

O processo de auditoria interna em Shopping Center: evita possíveis fraudes?

The internal audit process in shopping centers: prevents possible fraud?

El proceso de auditoría interna en los centros comerciales ¿prevenir un posible fraude?

DOI: 10.55905/rmuscv2n1-004

Recebido: 25/03/2024

Aceito: 30/04/2024

**Amanda Cristine Árcega Fernandes¹, Paula Izabela Nogueira Bartkiw
Rodrigues², Denilson Cesar Sena³**

RESUMO

O estudo foi elaborado por meio de dados comparativos autorizados pela empresa do segmento de Shopping Center, que está presente no mercado da cidade de Curitiba desde 2013. A contabilidade é um instrumento de grande valia para administrar uma organização, pois resulta em registros, análises e interpretações, que são utilizados por contadores e gestores na tomada de decisão. Nesse sentido, o presente artigo destaca a relação do lojista com os processos de auditoria, o objetivo geral foi investigar quais possíveis fraudes podem ser encontradas ou evitadas na gestão operacional dos lojistas. As lojas presentes no espaço do Shopping arcam com custos de taxas que incluem, além do condomínio, a cobrança de uma porcentagem sobre as vendas de cada lojista, essa porcentagem varia conforme tamanho e segmento da loja e consta no contrato de aluguel conforme normas estipuladas pelo empreendedor. Mesmo com contratos e regras de mercado estabelecidas para a comercialização dos produtos e serviços no espaço alugado pelas lojas, foi identificada a presença de fraudes geradas, que, conseqüentemente podem comprometer a administração mensal do centro comercial. Os dados foram coletados por meio de análise documental, informações contábeis comparadas com as informações auditadas pelo processo profissional de Auditoria, permitindo a verificação de possíveis alterações nas receitas geradas com o objetivo de identificar a existência de favorecimento próprio ou de terceiros.

Palavras-chave: auditoria, shopping center, fraudes.

ABSTRACT

The study was prepared by means of comparative data authorized by the company of the Shopping Center segment, which has been present in the market of the city of Curitiba since 2013. Accounting is a valuable tool for running an organization, as it results in

¹ Graduanda em Administração pelo Centro Universitário Santa Cruz (UNISANTACRUZ), Curitiba - Paraná, Brasil. E-mail: amandacaf@yahoo.com.br

² Mestre em Comunicação pela Universidade Tuiuti do Paraná, Especialista em Gestão Empresarial, Centro Universitário Santa Cruz (UNISANTACRUZ), Curitiba - Paraná, Brasil.
E-mail: tutor2@unisantacruz.edu.br

³ Mestre em Administração e inovações tecnológicas, Centro Universitário Santa Cruz (UNISANTACRUZ), Curitiba - Paraná, Brasil. E-mail: drsenaadv@gmail.com

records, analysis and interpretation, which are used by accountants and managers in decision making. In this sense, this article highlights the relationship of the shopkeeper with the audit processes, the general objective was to investigate what possible fraud can be found or avoided in the operational management of the shopkeepers. The stores present in the mall space bear the costs of fees that include, in addition to the condominium, the collection of a percentage on the sales of each shopkeeper, this percentage varies according to the size and segment of the store and is included in the rental contract according to rules stipulated by the entrepreneur. Even with contracts and market rules established for the commercialization of products and services in the space rented by the shops, the presence of fraud generated was identified, which consequently could jeopardize the monthly administration of the shopping center. The data was collected through documentary analysis, accounting information compared with the information audited by the professional Audit process, allowing the verification of possible changes in the revenues generated with the purpose of identifying the existence of favoritism of own or of third parties.

Keywords: auditing, shopping center, fraud.

RESUMEN

El estudio se elaboró mediante datos comparativos autorizados por la empresa del segmento Centro Comercial, presente en el mercado de la ciudad de Curitiba desde el año 2013. La contabilidad es una herramienta valiosa para la gestión de una organización, ya que da lugar a registros, análisis e interpretación, que son utilizados por los contadores y los administradores en la toma de decisiones. En este sentido, en este artículo se destaca la relación del tendero con los procesos de auditoría, el objetivo general fue investigar qué posibles fraudes se pueden encontrar o evitar en la gestión operativa de los tenderos. Las tiendas presentes en el espacio comercial asumen los costos de honorarios que incluyen, además del condominio, la recaudación de un porcentaje sobre las ventas de cada tendero, este porcentaje varía según el tamaño y segmento de la tienda y se incluye en el contrato de alquiler de acuerdo con las normas estipuladas por el empresario. Incluso con contratos y reglas de mercado establecidas para la comercialización de productos y servicios en el espacio alquilado por los comercios, se identificó la presencia de fraude generado, lo que en consecuencia podría poner en peligro la administración mensual del centro comercial. Los datos fueron recolectados a través del análisis documental, comparando la información contable con la información auditada por el proceso profesional de Auditoría, permitiendo la verificación de posibles cambios en los ingresos generados con el propósito de identificar la existencia de favoritismo propio o de terceros.

Palabras clave: auditoría, centro comercial, fraude.

1 INTRODUÇÃO

O estudo do caso foi elaborado em um Shopping Center bem-conceituado da cidade de Curitiba, construído com a finalidade de entretenimento, lazer e cultura que atendem a um estilo de vida contemporâneo onde o uso do tempo e a comodidade são

luxos essenciais possui 185 lojas em operação, divididas em vários segmentos, como alimentação, vestuário, joias, conveniência e serviços, cinema, lojas de departamentos, lojas de calçados e artigos do lar. Formado por uma equipe de sócios que formam um grupo que administra shopping centers em todo o Brasil e possui hoje possui 220 colaboradores atuando na administração interna e tendo como principal atividade a prestação de serviços com o objetivo final a locação de lojas.

O sistema de faturamento de todos os shoppings estabelecidos no Brasil se constitui a partir da cobrança de aluguel mínimo estabelecido em contrato e de um percentual sobre as vendas. Com administração única e centralizada, o shopping aluga seus espaços para os lojistas conforme a legislação da região onde está instalado. Existem vários processos de declaração a serem seguidos pelos lojistas, um deles é a declaração de faturamento onde o lojista informa qual foi sua receita com vendas, a partir dessa informação a administração pode avaliar a saúde financeira do shopping e tomar medidas preventivas para a melhoria do desempenho dos lojistas.

A administração necessita de alguém que confirme que as rotinas de trabalho estão sendo realizadas corretamente e com frequência, refletindo a realidade econômica e financeira da empresa. A Auditoria Interna se torna neste momento uma atividade necessária para a organização, como ferramenta de trabalho, controle e assessoria para administração. (ATTIE 1992). Sendo um tema pouco abordado, a atual situação do país e grandes mudanças no mercado, as fraudes ocasionam perdas significativas, dessa forma o shopping center como um grande centro comercial, também está sujeito e conseqüentemente irá obter prejuízos ao empreendedor. Para tanto, a pesquisa buscou pelo entendimento sobre o resultado do processo obtido pela auditoria em shopping center, possibilitando uma abrangência diferenciada na forma de realizar a análise do faturamento dos lojistas.

A pesquisa, é classificada como uma pesquisa quantitativa, seu objetivo é verificar a possibilidade da ocorrência de fraudes na gestão operacional de lojistas de um shopping center, mensurando a importância do processo de auditoria nos controles internos, analisando e realizando comparativos das declarações de faturamento, relatando suas variações durante o período abordado, visando identificar possíveis fraudes.

A auditoria é um assunto relevante para a sociedade, observando e aplicando uma melhoria na qualidade da gestão e relacionamento entre lojista e empreendedor, pois a partir dela é possível realizar um controle mais aprofundado, fazendo com que todo o

faturamento seja informado sem omissões. Por isso, é de suma importância a realização de estudos como este, para que sejam esclarecidas as dúvidas dos administradores e interessados.

Tendo em vista que, quanto mais estudos sobre a área de auditoria interna, melhorias e ajustes nos controles internos poderão agregar uma valorização na função da auditoria e obter resultados mais satisfatórios. Justifica-se, a presente pesquisa pela contribuição para o meio acadêmico no que diz respeito ao enriquecimento do conhecimento em auditoria interna em geral, juntamente como uma opção de área para especialização.

2 METODOLOGIA

As informações analisadas foram cedidas pela empresa na data de 01/06/2022 via arquivo de Excel e compreendem o período de fevereiro e maio de 2022 onde foram comparados o faturamento de dez lojas de diversos segmentos de mercado, dentre esses segmentos temos lojas de vestuário, alimentação, calçados, entre outros.

A coleta das informações foi acompanhada junto a visita do auditor nas lojas para verificar o livro caixa. Por se tratar de informações sigilosas, os nomes das lojas mencionadas na pesquisa não foram divulgados.

A presente pesquisa tem como objetivo confrontar a veracidade das informações de faturamento fornecidas pelos lojistas na empresa em questão, sendo um estudo de caso pode-se classificar este estudo como uma pesquisa quantitativa.

Quadro 1 – Comparativo entre métodos de pesquisa do problema abordado.

PROCESSO PESQUISA	CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS			CARACTERÍSTICAS QUANTITATIVAS		
		SIM	NÃO		SIM	NÃO
PROBLEMA: Identificar possíveis fraudes	Voltada para a descrição, previsão e explicação de dados mensuráveis ou observáveis	X		Voltada para a exploração, a descrição, o entendimento e experiências		X
COLETA DE DADOS: Documental	Instrumentos predeterminados Dados numéricos Número considerável	X		Os dados surgem aos poucos em textos ou imagens Poucos casos		X
ANÁLISE DOS DADOS	Análise estatística comparação de grupos ou relação entre variáveis	X		Análise de textos e material audiovisual Descrição, análise e desenvolvimento de temas		X
RESULTADO: Possíveis fraudes contábeis foram identificadas na	Padronizado e fixo Objetivo e sem tendências	X		Emergente e flexível Reflexivo e com aceitação de tendências		X

comparação dos documentos	✕		✕
---------------------------	---	--	---

Fonte: elaborado pelo autor baseado nas informações publicadas por Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 41).

O quadro acima compara as características do problema para podermos classificar o estudo em qualitativo ou quantitativo.

A coleta de dados foi realizada por meio documental, direcionada para a verificação da possibilidade de ocorrência de fraudes contábeis na apresentação do faturamento das lojas do shopping center em questão. Uma das limitações da pesquisa foram o curto período de informações disponibilizado pelo shopping, sendo de apenas quatro meses impossibilitando um cálculo de variação mais aprofundado, e a outra limitação foi o tempo disponível para realização desta pesquisa, pois seria necessária uma pesquisa com prazo maior, para identificar a existência de repetição de padrões nos faturamentos mensais em diferentes anos. Além da indisponibilidade de efetuar a divulgação dos nomes das lojas, descrição nas exposições das informações a imagem dos envolvidos.

2.1 ANÁLISE DOS DADOS

Com os valores de faturamento disponibilizados pela empresa foram analisados os cálculos do aluguel percentual e sua variação, o cálculo é feito da seguinte forma: a loja tem um contrato com o locador do espaço, quando é assinado o contrato ela concorda em pagar um percentual sobre suas vendas, onde tem um ponto de equilíbrio, caso ela não ultrapasse o valor de equilíbrio das vendas não terá necessidade de efetuar o pagamento do aluguel percentual, ai entra a importância da auditoria, pois muitas vezes as lojas deixam de realmente informar seu faturamento real para não precisar realizar o pagamento do aluguel percentual.

A análise do ponto de equilíbrio, também conhecida como análise custo-volume-lucro, busca determinar a partir de que nível de faturamento a empresa cobre os seus gastos e começa a gerar lucros. O ponto de equilíbrio indica o nível de vendas necessário a cobertura de todos os custos operacionais, fixos e variáveis. (PEREIRA: AGNALDO, 2009).

Após estipulado percentual em contrato, é feito o cálculo para ver qual será o ponto de equilíbrio, o cálculo para o ponto de equilíbrio é: aluguel mínimo dividido pelo seu percentual assim gerando um ponto de equilíbrio das vendas, de determinado lojista,

o ponto de equilíbrio é o valor até o qual o lojista poderá vender e não precisará pagar aluguel percentual, caso esse valor seja ultrapassado é aplicado o percentual sobre o excedente do valor do ponto de equilíbrio, segue abaixo o exemplo com base nas informações da Loja 1:

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \text{Aluguel mínimo} \div \text{Percentual de vendas}$$

$$\text{Ponto de equilíbrio} = 5.000 \div 5\%$$

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \text{R\$ } 100.000,00$$

Os dados estão apresentados em forma de tabelas, onde informam o mês em que as vendas foram contabilizadas, se os dados foram colhidos pelo auditor ou se foram informados pela loja, o valor total das vendas do mês, a porcentagem de variação entre o mês em que os dados foram colhidos pelo auditor e o mês em que a loja informou as vendas sem o recolhimento do auditor, o valor excedente é o valor que passou do valor do ponto de equilíbrio, que varia conforme o tamanho da loja e seu segmento e por fim o valor a somar ao aluguel conforme acordado previamente no contrato, apresentando os seguintes resultados:

A loja 1 analisada é uma loja de chocolates, além de fazer venda de produtos de chocolate, realiza venda de café no local. Esse lojista paga de aluguel mínimo um valor de 5.000,00 reais ao mês, e o percentual de vendas é de 5% sobre o que exceder do seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 100.000,00.

Tabela 1 – Faturamento Loja 1 – Segmento: Alimentos/Chocolates.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIAÇÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 17.201,65	510%	-	-
mar/22	SIM	R\$ 104.890,55		R\$ 4.890,55	R\$ 244,53
abr/22	NÃO	R\$ 69.658,80	76%	-	-
mai/22	SIM	R\$ 122.591,80		R\$ 2.591,80	R\$ 1.129,59

Fonte: Elaborado pelo autor.

Observa-se no quadro acima, o período e os valores do faturamento que foram disponibilizados, valor excedente das vendas para cálculo do aluguel percentual, junto com o percentual de variação, entre os meses de março e fevereiro de 2022 identifica-se uma variação de 510%, e no período de maio e abril de 2022 foi de 76% de aumento nas vendas, não ultrapassando seu ponto de equilíbrio nos meses de março de 2022 e maio de 2022, onde a mesma não estava passando por auditoria, não gerando valor de aluguel percentual a pagar.

A loja 2 analisada é uma loja de vestuário feminino, que comercializa vários modelos de roupas e sapatos. Esse lojista paga aluguel mínimo no valor de 10.000,00 reais ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exercer seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 200.000,00.

Tabela 2 – Faturamento Loja 2 – Segmento: Vestuário Feminino.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIACÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 202.563,72	109%	R\$ 2.563,72	R\$ 128,19
mar/22	SIM	R\$ 423.127,77		R\$ 223.127,77	R\$ 11.156,39
abr/22	NÃO	R\$ 327.595,90	92%	R\$ 127.595,90	R\$ 6.379,80
mai/22	SIM	R\$ 629.335,06		R\$ 429.335,06	R\$ 21.466,75

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Verifica-se, o percentual de variação, entre os meses de fevereiro e março de 2022 uma variação de 109%, e no período abril e maio de 2022 foi de 92% de aumento nas vendas, ambos os meses tiveram um valor excedente para cálculo de aluguel percentual, gerando aluguel percentual a pagar, observa-se nos meses fevereiro e abril possuem um valor baixo em relação aos meses de março e maio de 2022, onde a loja estava com a presença da auditoria.

A loja 3 é analisada é uma loja de roupas masculinas, está presente no mercado há mais de três décadas. O valor do aluguel mínimo é de 5.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 100.000,00.

Tabela 3 – Faturamento Loja 3 – Segmento: Vestuário Masculino.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIACÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 60.628,40	120%	-	-
mar/22	SIM	R\$ 133.325,88		R\$ 33.325,88	R\$ 1.666,29
abr/22	NÃO	R\$ 116.727,84	1%	R\$ 16.727,84	R\$ 836,39
mai/22	SIM	R\$ 117.495,66		R\$ 17.495,66	R\$ 874,78

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Nota-se, o percentual de variação, entre os meses de fevereiro e março 2022, a variação foi de 120% e abril e maio de 2022 foi de 1% de aumento nas vendas, não teve aluguel percentual a pagar em único mês, que foi o mês de fevereiro de 2022, onde não existia a presença da auditoria interna, nota-se que nesse período de abril à julho a loja não obteve uma receita de vendas satisfatória.

A loja 4 analisada é uma loja de cosméticos que além de vender maquiagem, vende outros produtos relacionados a beleza. Seu aluguel mínimo no valor de 5.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 100.000,00.

Tabela 4 – Faturamento Loja 4 – Segmento: Cosméticos.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIAÇÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 128.588,40	54%	R\$ 28.588,40	R\$ 1.429,42
mar/22	SIM	R\$ 197.654,20		R\$ 97.654,20	R\$ 4.882,71
abr/22	NÃO	R\$ 220.287,36	4%	R\$ 120.287,36	R\$ 6.014,37
mai/22	SIM	R\$ 229.997,76		R\$ 129.997,76	R\$ 6.499,89

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Identificou-se, o percentual de variação, entre os meses de março e fevereiro de 2022 foi de 54% e maio e abril de 2022 foi de 4% de aumento nas vendas, ambos os meses excederam seu ponto de equilíbrio gerando valores de aluguel percentual a pagar.

A loja 5 analisada é uma loja de calçados que vende sapatos e acessórios, todos feitos de couro e atende a homens e mulheres. Seu aluguel mínimo no valor de 5.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 100.000,00.

Tabela 5 – Faturamento Loja 5 – Segmento: Calçados.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIAÇÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 235.801,53	57%	R\$ 135.801,53	R\$ 6.790,08
mar/22	SIM	R\$ 369.487,24		R\$ 269.487,24	R\$ 13.474,36
abr/22	NÃO	R\$ 298.638,08	-9%	R\$ 198.638,08	R\$ 9.931,90
mai/22	SIM	R\$ 270.360,82		R\$ 170.360,82	R\$ 8.518,04

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Nota-se, o percentual de variação, entre os meses de março e fevereiro de 2022, a variação foi de 57% de aumento nas vendas, e de maio e abril de 2022 as vendas tiveram uma queda de 9%, porém todos os meses excederam o valor do ponto de equilíbrio gerando aluguel percentual a pagar. Verifica-se que independente da presença da auditoria, a loja obteve o mesmo volume de vendas em todos os meses.

A loja 6 analisada é uma loja do ramo de alimentação que vende saladas e grelhados. Seu aluguel mínimo no valor de 5.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas

é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 100.000,00.

Tabela 6 – Faturamento Loja 6 – Segmento: Alimentação.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIACÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 132.261,50	92%	R\$ 32.261,50	R\$ 1.613,08
mar/22	SIM	R\$ 253.426,65		R\$ 153.426,65	R\$ 7.671,33
abr/22	NÃO	R\$ 198.253,60	44%	R\$ 98.253,60	R\$ 4.912,68
mai/22	SIM	R\$ 284.586,78		R\$ 184.586,78	R\$ 9.229,34

Fonte: Elaborado Pelo Autor

Observa-se, o percentual de variação, entre os meses fevereiro e março, a variação foi de 92% e abril e maio, foi de 44% de aumento nas vendas, ultrapassando seu ponto de equilíbrio, gerando aluguel percentual a pagar em todos os meses analisados, porém nos períodos de fevereiro e abril que a loja não estava passando por auditoria seu aluguel percentual a pagar era de menor valor em relação março e maio que a loja estava com a presença da auditoria.

A loja 7 analisada é uma loja do segmento de joias, ela vende alianças, brincos correntes, entre outros artigos relacionados. Seu aluguel mínimo no valor de 20.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 400.000,00.

Tabela 7 – Faturamento Loja 7 – Segmento: Joias.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIACÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 452.856,98	48%	R\$ 52.856,98	R\$ 2.642,85
mar/22	SIM	R\$ 672.268,75		R\$ 272.268,75	R\$ 13.613,44
abr/22	NÃO	R\$ 513.628,78	37%	R\$ 113.628,78	R\$ 5.681,44
mai/22	SIM	R\$ 705.253,50		R\$ 305.253,50	R\$ 15.262,68

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Identificou-se, o percentual de variação, entre os meses de fevereiro e março, a variação foi de 48% e abril e maio foi de 37% de aumento das vendas, ultrapassando seu ponto de equilíbrio, gerando aluguel percentual a pagar em todos os meses analisados, porém nos períodos de fevereiro e abril que a loja não estava passando por auditoria seu aluguel percentual a pagar era de menor valor em relação aos meses de março e maio que a loja estava com a presença da auditoria.

A loja 8 analisada é uma loja de vestuário infantil, A marca traz em seu mostruário roupas e calçados infantis. Seu aluguel mínimo no valor de 6.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 120.000,00.

Tabela 8 – Faturamento Loja 8 – Segmento: Vestuário infantil.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIAÇÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 168.528,65	40%	R\$ 48.528,65	R\$ 2.426,43
mar/22	SIM	R\$ 235.751,46		R\$ 115.751,46	R\$ 5.787,57
abr/22	NÃO	R\$ 170.260,99	19%	R\$ 50.260,99	R\$ 2.513,05
mai/22	SIM	R\$ 203.145,80		R\$ 83.145,80	R\$ 4.157,29

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Notou-se, o percentual de variação, entre os meses de fevereiro e março, a variação foi de 40% e abril e maio foi de 19% de aumento das vendas, ultrapassando seu ponto de equilíbrio, gerando aluguel percentual a pagar em todos os meses analisados, porem nos períodos de fevereiro e abril que a loja não estava passando por auditoria seu aluguel percentual a pagar era de menor valor em relação aos meses de março e maio de 2022 que a loja estava com a presença da auditoria.

A loja 9 analisada é uma loja de artigos para casa e decoração, artigos para cozinha, cama, mesa e banho e tudo que ajude na organização e decoração do lar. Seu aluguel mínimo no valor de 10.000,00 ao mês, e seu percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 200.000,00.

Tabela 9 – Faturamento Loja 9 – Segmento: Artigos para a casa.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIAÇÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 79.592,27	11%	R\$ 79.592,27	R\$ 8.979,61
mar/22	SIM	R\$ 423.169,24		R\$ 23.169,24	R\$ 11.158,46
abr/22	NÃO	R\$ 381.626,58	6%	R\$ 81.626,58	R\$ 9.081,33
mai/22	SIM	R\$ 402.751,86		R\$ 02.751,86	R\$ 10.137,59

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Verificou-se, junto com o percentual de variação, entre os meses de fevereiro e março, a variação foi de 11% e de abril e maio, foi de 6%, de aumento nas vendas, porém todos os meses excederam o valor do ponto de equilíbrio gerando aluguel percentual a pagar.

A loja 10 analisada atua no ramo farmacêutico há mais de 40 anos, sua loja além dos medicamentos possui produtos de beleza e higiene. Seu aluguel mínimo um valor de 10.000,00 reais ao mês, e o percentual de vendas é de 5% em cima do que exceder o seu ponto de equilíbrio, seu ponto de equilíbrio de vendas com base no seu aluguel mínimo é de 200.000,00.

Tabela 10 – Faturamento Loja 10 – Segmento: Farmácia.

MÊS	PRESENÇA AUDITORIA	VALOR VENDA	% DE VARIAÇÃO	VALOR EXCEDENTE	VALOR A SOMAR AO ALUGUEL
fev/22	NÃO	R\$ 102.462,71	146%	-	-
mar/22	SIM	R\$ 252.346,50		R\$ 52.346,50	R\$ 2.617,33
abr/22	NÃO	R\$ 165.186,35	69%	-	-
mai/22	SIM	R\$ 79.168,42		R\$ 79.168,42	R\$ 3.958,42

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Observa-se, o percentual de variação, entre os meses de fevereiro e março, teve uma variação de 146%, e no período de abril e maio foi de 69% de aumento nas vendas, não ultrapassando seu ponto de equilíbrio nos meses de fevereiro e abril, não gerando valor de aluguel percentual a pagar.

2.2 COMO TRATAR A INADIMPLÊNCIA EXISTENTE

Os Shopping Centers lidam com o risco de inadimplemento por parte dos lojistas, mesmo com contratos bem elaborados com multas para a quebra de contrato. Então se faz necessário um relacionamento próximo entre a administração do Shopping e os lojistas, para evitar ao máximo a falta de pagamento é preciso entender a realidade que ambos vivenciam, o que foi um grande desafio em época de pandemia.

Segundo o Dicionário Financeiro:

A inadimplência acontece quando há o descumprimento de uma obrigação, geralmente financeira, como o não pagamento de bens ou serviços até sua data de vencimento, ou, do ponto de vista jurídico, é o incumprimento dos termos de um contrato (total ou parcial), feitos em acordo com outras partes.

O inadimplemento de ato jurídico unilateral ou contratual e o não cumprimento da obrigação assumida em fato originário, daí surgindo o dever de reparar os danos gerados. (COSTA, Eduardo Ganymedes. 2018).

A tabela abaixo apresenta a porcentagem de inadimplência durante os meses de 2020, 2021 e metade de 2022, a porcentagem é baseada em 185 lojas, que é o número de lojas em operação na empresa.

Tabela 11 – inadimplentes – porcentagem comparativa entre os últimos anos.

Mês	2020	2021	2022
	%	%	%
Jan	19,76%	32,34%	16,92%
Fev	28,12%	32,93%	24,30%
Mar	24,38%	44,46%	27,10%
Abr	19,24%	33,10%	19,62%
Mai	19,61%	37,50%	16,91%
Jun	16,07%	40,79%	11,33%
Jul	15,14%	39,41%	
Ago	15,24%	23,20%	
Set	13,72%	23,32%	
Out	19,00%	25,73%	
Nov	15,24%	17,42%	
Dez	13,58%	24,29%	

Fonte: Elaborado Pelo Autor.

Em 2020, a empresa fez acordo com os lojistas reduzindo as taxas de condomínio e de aluguel no período do fechamento obrigatório, de 19 de março de 2020 até 25 de maio 2020 devido à pandemia da COVID-19 que iniciou no Brasil em março de 2020. Mesmo após a reabertura dos shoppings, trabalhamos com reduções de horários e de datas, retornando ao horário normal de funcionamento somente em 08 de julho de 2021.

Quando as lojas começaram a se recuperar, voltaram as cobranças de condomínios e aluguéis progressivamente, por isso notamos o aumento de inadimplentes a partir de janeiro de 2021, apresentando a maior taxa em março de 2021, quando houve um aumento de casos de COVID-19 resultando em um novo fechamento de serviços não essenciais, os Shoppings fecharam novamente durante uma semana de 13 de março de 2021 reabrindo com restrições em 21 de março de 2021, sendo assim, os acordos de redução no condomínio e no aluguel foram renovados, reduzindo a porcentagem de inadimplentes gradativamente na medida em que os casos de COVID-19 foram diminuindo.

Em junho de 2022 tivemos o menor percentual de inadimplência em relação aos anos de 2021 e 2020, o que demonstra uma recuperação considerável dos nossos lojistas, esperamos que essa porcentagem reduza ainda mais no decorrer de 2022.

Após realizada a análise dos dados identifica-se que o faturamento depois da auditoria presencial teve um aumento significativo em 100% das lojas auditadas, comparado ao período em que não estavam passando por auditoria. Já nos valores do cálculo do aluguel percentual podemos ver que em algumas lojas os valores têm uma variação grande, sendo que em muitas das lojas o valor a pagar de aluguel percentual chega a zerar quando não tem a presença da auditoria. Levantando uma suspeita sobre os valores das vendas. As lojas que apresentaram maior variação foram a loja de chocolate

e a farmácia pela sua venda elevada após o início da auditoria, enquanto as lojas passavam por auditoria seu faturamento ultrapassou seu ponto de equilíbrio, já nos meses que as lojas não passavam por auditoria, as mesmas não ultrapassaram o ponto de equilíbrio, não pagando aluguel percentual, as lojas chegaram a ter variações de mais de 100% entre dois meses de vendas.

No caso da inadimplência, os diretores tentam uma negociação com os lojistas que estão passando por dificuldades, o que normalmente acontece, caso não haja acordo, os diretores passam a situação para seus advogados, que assumem juridicamente a situação, podendo ocasionar em despejo.

2.3 O PROCESSO DE AUDITORIA INTERNA

A auditoria de lojas é um importante ponte de apoio para que as informações declaradas tenham um índice maior de confiabilidade e sirvam de apoio para as tomadas de decisões. (ABRASCE, 2019). As empresas estão expostas a sofrerem algum tipo de fraude, devido à falta de princípios éticos e desvio de conduta vindo dos auditores e colaboradores. Existem atividades para que cada profissional tenha ciência e fique atento a qualquer detalhe a fim de impossibilitar a fraude. Tendo como objetivo geral investigar quais são as possíveis fraudes na gestão operacional de lojistas e auditores internos de um shopping center.

A auditoria é uma avaliação sistemática do funcionamento de uma empresa, buscando problemas com conformidade legal, furos operacionais, mapeamento de processos e informações contábeis detalhadas. É usada como garantia de confiabilidade das demonstrações financeiras, com a evolução da tecnologia o mundo dos negócios exige uma prática mais efetiva para evitar problemas que acarretam prejuízos milionários de investidores, proprietários e sócios (MAILAN; BONFANTI, 2019).

O auditor analisa minuciosamente todos os registros de origem, completando com os declarados. A ética do auditor favorece a si e aos envolvidos, os benefícios em ser ético trazem reconhecimento e eleva sua reputação positivamente, o não ser ético mancha sua imagem e lhe traz uma desconfiança que irá acompanhar até o fim de sua carreira profissional (GIL,2000).

Segundo Araújo (2003, p. 71) “o parecer do auditor independente desempenha uma função da maior relevância no cenário empresarial, em virtude de assegurar a lisura dos informes contábeis”.

O auditor tem a função de esclarecer os fatos de maneira aprofundada, analisa um a um. O auditor pode ser independente ou possuir vínculo na empresa que atua.

2.4 AS FRAUDES IDENTIFICADAS

As informações que a contabilidade deve fornecer se referem, principalmente, ao patrimônio da entidade, formado pelo conjunto de bens, direitos e obrigações que devem ser mensurados sob dois aspectos: qualitativo e quantitativo. Ocorre que, muitas vezes, tais informações chegam ao usuário de forma assimétrica, com a possibilidade de existência de fraudes contábeis e atos de gestão questionáveis, gerando conflitos entre as partes interessadas. Esses conflitos e os atos de uma gestão incompetente emergem como os principais fatores para a existência de uma governança corporativa detentora de técnicas que permitam às empresas agir com transparência e equidade na divulgação de suas informações. (PEREIRA; AGNALDO, 2005)

Com a tecnologia, as informações e seus fluxos são rápidos, a evolução das fraudes tem aumentado. Segundo um estudo realizado pela PWC com mais de 7000 companhias ao redor do mundo, 49% delas foram vítimas de fraudes. Segundo a pesquisa, as ações mais comuns são: a corrupção, apropriação indevida de ativos e ataques cibernéticos (PWC, 2018).

A pesquisa realizada pela PWC, ainda reforça que a forma mais eficaz de prevenir uma fraude é investir em controles internos, como auditoria interna, e revisão dos gestores nos processos efetuados (PWC, 2018)

A contabilidade ajuda os gestores e administradores, na diminuição do grau de incerteza, auxiliando na tomada de decisão, registrando identificando, mensurando e analisando os eventos que causam alteração no patrimônio da empresa, tornando assim, importante o papel da auditoria, que ajuda na descoberta de erros ou fraudes, no meio da contabilidade, trazendo mais qualidade, transparência e segurança nos controles internos das organizações (PEREIRA; NASCIMENTO, 2005).

Geralmente o perfil do fraudador é aquele que exerce um cargo de confiança dentro da empresa, tornando mais suscetível pois acontece de dentro para fora, sem dúvida esse é um dos maiores desafios das organizações (FUSIGER; SILVA; CARRARO, 2015).

Segundo um relatório de pesquisa de 2009 da KPMG, sobre a fraude no Brasil em diversos setores, constatou que quase 70% dos entrevistados sofreram fraudes em sua

organização nos últimos 2 anos. Destes, 29% tiveram atos dolosos com a falsificação de cheques e documentos, enquanto 25% com roubos de ativos (SIMÕES; SCHARRER, 2009).

No ramo do comércio não é diferente, os auditores precisam estar preparados para reduzir e controlar gastos, detectar falhas em seus controles internos, como também auxiliar na tomada de decisão, visando melhorar o desempenho da organização (ATTIE, 1992).

2.5 AS FRAUDES CONTÁBEIS

Fraudes contábeis são aquelas que ocorrem nos registros contábeis, onde os fatos ocorridos podem ser manipulados de forma que comprometa o ambiente interno e externo da empresa, esses próprios registros podem ser utilizados para a descoberta e tratamento dessas fraudes, através de um comportamento padrão da organização que foi quebrado (PEREIRA; NASCIMENTO, 2005).

A contabilização dos resultados serve para avaliar o desempenho da empresa, tornando-a suscetível a manipulações nos registros contábeis (PEREIRA; NASCIMENTO, 2005).

O gerenciamento dos resultados contábeis é caracterizado como escolhas de critérios disponibilizados ao gerente pelas normas contábeis. Assim pelo uso do julgamento o gestor realiza suas escolhas, em razão dos incentivos que o levam a reportar um resultado distinto daquele que realmente aconteceu, o gerenciamento também pode ocorrer por meio de decisões e atos concretos, com aplicações no fluxo de caixa da empresa e não somente da manipulação formal das contas de resultado.

De acordo com Santos e Grateron (2003, p.11), “[...] qualquer manipulação da informação contábil que contenha uma distorção na conformação correta desta, deve ser entendido como uma espécie de fraude”.

Segundo Matsumoto e Parreira (2007, p. 18), alguns exemplos de práticas que violam as normas e princípios contábeis são:

- Registrar vendas fictícias,
- Antecipar (documentalmente) a data de realização das vendas,
- Superestimar o estoque pelo registro de inventário fictício.

O estudo do caso foi feito em cima dos dados descritos acima, sendo assim foram identificadas Fraudes contábeis por parte dos lojistas.

2.6 AS FRAUDES NO CONTROLE INTERNO OU OPERACIONAIS

Por muitos anos vem sendo procurado meios mais eficazes de proteger os ativos das organizações, por conta da evolução das fraudes, que evidenciam a ausência de controles internos, trazendo grandes prejuízos para as organizações. Os controles internos são uma forma de identificar e evitar essas possíveis fraudes, por isso é tão relevante a conscientização dos colaboradores e gestores envolvidos, sobre a responsabilidade de cada um para fins de otimizar o sistema operacional da empresa, a fim de evitar essas fraudes e possíveis erros nas operações (ASSI, 2016).

Com o intuito de proteger os ativos da empresa, os controles internos, junto com os processos, rotinas e métodos, trazem dados confiáveis para a administração da mesma (PEREIRA; NASCIMENTO, 2005).

Um sistema de controle interno bem desenvolvido pode incluir o controle orçamentário, custos-padrão, relatórios operacionais periódicos, análises estatísticas, programas de treinamento de pessoal e, inclusive, auditoria interna. Pode também, por conveniência, abranger atividades em outros campos, como, por exemplo, estudo de tempos e movimentos, e controle de qualidade (ATTIE, 2000, p.114).

Desta forma, avaliações periódicas, trazem um controle satisfatório, através de um exame sistemático, que ajuda, a conhecer, analisar e aprimorar tais processos organizacionais, a fim de se atingir metas gerenciais, e evitar fraudes no controle interno (OLIVEIRA, 2009).

Para evitar possíveis casos de fraudes no sistema operacional ou no controle interno, existem procedimentos internos e verificações diárias pelos gestores de cada setor.

2.7 AS FRAUDES ÉTICAS

Fraudes éticas são aquelas que trazem grandes problemas para a empresa. Ela não está ligada aos bens materiais e físicos da organização, não são algo que se possa tocar, porém trazem grandes complicações e prejuízos financeiros (PEREIRA; NASCIMENTO, 2005).

Tem uma forte tendência de aumento desses casos nas situações seguintes:

- No desenvolvimento de projetos, na área de requisição de pessoal profissionais da engenharia.
- Pesquisa de potencial de produto.

- Na engenharia de produtos, mais especificamente na linha de produção. (PEREIRA; NASCIMENTO, 2005).

Para evitar possíveis fraudes éticas, a empresa analisada investe em treinamentos e em cultivar uma cultura de honestidade e transparência entre todos os setores.

Analisando as informações sobre as fraudes acima, concluímos que as lojas aplicaram fraude contábil na administração do Shopping alterando registros contábeis para diminuir ou até se isentar do pagamento do percentual de vendas acordado no contrato de locação, cabendo aos diretores avaliar e tomar as devidas providências.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na análise comparativa dos dados contábeis disponibilizados sem o processo de auditoria e com o processo de auditoria profissional a partir dos dados secundários referente ao faturamento de várias lojas com os segmentos de venda diferenciados, verificou-se indícios de possíveis fraudes contábeis aplicadas por algumas lojas no período analisado, cabendo a administração do shopping uma investigação mais aprofundada para tomar providências cabíveis, pois quanto mais baixa a venda, a loja paga um aluguel percentual baixo e muitas vezes nem paga, com base nos dados apresentados o valor da venda não ultrapassa o ponto de equilíbrio, que é o valor calculado através das vendas para o pagamento do aluguel, esse valor é acordado em contrato onde o lojista vai efetuar o pagamento de um percentual de suas vendas para o empreendedor que é a parte que disponibiliza o espaço para locação.

Essa variação identificada na análise dos dados causa impactos significativos no pagamento do aluguel percentual à pagar, destaca-se alguns exemplos: o da loja 1, que seu faturamento teve uma variação de 510% de um mês para o outro nas suas vendas, outro exemplo visível é nas lojas onde as vendas ultrapassam 100% de faturamento de um mês para o outro, refere-se a loja 2, de roupas femininas com 109%, loja 3, loja de roupas masculinas com 120 % e loja 10, farmácia com 146%, onde nota-se que as variações ocorrem em períodos intercalados de auditoria, assim gerando um prejuízo para o empreendimento na hora do cálculo do aluguel percentual. Observa-se que 3 lojas de 10, não pagam aluguel percentual nos meses que não estão sendo auditadas, essas lojas são as lojas 1, de chocolate, loja 3, de roupas masculinas e loja 10, farmácia, já nos meses que elas estão sendo auditadas, pagam aluguel percentual, e muitas vezes suas vendas dobram o valor, assim gerando prejuízo para o proprietário do empreendimento. Nota-se

também que as lojas 2, de roupas femininas, loja 6, de comida e loja, 7, joalheria, efetuaram pagamentos de aluguel percentual todos os meses analisados, porém com uma variação de mais de 100% superior no valor no período que elas estão passando por auditoria. A loja 4, de cosméticos manteve seu nível de vendas em todos os períodos, tendo ou não a auditoria, nota-se que esse processo interno de verificação incentiva o lojista a respeitar e seguir as normas do estabelecimento, correspondendo às expectativas de venda e suas declarações.

Através da análise dos dados disponibilizados pela auditoria, pode-se demonstrar a importância do trabalho do auditor para a organização. Na análise dos documentos verifica-se que nos meses que não houve auditoria as vendas são menores, sendo encontradas nos processos e controles disponibilizados. O trabalho da auditoria reforça a importância dos processos internos, visando a sua eficácia na relação de locador e locatário. Destaca-se o faturamento da loja 04, que independente da auditoria, a loja atribui um faturamento próximo aos meses analisados.

Os objetivos deste trabalho foram cumpridos, constatou-se que a auditoria interna ajuda na melhoria de processos, pois quando a auditoria está realizando a fiscalização nas lojas o valor do seu faturamento é maior em relação aos períodos sem auditoria, nota-se que com a presença da mesma o valor do faturamento é elevado

Analisando os resultados, sugere-se para evitar fraudes futuras, o investimento em auditores, ampliação do controle interno e a análise dos dados fornecidos pelos lojistas, efetuando assim mais comparativos, realização de auditoria com mais frequência, aplicando as respectivas advertências para quando não houver o cumprimento das normas acordadas em contrato. Sugere-se a verificação e comparação de declarações do EFD contribuições (SPED) que é um sistema de escrituração digital, criado pelo governo com o objetivo de informar ao sistema público o cálculo de PIS e COFINS, tendo por base as receitas, realizando análises junto com o faturamento da auditoria.

Assim, para pesquisas futuras, sugere-se a análise dos processos de auditoria interna de outros shoppings que também tenham a presença da auditoria interna. Podendo desta forma, comparar os percentuais de variações que foram encontradas na sua realização.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, F. J. **Compreensão do parecer do auditor independente no Brasil**. Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS (ABRASCE). **Definições e convenções do setor de Shoppings Centers**, Disponível em: <http://abrasce.com.br/uploads/general/general_80c337b867448181f33301312a9719a5.pdf>. Acesso em: 05 de junho de 2022.

ASSI, Marcos. Onde estamos errando na contabilidade e na fraude contábil? Pessoas ou processos? 2016. Disponível em: <<https://auditoriaoperacional.com.br/onde-estamos-errando-na-contabilidade-e-na-fraude-contabil-pessoas-ou-processos/>>. Acesso em: 07 de junho de 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS (ABRASCE). **Definições e convenções**, Disponível em: <<https://www.abrasce.com.br/monitoramento/definicoes-e-convencoes>>. Acesso em: 05 de junho de 2022.

ATTIE, William. **Auditoria Interna**. São Paulo: Atlas, 1992.

ATTIE, William. **Auditoria: conceitos e aplicações**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
BRMALLS. **Estatuto Social da Companhia**. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/fatos-relevantes/pdf/16066356.pdf>>. Acesso em: 06 de junho de 2022.

BRASIL, PWC. **Metade Das Empresas Brasileiras foi Vítima de Crimes Econômicos nos Últimos Dois Anos**. São Paulo, SP. Disponível em: <<https://www.pwc.com.br/pt/sala-de-imprensa/noticias/metade-das-empresas-brasileiras-foi-vitima-de-crimes-economicos-nos-ultimos-dois-anos.html>>. Acesso em: 07 de junho de 2022.

COSTA, Eduardo Ganymedes. **Noções Gerais de Direito**. 2. Ed. IESDE: Curitiba; 2018.

DICIONÁRIO FINANCEIRO. **Finanças Pessoais**. Disponível em <<https://www.dicionariofinanceiro.com/inadimplencia/>> Acesso em 10 de junho de 2022.

FUSIGER, Paula; SILVA, Leticia Medeiros da; CARRARO, Wendy Beatriz Witt Haddad. **Auditoria Independente: Principais infrações que acarretam processo 118**. Revista Executive On-Line, Bebedouro SP, 1 (1): 105-119, 2016. Administrativo sancionar pela comissão de valores mobiliários. Revista Contexto, v.15, n.30, maio/ago. 2015. Disponível em: <<http://unifafibe.com.br/revistasonline/arquivos/revistaexecutiveonline/sumario/43/06012017181404.pdf>>. Acesso em: 9 de julho de 2022.

GIL, A. L. **Auditoria Operacional e de Gestão**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

GOMES, M. A. C. **Uma Contribuição à prevenção de fraudes contra as empresas. Tese de Doutorado em Contabilidade e Atuária**. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2000.

KPMG, Transaction and Forensic Services Ltda. **A fraude no Brasil: Relatório da Pesquisa.** Setembro. 2009.

MAILAN, W. A; BONFANTI, A. **Importância da Auditoria nas Empresas e o papel do contador.** Disponível em: <https://www.inesul.edu.br/revista/arquivos/arqidvol_52_1512679095.pdf> Acesso em: 10 de junho de 2022.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** 3 ed. São Paulo: Atlas, **1994**.

MATSUMOTO, A. S.; PARREIRA, E. M. Uma pesquisa sobre o Gerenciamento de Resultados Contábeis: causas e consequências. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 10, n. 1, p. 18, 2007.

OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JUNIOR, José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria Estratégica.** São Paulo: Atlas, 2009.

PEREIRA, A. C. & NASCIMENTO, W. S. (2005). **Um Estudo sobre a Atuação da Auditoria Interna na Detecção de Fraudes nas Empresas do Setor Privado no Estado de São Paulo.** Revista Brasileira de Gestão de Negócios. FECAP Ano 7. n.19, Set/dez.

PEREIRA, AGNALDO SANTOS. **Finanças Corporativas.** 1 ed IESDE Curitiba: 2009.

SANTOS, Arioaldo dos; GRATERON, Ivan Ricardo Guevara. **Contabilidade criativa e responsabilidade dos auditores.** **Revista Contabilidade & Finanças.** USP, São Paulo, n.32, p.7-22, mai./ago. 2003.

SIMÕES, José Carlos A; SCHARRER, Werner. **A fraude no Brasil relatório de pesquisa 2009.** Disponível em: <http://www.kpmg.com.br/publicacoes/forensic/Fraudes_2009_port.pdf> Acesso em: 14 de junho de 2022.