



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SAPE

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14º SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FEIRA DE INVENÇÕES E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

ANÁLISE COMPARATIVA DAS VENDAS DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS

Trabalho de: ANDIARA PERINAZZO WESLING (andiaraw30@yahoo.com.br),
ANDREIA BEATRIZ BRAUN (andreia-braun@hotmail.com), MARIELLI
TABORDA DA COSTA (costamarielli@johndeere.com).

Orientado por: EDELMAR ELOI BARASUOL (cbarasuol@terra.com.br).

Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

Resumo

Este artigo teve como objetivo, viabilizar um estudo sobre uma análise comparativa do faturamento e participação de uma empresa prestadora de serviços. Os dados utilizados para realizar a análise tiveram como base os faturamentos da empresa nos anos de 2009 a 2011 nos dois locais de sua atuação um denominado de Fábrica e outro denominado de Parque. O método utilizado foi um estudo de caso tendo como base as vendas realizadas pelos contratos da Fábrica e Parque no período compreendido entre 2009 a 2011, inicialmente foi realizada a coleta dos dados e posteriormente foram tabulados os gráficos para a realização das análises. A abordagem utilizada foi quantitativa, foram analisados os valores de faturamentos dos contratos em questão. Quanto aos resultados à participação dos contratos na Fabricao, representam maior faturamento em comparação ao Parque, devido ao fato de que na Fabricao estão concentrados os contratos de maior valor aquisitivo e número de pessoas, já no Parque estão alocados somente os contratos de portaria e conservação predial. Conforme concluído pelo estudo, percebeu-se que a empresa em questão possui boa rentabilidade e alta lucratividade, seus contratos com o cliente possuem valores significativos, que garantem uma grande atratividade sendo alcançado o objetivo do estudo tendo sido realizada a análise comparativa das vendas da empresa. Como sugestão o grupo afirma de todas as formas possíveis as informações disponíveis, para que em momentos de sazonalidade e renegociações, possa utilizar-se destas análises para requerer uma atenção maior do cliente para com suas atividades. O estudo em questão servirá para auxiliar no gerenciamento e na tomada de decisões bem como, conhecer mais detalhes da empresa, como seus pontos fortes, fracos ou passíveis de melhorias e suas potencialidades.

Palavras chaves: Faturamento, Analise, Serviço.

Referências

- Zeithaml, Valarie A. Marketing de serviços: a empresa com foco no Cliente – 2º ed. – Bookman, 2003.

RIBEIRO, Osni Moura – Contabilidade geral fácil/ 7º edição – São Paulo: Saraiva, 2010.

ÁVILA, Carlos Alberto de. Gestão Contábil para contadores e não contadores – Ibplex, 2006.