No contexto da aprendizagem, o sucesso e o fracasso são atribuídos à capacidade, inteligência, aspectos motivacionais, pessoas de seu convívio, fatores fisiológicos como saúde e maturidade, dificuldade ou facilidade da tarefa e sorte.

Weiner (1984) apud Sales (2010) considera ainda que as atribuições causais conduzem consequências motivacionais, como expectativas de sucesso ou fracasso futuro. Após o sucesso, quando as causas atribuídas são internas, estáveis e controláveis (esforço) ou mesmo não controláveis (capacidade) há expectativas

aumentadas. Porém, após situação de fracasso, com causas atribuídas internas, estáveis e não controláveis (capacidade), as expectativas sofrem decréscimo. Ainda, se atribuir o insucesso à falta de esforço (causa interna, instável e controlável), as chances de ser bem sucedido no futuro podem ser aumentadas, empenhando-se mais na próxima oportunidade.

#### 4. Estudos relacionados

Apresentam-se nesta seção estudos relacionados com a motivação docente do curso de Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional. Entretanto, localiza-se nas pesquisas o tema motivação docente pela perspectiva de outras teorias motivacionais, não sendo a da atribuição, ou ainda, a utilização da Teoria Atribucional em estudos sobre alunos.

Viana (2008) objetivou conhecer os fatores motivacionais presentes no comportamento de docentes da rede de ensino fundamental pública do Estado da Paraíba. Este estudo abrangeu uma população composta por 874 profissionais. As teorias de base que deram sustentação a análise proposta foram extraídas dos trabalhos de Herzberg (1972), Maslow (1971), McClelland (1971), McGregor (1973), Vroom (1964), as quais defendem que o trabalho por si só já é motivador ao ser humano. Como resultados, verificou-se que a necessidade de auto-realização, da possibilidade de mostrar competência, de contribuir para formar pessoas capazes de realizar-se como ser humano e como cidadãos foram às atitudes motivacionais dos docentes analisados.

Vaz (2010) averiguou os fatores que determinam a motivação de professores do ensino médio e o papel exercido pelos gestores com o mesmo propósito. A amostra foi composta por 68 professores e 7 gestores de duas instituições educacionais públicas de

nível médio, situadas no Distrito Federal. Por meio da aplicação de questionário, verificou-se que os professores esperam atitudes dos gestores no sentido de motivá-los, e os gestores não associam a motivação dos professores à gestão.

Sales (2010) investigou as causas que os professores de matemática atribuem ao fracasso de seus alunos, comparando-as com as percepções destes. Por meio da Teoria Atribucional, foram abordados cinco professores de matemática e 407 estudantes, de uma Escola Estadual do norte do Paraná, por meio de dois questionários, um para os alunos e outro para os professores. Constataram que os alunos que já reprovaram em matemática ou tiveram fracasso possuem auto percepção negativa da sua capacidade e do professor; tanto meninas, como meninos não repetentes perceberam mais positivamente seu professor de matemática do que os alunos que já reprovaram; os que nunca enfrentaram reprovação também se apresentaram mais motivados em relação à disciplina. Meninos e meninas repetentes acreditam que seu professor possui expectativa negativa em relação a eles, e os meninos que já reprovaram atribuíram seu fracasso à falta de capacidade. Os docentes demonstraram expectativas negativas mais altas que seus estudantes e atribuíram o fracasso de seus alunos principalmente à falta de motivação, falta de base anterior, falta de apoio familiar e falta de estratégias.

Mozini (2010) estudou os fatores de motivação e satisfação no trabalho docente em uma instituição de ensino superior particular. A amostra foi composta por 15 professores dos cursos de graduação em Pedagogia e Psicologia, na faixa etária de 26 a 55 anos, aproximadamente. A fundamentação teórica foi norteada nas teorias de Maslow, McGregor e Herzberg sobre motivação. Os resultados apresentaram que o trabalho docente é motivador quando os papéis a

serem desempenhados são claros, as tarefas são desafiadoras e quando há supervisores que apresentam um estilo apoiador de liderança. As atividades burocráticas, o relacionamento entre colegas, o desempenho docente e a identificação profissional são fatores que não causam desmotivação, pois estas condições são básicas para a promoção do bem-estar do funcionário.

Ganda e Boruchovitch (2011) apresentaram uma análise da produção científica acerca das atribuições de causalidade de estudantes de ensino superior, com destaque nos cursos de formação de professores. A análise compreendeu o período entre 1998 e 2011, com revisão de publicações de alunos universitários, inseridos em cursos de formação de professores e áreas afins, e de professores em exercício, tanto nacional, como internacional. Os resultados mostraram que há um maior número de trabalhos realizados internacionalmente. Constatou-se também que há poucos estudos relacionados às atribuições causais de alunos no curso de formação de professores e de docentes na ativa, tanto em nível nacional como internacional.

Moreira (2011) investigou a motivação do professor como uma dimensão esquecida em pesquisas. Por meio de pesquisa bibliográfica, este acredita que teorias de psicologia social, tais como: da expectativa (Vroom), a teoria da motivação para a realização (Atkinson), a teoria da aprendizagem social (Rotter) e a teoria da atribuição (Heider) podem ser utilizadas para a realização de novos estudos, a fim de identificar a real motivação docente. Como estudos futuros, incentivou a investigação de experiência individual de docentes dentro de instituições, as emoções destes, como percebem seus colegas, o mundo do trabalho docente, e o meio social, para verificar como influenciam na qualidade do ensino e as relações interpessoais que caracterizam a atividade do profissional da educação.

## 5. Procedimentos Metodológicos

O presente estudo tem por objetivo analisar a reação motivacional de docentes do curso de Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional, caracterizando-se como descritivo. Segundo Raupp e Beuren (2004) a pesquisa descritiva consiste em observar os fatos, classificando e interpretando-os, sem que o pesquisador interfira neles e por meio de técnicas precisas, métodos, modelos e teorias que conferem validade científica à pesquisa.

No que se refere aos procedimentos, a pesquisa classifica-se como levantamento de dados, pela coleta de informações de uma amostra definida, para conhecer o comportamento destes (Silva, 2003). Quanto à abordagem do problema, a pesquisa se enquadra como quantitativa, pelo tratamento dos dados por meio de métodos e técnicas estatísticas (Richardson, 1989).

## 6. População e amostra

A população do presente estudo compreende docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis de instituições do ensino superior do estado de Santa Catarina. A amostra foi composta por 43 docentes do curso de Ciências Contábeis de 3 instituições de ensino superior do estado de Santa Catarina, em decorrência do fácil acesso a estas instituições. Esta amostra fez-se necessária para a aplicação de método estatístico e a consecução do objetivo proposto.

## 7. Coleta e análise dos dados

A coleta dos dados se deu por meio de questionário com perguntas sobre o perfil dos respondentes, bem como fatores relacionados à motivação docente sob a perspectiva da Teoria Atribucional. Com o objetivo de garantir a confiabilidade do instrumento de levantamento de dados, o questionário elaborado foi

submetido à 5 mestrandos de um Curso de Pós Graduação *Strictu Senso* em Ciências Contábeis que já atuam na docência. Para este fim, foi entregue o questionário juntamente com formulário de validação, para que verificassem se as questões estavam atendendo ao objetivo proposto. Todas as contribuições foram acatadas e utilizadas para a melhoria do questionário.

As perguntas relacionadas ao perfil dos respondentes foram fechadas, as relacionadas com as causas da motivação docente foram de forma *likert* pontuadas de 1 a 5, e a última questão apresentou-se de forma aberta, a fim de relacionar os principais motivos dos docentes em exercer a carreira. Para a análise dos dados foi utilizado a Técnica Escalonamento Multidimensional, por meio do software SPSS®. O Escalonamento Multidimensional “[...] é uma técnica exploratória multivariada que permite representar de forma parcimoniosa, num sistema dimensional reduzido,

as proximidades (semelhanças/dissemelhanças) entre sujeitos ou objetos [...]” (Marôco, 2011 p. 567).

## 8. Descrição e análise dos dados

Nesta seção apresenta-se o perfil dos docentes, a análise das causas atribuídas à motivação docente por meio da Técnica Escalonamento Multidimensional, bem como os principais motivos que os docentes atribuíram ao exercício da profissão. A seguir na tabela 1 demonstra-se o perfil dos docentes da amostra em estudo.

Visualiza-se nesta tabela que a maioria dos docentes possuem idade entre 41 a 50 anos, perfazendo um total de dezoito docentes. Onze respondentes tem idade entre 31 a 40 anos, dez docentes possuem mais de 51 anos e quatro entre 20 e 30 anos. Quanto ao gênero, vinte e seis docentes são do gênero masculino, onze do feminino e seis não especificaram.

**Tabela 1. Perfil dos docentes**

<b>Idade</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Formação</b>	<b>Quantidade</b>
20 a 30	4	Administração	5
31 a 40	11	Ciências Contábeis	24
41 a 50	18	Ciências Contábeis e Administração	2
Mais de 51	10	Ciências Contábeis e Direito	1
<b>Gênero</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Ciências Contábeis, Administração e Direito</b>	<b>1</b>
Feminino	11	Ciências Sociais	1
Masculino	26	Direito	2
Não especificado	6	Economia	1
<b>Instituição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Engenharia civil</b>	<b>1</b>
Comunitária	27	Letras	1
Não especificado	2	Matemática	1
Privada	10	Psicologia	1
Pública	4	Sistemas de Informação	1
-	-	TPT – Eletrodomésticos	1

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação à instituição de ensino superior na qual exercem atividade atualmente, vinte e sete docentes atuam em entidade comunitária, dez em privada, quatro em pública e dois não especificaram. A formação acadêmica dos docentes em análise correspondeu principalmente ao curso de ciências contábeis, com vinte e quatro formações nesta área. Cinco docentes são da área de administração, dois possuem formação em direito, dois em ciências contábeis e administração. Os demais, um em ciências sociais, economia, engenharia civil, letras, matemática, psicologia, sistemas de informação e TPT Eletromóveis. Ainda, um destes possui graduação em ciências contábeis, administração e direito e outro em ciências contábeis e direito.

Depois de realizado o teste de confiabilidade, aplicou-se o questionário à amostra e sobre os dados levantados realizou-se a Técnica Escalonamento Multidimensional. Na tabela 2 apresentam-se as medidas de stress e ajuste dos dados.

**Tabela 2. Medidas de stress e ajuste**

Stress bruto normalizado	0,00317
Stress-I	0,05626 <sup>a</sup>
Stress-II	0,07175 <sup>a</sup>
Stress S	0,00328 <sup>b</sup>
Dispersão contabilizada para (D.A.F)	0,99683
Coefficiente de congruência de Tucker	0,99842

PROXSCAL minimiza o stress bruto normalizado.

a. Fator de escala ideal = 1,003.

b. Fator de escala ideal = 0,998.

Fonte: Dados da pesquisa.

Referente à qualidade de ajuste do modelo descrito na tabela 2, de acordo com Corrar, Paulo e Dias Filho (2007), o indicador de Stress representado por 0,05 é considerado justo, ou seja, quanto menor o valor do indicador melhor é o ajuste, pois possui pequenos erros

no modelo. Desta forma, o modelo do presente estudo é considerado justo e com pequenos erros. Quanto ao indicador de dispersão contabilizada para (D.A.F) de acordo com Marôco (2011) o valor de 0,9 representa o veredito muito bom ao modelo em estudo.

A seguir visualizam-se na tabela 3 as coordenadas finais do modelo que representa as causas atribucionais da motivação docente.

**Tabela 3. Coordenadas finais do modelo**

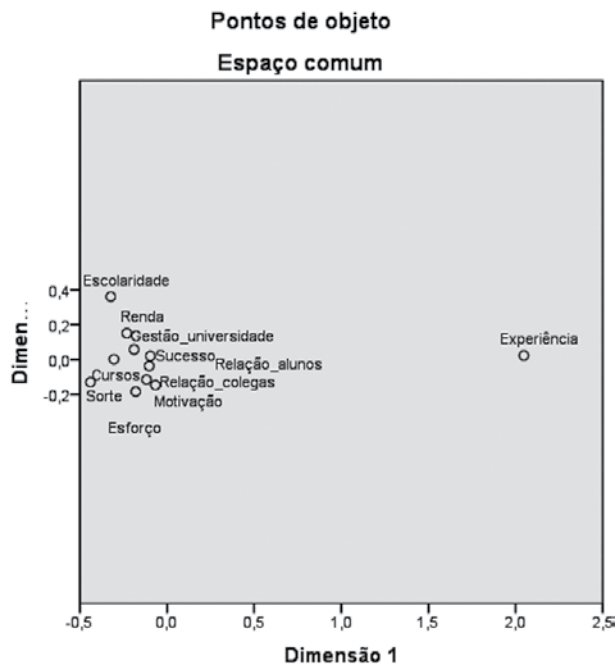
	Dimensão	
	1	2
Experiência em anos	2,047	0,023
Escolaridade	-0,323	0,360
Sucesso	-0,095	0,020
Renda	-0,231	0,150
Gestão universidade	-0,189	0,058
Sorte	-0,439*	-0,130*
Esforço	-0,179*	-0,184*
Relação alunos	-0,102*	-0,037*
Relação colegas	-0,118*	-0,115*
Cursos	-0,304	0,002
Motivação	-0,067*	-0,147*

\* pertencentes ao quadrante 00:00.

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base na tabela 3 foram verificadas as coordenadas de cada causa possível da motivação docente. A partir da coordenada da motivação, que se encontra dentro do quadrante 00:00, pode-se verificar as causas que também se encontram nesta limitação. Na figura 1 é possível visualizar o gráfico destas coordenadas.

De acordo com a figura 1 as causas relacionadas à motivação docente que se encontram no mesmo quadrante da motivação de 00:00, são: relação com os colegas de trabalho, relação com os alunos, o esforço pessoal e a sorte. Desta forma, considera-se que as relações com colegas e alunos, o esforço e a sorte são as causas mais próximas relacionadas com a motivação docente.

**Figura 1. Gráfico das distâncias**

Fonte: Dados da pesquisa.

Por sua vez, os anos com experiência docente, a escolaridade, o sucesso, a renda, a gestão da universidade e os cursos realizados por tais profissionais são causas relacionadas com a motivação docente, porém por não constarem no quadrante de 00:00, são causas mais afastadas da motivação docente. Pode-se perceber que os anos com experiência docente foi a causa mais afastada da motivação.

Quanto às respostas dos docentes sobre os principais motivos para exercerem a docência, foi possível separar as respostas em dez categorias, conforme explicita o quadro 1.

Neste contexto pode-se perceber que os principais motivos dos docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis em exercer a profissão, são: o amor pela carreira; ensino e pesquisa; relacionamento interpessoal; plano de carreira; satisfação pessoal e profissional;

atividade junto a uma universidade; financeiro; aprendizado e conhecimento; vocação e *status* profissional. E as principais causas da sua motivação em realizar tal atividade são pertinentes ao relacionamento com colegas de trabalho e alunos, esforço pessoal e sorte.

Esses achados de pesquisa vão ao encontro dos resultados encontrados por Santos (2001), Viana (2008), Mozini (2010), Skaalvik e Skaalvik (2011), e Iaochite *et al.* (2011), os quais destacam fatores tais como: esforço, interesse em ensinar, capacidades e habilidades, relacionamento com alunos e colegas de trabalho, auto realização e a formação de acadêmicos, que também foram identificados no presente estudo, como motivadores dos profissionais docentes.

Dado o exposto, a causa mais evidenciada como fator de motivação de profissionais docentes tanto do curso de graduação em Ciências Contábeis como em demais cursos verificados com base na pesquisa bibliográfica, foi o bom relacionamento com os alunos e seus colegas de trabalho. De acordo com Santos (2001) e Skaalvik e Skaalvik (2011) o bom relacionamento com alunos e colegas de trabalho contribui no processo de ensino eficaz e traz emoções agradáveis aos professores, que por sua vez, motivam-se a continuarem na profissão.

### Considerações finais

O objetivo proposto no presente estudo foi de analisar a reação motivacional de docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis sob a perspectiva da Teoria Atribucional. A metodologia utilizada para a consecução deste escopo foi descritiva, de levantamento de dados e quantitativa. Para o levantamento de dados foi utilizado questionário, aplicado a docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis de 3 instituições de ensino superior do estado de Santa Catarina. A análise dos dados foi auxiliada pela Técnica de Escalonamento Multidimensional no software SPSS.

### Quadro 1. Motivos do exercício da docência

Motivos	Trechos das respostas
Amor	“Amo o que faço, gosto de estudar e estar envolvida com aprendizagem, valorizar a educação, sentir-me realizada em ensinar” (Docente nº 26).
Ensino e Pesquisa	“Despertar a compreensão dos acadêmicos, promover o exercício da razão, ensinar a pensar certo, transformar os acadêmicos, estar envolvido na educação” (Docente nº 24). “Realização profissional, instiga a busca constante pela pesquisa e aprendizado” (Docente nº 43).
Relacionamento interpessoal	“Porque gosto de me relacionar com pessoas e gosto de ensinar” (Docente nº 2).
Carreira docente	“Gostar de trabalhar com o ensino, possibilidade de atualização profissional, perspectiva de carreira” (Docente nº 29).
Satisfação pessoal e profissional	“Necessidade e satisfação pessoal e profissional. Adoro a docência e estar no âmbito acadêmico. O profissional se atualiza obrigatoriamente e se torna prazeroso o dia a dia” (Docente nº 12).
Atividade junto a uma universidade	“Ficar em atividade junto a uma universidade, satisfação pessoal, plano de carreira, caso modifique o sistema de aposentadoria” (Docente nº 4).
Financeiro	“Complementação da renda” (Docente nº 7).
Aprendizado e conhecimento	“Aprender mais, busca de novos conhecimentos, contato com pessoas para trocar ideias” (Docente nº 15).
Vocação	“Vocação” (Docente nº 32).
Status profissional	“Satisfação profissional, retribuição, constante aprendizado, oferece um meio de destaque perante os profissionais da área” (Docente nº 40).

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados apontaram como principais motivos dos docentes do curso de graduação em Ciências Contábeis em exercer a profissão: o amor pela carreira; ensino e pesquisa; relacionamento interpessoal; plano de carreira; satisfação pessoal e profissional; atividade junto a uma universidade; financeiro; aprendizado e conhecimento; vocação e *status* profissional.

Já as principais causas atribuídas pelos docentes em relação a sua motivação estão associadas essencialmente ao relacionamento com seus colegas de trabalho e alunos, ao seu esforço pessoal e sorte. O que corrobora com os demais estudos, visto que apontam o relacionamento com os alunos e colegas de trabalho e o esforço como principais causas. Em relação à sorte

identificada neste estudo, como causa de motivação docente, esta verifica-se de forma inédita, pois não foi constatada nos estudos relacionados.

A causa mais evidenciada como fator de motivação de profissionais docentes tanto na presente pesquisa como em demais estudos encontrados, foi o relacionamento que possuem com as partes relacionadas ao exercício da profissão, tais como alunos e colegas de trabalho.

O bom ensino, segundo Santos (2011) é realizado a partir do entusiasmo docente, o qual é peça principal no processo de ensino e aprendizagem, necessitando estar motivado e empenhado na realização de suas atividades.



Apresenta-se como contribuição da presente pesquisa, a identificação dos fatores motivadores de docentes do curso de ciências contábeis, visto que poucos estudos observaram esta temática. Constatou-se que os fatores motivadores dos docentes foram relacionamento com colegas e alunos, esforço pessoal e sorte. Desta forma, incentiva-se que gestores de recursos humanos de universidades realizem atividades entre docentes e alunos, a fim de gerar maior integração dentre estes, o que pode aumentar a motivação tanto dos professores, quanto dos alunos também, contribuindo consequentemente para o desempenho destes em sala de aula. Quanto ao fator motivador esforço pessoal do professor, como é uma característica intrínseca dos docentes, sugere-se que os mesmos busquem se aperfeiçoar com informações sobre a área, o que pode auxiliar em suas aulas e consequentemente lhe gerar os sentimentos de valorização e motivação. Em relação à sorte dos professores, esta se torna subjetiva, visto que não depende do esforço do professor, universidade e alunos, entretanto, boas oportunidades aparecem para àqueles que se encontram preparados, sugerindo-se desta forma, a constante atualização do conhecimento.

Como limitação de estudo verificou-se a pouca quantidade de respondentes à pesquisa, apesar de tal limitação não ter comprometido os resultados do estudo. Sugere-se para pesquisas futuras, a utilização de outras teorias para detectar as causas relacionadas à motivação docente do curso de graduação em Ciências Contábeis, a fim de comparar os resultados com o presente estudo e a partir disto, aprofundar as reflexões acerca dos resultados apresentados.

## Referências

- Antunes, D. D. (2012). *Oficinas pedagógicas de trabalho cooperativo: uma proposta de motivação docente*. Tese em Educação. Faculdade de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Cavalcante, L. I. P., M. D. F. Bissoli, M. I. D. Almeida, S. G. A. Pimenta (2011). Docência no ensino superior na área da saúde: formação continuada/desenvolvimento profissional em foco. *Revista Eletrônica Pesquisa Educação*, 3 (6), 162-182.
- Cornachione Junior, E. B., J. V. A. Cunha, M. M. M. Luca & E. Ott (2010). O bom é meu, o ruim é seu: perspectivas da teoria da atribuição sobre o desempenho acadêmico de alunos da graduação em Ciências Contábeis. *Revista Contabilidade & Finanças - USP*, 21 (53), 1-24. <http://dx.doi.org/10.1590/s1519-70772010000200004>
- Corrar, L. J., E. Paulo & J. M. Dias Filho (2007). *Análise multivariada para os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia*. São Paulo: Atlas.
- Dela Coleta, J. A. & S. A. Godoy (1986). Atribuição de causalidade ao sucesso e fracasso e reações emocionais: pesquisas brasileiras com os modelos de Bernard Weiner. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 2, 145-156.
- Ferreira, M. C., E. M. L. Assmar, A. G. Omar, H. U. Delgado, A. T. Gonzales, J. M. B. Silva, M. A. Souza & M. C. F. Cisne (2002). Atribuição de causalidade ao sucesso e fracasso escolar: um estudo transcultural Brasil-Argentina-México. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 15 (3), 515-527. <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-79722002000300006>
- Ganda, D. R. & E. Boruchovitch (2011). Atribuição de causalidade no ensino superior: análise da Produção científica. *Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, 2 (1), 2-18. <http://dx.doi.org/10.5433/2236-6407.2011v-2n1p2>
- Iaochite, R. T., R. G. Azzi, S. A. J. Polydoro & P. J. Winterstein (2011). Autoeficácia docente, satisfação e disposição para continuar na docência por professores de Educação Física. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 33(4).
- Jesus, S. N. & J. C. V. Santos (2004). Desenvolvimento Profissional e Motivação dos Professores. *Revista Educação*, 1 (52), 39-584.

- Locke, E. (1984). Job satisfaction. In: Gruneberg M. & T. Wall (Eds.), *Social psychology and organizational behaviour* (pp. 93-117). New York: John Wiley & Sons.
- Marôco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. 5ª ed. Análise e Gestão de Informação Ltda.
- Moreira, H. (2011). A investigação da motivação do professor: a dimensão esquecida. *Revista Educação & Tecnologia*
- Mozini, A. F. (2010). *Motivação e satisfação no trabalho docente em uma instituição de ensino superior particular: estudo de caso*. Dissertação em Educação. Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE, Presidente Prudente – São Paulo.
- Oliveira, A. G. A., C. R. Donato, M. Dos Santos & M. A. Dantas (2009). Principais fatores que motivam os professores de ensino de Ciências e/ou Biologia do município de Aracaju, Sergipe a lecionarem. *Scientia Plena*, 5(3).
- Raupp, F. M. & I. M. Beuren (2004). Caracterização da pesquisa em Contabilidade. In: Beuren, I. M. (Org.). *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática*. 2ª ed. São Paulo: Atlas.
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 2ª ed. São Paulo: Atlas.
- Ryan, R. M. & E. L. Deci (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary educational psychology*, 25 (1), 54-67. <http://dx.doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sales, K. F. S. (2010). *As atribuições causais de professores por fracasso escolar em matemática: comparação com percepções de seus alunos*. Dissertação em Educação. Universidade Estadual de Londrina, Londrina-Paraná.
- Santos, S. C. (2001). O processo de ensino-aprendizagem e a relação professor-aluno: aplicação dos «sete princípios para a boa prática na educação de ensino superior». *Caderno de Pesquisas em Administração*, São Paulo, 8 (1).
- Silva, A. C. R. (2003). *Metodologia da Pesquisa Aplicada à Contabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Skaalvik, E. M. & S. Skaalvik (2011). Teacher job satisfaction and motivation to leave the teaching profession: Relations with school context, feeling of belonging, and emotional exhaustion. *Teaching and Teacher Education*, 27 (6), 1029-1038. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tate.2011.04.001>
- Telfer, R. & T. Swan (1986). Teacher motivation in alternate promotion structures for NSW high schools. *The Journal of Educational Administration*, 24 (1), 38-57. <http://dx.doi.org/10.1108/eb009908>
- Thomson, M. M., J. E. Turner & J. L. Nietfeld (2012). A typological approach to investigate the teaching career decision: Motivations and beliefs about teaching of prospective teacher candidates. *Teaching and Teacher Education*, 28 (3), 324-335. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tate.2011.10.007>
- Vaz, A. C. (2010). *O papel da gestão na motivação profissional de docente*. Dissertação em Educação. Universidade Católica de Brasília, Brasília - DF.
- Viana, J. C. C. R. (2008). *O perfil motivacional do docente da rede estadual de ensino fundamental na Paraíba*. Dissertação em Administração. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- Weiner, B. (1992). *Human motivation: Metaphors, theories and research*. Newbury Park, Ca.: Sage.

Fecha de recepción: 15 de octubre de 2015

Fecha de aceptación: 21 de octubre de 2015

Correspondencia: alinicont@gmail.com

carol\_spletsch@yahoo.com.br

vania@furb.br

### Vania Tanira Biavatti

Cuenta con un doctorado en Ciencias Sociales y Políticas en la Universidad Pontificia Católica de Sao Paulo (2005) y una maestría en Educación: Enseñanza Superior en la Universidad Regional de Blumenau (1995); asimismo, es graduada en Pedagogía y tiene una habilitación en Educación por la Universidad Regional de Blumenau (1988). Actualmente, es docente en la maestría de Ciencias Contables - Metodología de la Enseñanza Contable y es profesora titular del curso de Políticas Públicas, Historia y Legislación de la Enseñanza como Eje Articulador en la Universidad Regional de Blumenau. Trabajó en el Vicerrectorado de Enseñanza en la Universidad Regional de Blumenau (FURB) dirigiendo la sección de Apoyo Pedagógico desde 2005 hasta 2006, y, posteriormente, la División de Políticas Educativas (DPE) de 2006 a 2010. También, fue coordinadora del Programa Institucional de Becas para la Iniciación en Docencia -Pibid/Capes/FURB de 2010 a 2012. De igual modo, estuvo a cargo de la coordinación del subproyecto interdisciplinario de Sostenibilidad del Pibid/FURB entre los años 2012 y 2013 y, actualmente, coordina el subproyecto interdisciplinario de Gestión Democrática Escolar Pibid/FURB. Cuenta con experiencia en el área de Educación, con énfasis en Política y Legislación Educativa. Investiga principalmente los siguientes temas: formas de subjetividad/ subjetividades contemporáneas, políticas educativas/políticas de la formación docente y prácticas pedagógicas contemporáneas.

### Gabriel Almeida Caldas

Cursa la maestría en Ciencias Contables de la Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ) y es licenciado en Ciencia Contables de la Universidad Estácio de Sá y en Administración por el CEFET-RJ. Ejerce el cargo de analista técnico en la Superintendencia de Seguros Privados (Susep), donde trabaja realizando el monitoreo a distancia de las condiciones económico-financieras de las entidades supervisadas, incluido el grado de solvencia. Trabaja directamente en la elaboración de normas y directrices sobre contabilidad, auditoría y solvencia aplicables al mercado de seguros en Brasil. Tiene experiencia en auditoría interna y externa.

### Mario Castellanos Verdugo

Es doctor por la Universidad de Sevilla (España) en Administración y Dirección de Empresas y profesor titular en esta misma universidad. Las investigaciones del profesor Castellanos Verdugo se han publicado en revistas relevantes, tales como *Environmental Engineering & Management Journal*, *Tourism Management*, *Current Issues in Tourism*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. En español, ha publicado en revistas de reconocido prestigio, como *TURyDES*, *Boletín de Estudios Económicos* y *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, entre otras. Recientemente, sus intereses y objetos de investigación se han inclinado por la interacción entre los social media y el *marketing*, publicados en *Journal of Research in Interactive Marketing*.

### Marcelo Alvaro da Silva Macedo

Es graduado en Administración Pública y Empresarial de la Universidad Federal Rural de Río de Janeiro (1994); asimismo, cuenta con una maestría en Ingeniería de Producción en la Universidad Federal Fluminense (1998), un doctorado en Ingeniería de Producción en COPPE-UFRJ (2006) y posdoctorado en Contraloría y Contabilidad en la FEA-USP (2010). Actualmente, es profesor adjunto y coordinador del Programa de Posgrado en Ciencia Contables de la Universidad Federal de Río de Janeiro (PPGCC/UFRJ). Ha trabajado en el área de Ciencias Contables, especialmente en la de Desempeño Organizacional, Contraloría y Finanzas Corporativas, Teoría de la Decisión, y Métodos Cuantitativos Aplicados. Ha publicado diversos artículos en revistas con prestigio nacional e internacional.

### Guilherme Maciel Mafra

Brasileño, es contador graduado de la carrera de Contabilidad en 2008 y con un posgrado en Control de la Gestión Pública Municipal (2015), ambos títulos emitidos por la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC). De igual modo, ha realizado un posgrado en Contabilidad Pública por la Universidad del Sur de Santa Catarina (Unisul). Su experiencia como contador se concentra en sociedades privadas y es excontador de la Compañía de Desarrollo y Urbanización de Balneário Camboriú. Actualmente, es contador en el Gobierno Municipal del Balneário Camboriú en Santa Catarina, Brasil.

### Miriam Muñoz Expósito

Es estudiante de doctorado en la Universidad de Sevilla (España). Sus intereses de investigación se centran en el *marketing* en los *social media* y en la integración social en las comunidades *online*. Sus trabajos han sido publicados en *Revista de Administração de Empresas* (RAE) y en *Journal of Research in Interactive Marketing*.

### Orion Augusto Platt Neto

Es profesor en el Departamento de Ciencias Contables de la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC). Asimismo, es contador registrado, graduado en Contabilidad (1999), con una maestría en Gestión de Negocios (2002) y un doctorado en Inteligencia Organizacional (2005), ambos por el Programa de Ingeniería de Producción de la UFSC. En la actualidad, trabaja en mercados financieros (fondos de pensiones), en Contabilidad Gerencial (en una asociación privada), y, en el servicio público federal, ha ocupado el cargo de contador y auditor.

### María de los Ángeles Oviedo García

Es doctora en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Sevilla (España) y profesora titular en esta misma universidad. Sus investigaciones en el ámbito turístico han sido publicadas en revistas de reconocido impacto, como *Tourism Management*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *Current Issues in Tourism* o *Service Business*, entre otras. Recientemente, sus intereses de investigación se han inclinado por la interacción entre los *social media* y el *marketing*, trabajo que ha publicado en *Journal of Research in Interactive Marketing*.

### Caroline Sulzbach Pletsch

Es graduada en Ciencia Contables por la Universidad Regional del Noroeste del Estado de Río Grande del Sur (2012) y cuenta con una maestría en Ciencias Contables por la Fundación Universidad Regional de Blumenau –FURB– (2015). Asimismo, es profesora investigadora del curso de Ciencias Contables de la Universidad del Estado de Santa Catarina (UDESC). Trabaja en las áreas de Contraloría, Contabilidad Gerencial, Análisis de Costos, Pericia Contable y Contabilidad para Usuarios Externos.

### Nydia Marcela Reyes Maldonado

Es contadora pública por la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), Colombia, y cuenta con un Ph.D. en Contabilidad y Finanzas de las Organizaciones por la Universidad de Zaragoza, España. Es docente titular del Programa de Contaduría Pública de la UNAB. Además, es directora del grupo de investigación en Contabilidad y Finanzas, Invesconfin.

### Adriano Rodrigues

Es doctor en Contraloría y Contabilidad por la Universidad de Sao Paulo (2008), magíster en Ciencias Contables por la Universidad Federal de Río de Janeiro (2003) y graduado en Ciencias Contables por la Universidad Federal del Espíritu Santo (1998). Actualmente, es profesor en el área de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Federal de Río de Janeiro; también, es docente en el Programa de Posgrado en Ciencias Contables - PPGCC (maestría y doctorado) y en el Programa de Posgrado en Administración del Instituto Coppead de la UFRJ. Realiza investigaciones especialmente en los siguientes temas: contabilidad en mercados regulados e información del mercado (con énfasis en CPC e IFRS). Es autor de libros y artículos científicos publicados en el área de Administración y Ciencias Contables de diversas revistas.

### José Augusto Salas Ávila

Es contador público y auditor por la Universidad de Talca, Chile. Asimismo, cuenta con un Ph.D. en *Accounting* por la University of Texas Pan American (EE.UU.). Se desempeña como docente titular de la Escuela de Auditoría e Ingeniería en Control de Gestión de la Universidad de Talca, Chile. Asimismo, es director del Centro de Investigación y Estudios Contables (CIEC).

### Alini da Silva

Cuenta con una maestría en Ciencias Contables por la Universidad Regional de Blumenau (FURB) y un título en Ciencias Contables, y especialización en Contabilidad y Planeamiento Tributario por la Universidad Regional Integrada del Alto Uruguay y de las Misiones (URI). Asimismo, tiene experiencia académica y profesional en contabilidad como becario en la maestría de Capes/Fapesc. Trabaja en las áreas de Ciencias Contables y Administración, principalmente, en los siguientes temas: calidad de la información contable, teoría de la contabilidad, normas internacionales de contabilidad, contabilidad para usuarios externos, contabilidad gerencial.

## INSTRUCCIONES A LOS AUTORES

*Contabilidad y Negocios* pretende promover y difundir la producción de artículos sobre temas de actualidad de las disciplinas de Administración y Contabilidad. Asimismo, aspira posicionarse como una revista de alto nivel académico, tanto para la comunidad universitaria como para el ámbito empresarial. Por ello, está dirigida a investigadores, estudiantes y profesionales relacionados con estas disciplinas.

Nuestro objetivo es que los lectores aprecien el contenido de los artículos como una fuente importante de consulta y referencia en su quehacer académico o empresarial. De igual modo, se espera que estos contribuyan al estudio y debate de los temas que nuestros colaboradores aportan en cada publicación.

Los artículos seleccionados y publicados deben ser de contenido original e inédito, acerca de temas de interés académico y/o profesional de las especialidades de Contabilidad, Administración, Economía y especialidades afines. Dichos artículos son evaluados por árbitros de las áreas correspondientes.

La evaluación de los artículos se realiza bajo la modalidad de doble ciego, es decir los árbitros no conocen la identidad de los autores y, viceversa, los autores no conocen la identidad de los árbitros.

En cuanto a las citas bibliográficas de otros autores, estas deberán ser incluidas en los artículos mediante la norma de referencias parentéticas (apellido, año, página). Asimismo, se debe tener en cuenta que todo texto que sea citado en el contenido del artículo deberá figurar de manera obligatoria en la bibliografía.

Los artículos propuestos para su publicación deberán adecuarse a los siguientes lineamientos generales:

- Presentación en Microsoft Word.
- Formato A-4, espacio y medio, letra Arial 11.
- La extensión aproximada debe fluctuar entre quince (15) y veinte (20) páginas. Ello incluye gráficos y cuadros, los cuales deberán ser entregados, adicionalmente, en PowerPoint, Excel y otros similares que se hayan empleado en su elaboración.
- Resumen (200 palabras aproximadamente), palabras clave (4) y título en español e inglés.
- Citas y referencias bibliográficas debidamente especificadas de acuerdo a las pautas del manual de estilo que emplea el Fondo Editorial de la PUCP, el cual puede ser consultado en la siguiente dirección:

<http://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/>

---

\* El resumen o *abstract* debe tener en promedio 200 palabras (tamaño referencial, mas no determinante) y explicar de manera concisa y concreta el contenido total del artículo a fin de lograr un carácter descriptivo y/o informativo. Las palabras clave deben ser cuatro (4) en promedio en ambos idiomas.

## INSTRUCTIONS TO THE AUTHORS

*Contabilidad y Negocios* se publica dos veces al año, en julio y noviembre.

*Contabilidad y Negocios* expects to promote and spread the production of articles about recent topics related to Administration and Accountancy disciplines, and it aspires to be a journal with high academic level, both for the university community as well as for the business field, that is why it is directed to researchers, students and professionals related to those disciplines.

Our objective is that our readers appreciate the content of the articles as an important consulting and reference source for academic or business work with the purpose of helping studies and discussing topics that our cooperators bring in every publication.

The selected and published articles must be original and unpublished, they must have academic interest and must be related to the fields of Accountancy, Administration, and Economy. These articles are evaluated by referees of the corresponding areas.

The evaluation of each article uses the modality of a double blind review, that means the referees do not know the identity of each author and so do not they authors respect to their referees.

Related to bibliography notes of other authors, these must be included in the articles using the law of parenthesis reference (last name, year, page). At the same time, we must consider that all kinds of texts mentioned in the article need to be published in the bibliography.

The articles presented for publication must respect the following conditions:

- Microsoft presentation
- A4 format, one and half space, font: Arial 11
- Among fifteen (15) to twenty (20) pages extend, including graphics and charts, they have to be handed additionally in Power Point, Excel and others used in its work.
- Abstract (200 words), keywords (4) and title in Spanish and English
- Footnote and bibliography references clearly mentioned, according to the steps used in the Register Style from PUCP, which can be checked in the electronic journal version, in the following address:

<http://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/>

*Contabilidad y Negocios* is published twice a year, in July and November.

---

\* The summary or abstract should be on average 200 words (size reference, but not decisive) and explain in a concise and concrete way the entire contents of the article in order to achieve a descriptive and / or informative. Keywords must be four (4) on average in both languages.

# TABLE OF CONTENTS

EDITORIAL	3
CURRENT ACCOUNTING	
Are we approving or disapproving our job with International Education Standards? - Application of International Standards in Education (IES) for studies in accounting in Latin American countries <b>José Augusto Salas Ávila &amp; Nydia Marcela Reyes Maldonado</b>	5
Internet Availability for Financial Statements in the Municipalities of Grande Florianópolis Region. Years 2000 to 2013 <b>Guilherme Maciel Mafra &amp; Orion Augusto Platt Neto</b>	23
BANKING AND FINANCE	
Study on the Relationship between the Reinsurance, Management of Regulatory Ratios and Tax Reduction on Insurance Companies in Brazil <b>Gabriel Almeida Caldas, Adriano Rodrigues &amp; Marcelo Alvaro da Silva Macedo</b>	41
MANAGEMENT	
Social media expansion. A challenge for marketing management <b>María de los Ángeles Oviedo García, Miriam Muñoz Expósito &amp; Mario Castellanos Verdugo</b>	59
Motivation of Professors in the Undergraduate Course of Accounting. Perspective of the Attribution Theory. <b>Alini da Silva, Caroline Sulzbach Pletsch &amp; Vania Tanira Biavatti</b>	70
Contributors	83
Instructions to the authors	86