



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO  
GRANDE DO NORTE – CAMPUS NATAL ZONA NORTE  
CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO

THAYS DOS SANTOS FELIX

**RELATÓRIO DE PRÁTICA PROFISSIONAL DO ESTÁGIO NA AUDITORIA DE  
FISCALIZAÇÃO NAS LOJAS DO PARTAGE NORTE SHOPPING NATAL**

NATAL/RN

2017

THAYS DOS SANTOS FELIX

**RELATÓRIO DE PRÁTICA PROFISSIONAL DO ESTÁGIO NA AUDITORIA DE  
FISCALIZAÇÃO NAS LOJAS DO PARTAGE NORTE SHOPPING NATAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Coordenação do Curso Técnico em Comércio, na modalidade EJA do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Campus Natal – Zona Norte, como requisito para obtenção do título de Técnico Integrado em Comércio.

Orientação: M.Sc., Prof. Paulo de Tarso Silva Braga

NATAL/RN

2017

## TERMO DE APROVAÇÃO

**Aluna:** Thays dos Santos Felix

**Curso:** Técnico Integrado em Comércio

**Período/Ano:** 2017.2

**Tipo de Documento:** Relatório Final de Estágio

**Título:** Relatório de Prática Profissional do estágio na auditoria de fiscalização nas lojas do Partage Norte Shopping Natal

### PARECER

O Relatório final de Estágio foi submetido à Direção Acadêmica do IFRN – Campus Natal – Zona Norte para análise e aprovado como requisito para conclusão do Curso Técnico Integrado em Comércio.

---

Prof. M.Sc Paulo de Tarso Silva Braga – IFRN/ZN  
Professor Orientador

---

Prof. Marilson Donizetti Silvino- IFRN/ZN  
Professor Avaliador

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por permitir que na estrada da minha vida eu pudesse encontrar um lugar tão incrível, mágico posso dizer, e melhor, tão sonhado por mim, e por muitos ao meu redor. O IFRN além de oferecer educação e proporcionar oportunidades deslumbrantes para alunos, faz destes, melhores cidadãos na sociedade.

A minha linda família por estarem comigo concedendo apoio, força e ajudando sempre, não existe palavras suficientes para expressar o quanto sou agradecida por vocês existirem.

Aos amigos que construí ao decorrer da vida, pelos incentivos e compreensão ao longo dessa etapa, marcada por muitos sacrifícios, angústias e muitas lágrimas de alegria, “Todas as grandezas do mundo não valem um bom amigo”. Um agradecimento muito especial ao rapaz mais determinado e focado que conheci na jornada da vida, Bryan Adams Gomes Nascimento, por avivar em meu ser a importância do conhecimento, à Samara Araújo pelos ensinamentos, nós sabemos que não foram poucos, uma amizade como a sua é uma benção vinda de Deus, e Ericacia Nascimento pela importância que você transpareceu em ouvir os meus sonhos, e por acreditar na possível realização, divido com vocês os méritos desta conquista.

A minha segunda família IFRN-Campus Natal Zona Norte, por terem me recebido de uma maneira tão preciosa, num ambiente onde transfigura algo tão acolhedor, através dos técnicos-administrativos, servidores e terceirizados passando aos estudantes o melhor atendimento possível para suas necessidades em especial a Jalon Barbosa de Medeiros.

Aos Mestres, que além de exercerem suas profissões, foram amigos conselheiros que transpareceram da melhor forma os conteúdos que deviam ser ministrados, conceituando também ética, caráter e respeito, mostrando o quão importante é o conhecimento que adquirimos com os estudos. Ao meu orientador Paulo de Tarso pela compreensão e orientação, às professoras Fabrícia Abrantes, Karla Angélica, Marlene Medeiros, Wiane Lima e Wandirce Freitas, aos professores Luiz Henrique do Nascimento, Alexandre Magno, Pablo Capistrano, Ernesto Tacconi, e Thiago Valentim pelos ensinamentos que vou levar para a minha vida pessoal e profissional!

Aos meus colegas de classe que em meio a tantas turbulências, fazíamos e estávamos no mesmo barco, compartilhando conhecimentos e aprendendo juntos. Em especial a Reginaldo Lopes, e Francisca Almivânia, pelo apoio que sempre me proporcionaram, com palavras motivacionais e críticas construtivas. Um agradecimento imenso à Regyane Gomes, por sua disponibilidade, generosidade, pela contribuição desta etapa final. Levarei o que aprendi dentro do meu coração e espero poder vê-los em rumos sempre produtivos.

A todos os colaboradores do grupo Partage Norte Shopping Natal, por me ajudarem a crescer profissionalmente.

Por fim, agradeço a todos que fizeram parte da minha caminhada, a Instituição de um modo geral, a cada um que de forma única esteve comigo nos momentos que vivenciei no campus, me sinto grata e realizada. Obrigada!

*Direi do Senhor: Ele é o meu Deus, o meu refúgio, a minha fortaleza, e nele confiarei.*

**Salmos 91:2**

*“Não há saber mais ou saber menos: Há saberes diferentes.”*

**Paulo freire**

*“Posso não concordar com nenhuma das palavras que você disser, mas defenderei até a morte o direito de você dizê-las”*

**Voltaire**

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>CARACTERIZAÇÃO DO SHOPPING</b>	<b>10</b>
2.1	HISTÓRIA DA INSTITUIÇÃO	10
2.2	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO PARTAGE	11
<b>3</b>	<b>O ESTÁGIO</b>	<b>16</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO	16
3.2	ATIVIDADES DESENVOLVIDAS- AUDITORIA INTERNA DE VENDAS	17
<b>4</b>	<b>SUGESTÕES PARA MELHORIA NA AUDITORIA DO SHOPPING</b>	<b>19</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>21</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>23</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>24</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Para atender à solicitação acadêmica em prol da conclusão do Curso Técnico de Nível Médio Integrado em Comércio do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), Campus Natal-Zona Norte, a aluna Thays dos Santos Felix, realizou um estágio na área de Auditoria interna de vendas no setor administrativo do Partage Norte Shopping Natal, com período inicial de nove meses, de 01/10/2015 a 30/09/2016, objetivando fazer uma maior aproximação entre os conteúdos vivenciados em sala de aula com as atividades a serem desenvolvidas no ambiente de trabalho.

A importância desse trabalho desenvolvido visa o enriquecimento e complemento acadêmico melhorando a relação da estudante com a prática profissional.

O estágio contribuiu para a vida pessoal e desenvolvimento acadêmico da aluna, pois desenvolveu na prática o trabalho em equipe, colaborando nas suas habilidades, adquirindo experiência profissional, e um bom relacionamento com as pessoas, além de um posicionamento ético diante das dificuldades.

A auditoria interna de vendas foi uma prática importante para a formação profissional da acadêmica, pois contribuiu para finalizar a etapa que faltava para a sua formação como técnica em comércio.

Sobre a auditoria interna, cabe a administração do shopping a fiscalização, através dessa auditoria, e, caso seja necessário, poderão ocorrer punições a quem não proceder de acordo com a ética e conduta pré-estabelecida em contrato idealizado pelo shopping com seus lojistas.

Se não houvesse essa fiscalização cautelosa para apurar a receita bruta auferida pela loja, não seria possível estabelecer a percentagem para calcular o preço móvel da remuneração pelo uso do salão comercial. (PINTO, 2001, p.91.).

O processo de auditoria é importante para que não haja nenhum processo antiético de beneficiamento entre o varejista e algum membro da administração.

A auditoria é um ramo importante em um shopping. Pois a auditoria Interna segundo Crepaldi (2007, p. 25) “Constitui o conjunto de procedimentos que tem por objetivo examinar a integridade, adequação e eficiência dos controles internos e das informações físicas, contábeis, financeiras e operacionais da entidade”.



O Setor de Auditoria em um shopping é imprescindível, pois analisa o controle interno de uma empresa ou Instituição, neste caso a auditoria é realizada em um Shopping; o auditor fiscaliza a atividade que é executada pelos seus lojistas diariamente, fazendo auditorias rotativas pois cada auditor tem seu ponto de vista e através de anotações diárias de cada um, ao final do dia a analista observa as anotações de cada auditor e tira suas conclusões sobre cada loja, analisando o desempenho das lojas através das coletas de dados.

A coleta é realizada de forma presencial, através de fotografias tiradas dos cupons fiscais, chamados de redução Z, onde mostra todos os dados necessários para a fiscalização como se fosse um extrato completo das vendas.

Ainda Franco e Marra (1992: p. 26), afirmam que “a finalidade da auditoria não é apenas a de confirmar a existência dos registros e a veracidade dos comprovantes, mas vai além, julgando da moralidade e do ato praticado”.

Através desse estágio poderá surgir uma oportunidade de ingressar no mercado de trabalho, pois o ofício de auditoria pode ser realizado em diversos estabelecimentos, como grandes empresas, shoppings centers, instituições financeiras, etc.

A auditoria interna é uma ferramenta essencial que auxilia a alta administração com informações exatas e ajuda no controle e na elaboração de controles operacionais de vendas. Ela é importante nas organizações, frente a uma nova realidade de um ambiente globalizado, pois sua contribuição é significativa para a gestão eficaz dos negócios. Nas organizações a auditoria interna deve ser de um "agente visionário", com atitudes e ideias voltadas para alavancar resultados, e não somente exercer atividades de controles internos.

O profissional desta área deve estar permanentemente atualizado, através de estudos contínuos, adequando-se e adaptando-se às novas exigências do mercado contemporâneo.

Para o cumprimento do estágio como prática de trabalho, o presente relatório pretende mostrar como as atividades foram executadas dando a devida importância para o aprendizado administrativo tanto para o Instituto como pra a aluna, abordando as atitudes e comportamentos de um profissional à partir de sua análise reflexiva diante das abordagens de suas atividades desempenhadas na organização de estágio.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desse relatório é descrever as atribuições realizadas pela estagiária no setor de auditoria realizada durante o estágio de prática profissional no Partage Norte Shopping.

### 1.1.1 Objetivos Específicos

- Coletar os dados a partir das práticas exercidas na Auditoria do Partage Norte Shopping.

- Elaborar relatórios que contenham informações necessárias sobre a Auditoria realizada nas lojas.

- Analisar os relatórios que contém as coletas de dados das auditorias.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O Trabalho se justifica por meio da análise da aluna diante dos fatos ocorridos durante seu estágio na auditoria interna das lojas do Partage Norte Shopping.

A auditoria interna eficaz permite que o controle das atividades das lojas sejam realizados com maior segurança e também facilita a fiscalização para os administradores do Shopping mediante a situação de cada loja analisada.

Diante do exposto, faz-se a opção pelo tema deste artigo, o qual vem enfatizar a importância da auditoria interna para o setor administrativo do Partage Norte shopping.


## 2 CARACTERIZAÇÃO DO SHOPPING

### 2.1 HISTÓRIA DA INSTITUIÇÃO

Inaugurado em dezembro de 2007, o Partage Norte Shopping Natal é o shopping da Zona Norte, a região que mais cresce em Natal. Está instalado em uma área central e de fácil acesso, além de possuir uma construção ampla, moderna e confortável. O Shopping conta com 103 lojas em 36 mil metros quadrados distribuídos em dois pavimentos, e uma área de 27 mil metros quadrados para o estacionamento, que tem capacidade para 1.066 veículos. Contempla uma das mais belas vistas da cidade, a do Rio Potengi com a Zona Sul ao fundo, através de um imenso paredão de vidro na sua praça de alimentação, com 19 lojas e capacidade para mil pessoas sentadas.

O empreendimento tem como âncoras as lojas Le Biscuit, C&A, Marisa e Insinuante, além da megaloja Magazine Luiza e o hipermercado Carrefour, contando agora com a loja da Riachuelo que foi inaugurada recentemente, valorizando ainda mais o shopping como uma referência de compras, serviços e lazer para a população da Zona Norte, além de favorecer novos empregos na região que mais cresce em Natal e cidades limítrofes.

Quadro 1: Principais dados do Shopping Partage

<b>Razão social</b>	EAB Incorporações Ltda. (04.151.732/0001-33); Condomínio Partage Norte Shopping Natal (09.472.250/0001-07).
<b>Nome fantasia</b>	Partage Norte Shopping.
<b>Endereço</b>	Avenida Doutor João Medeiros Filho, 2395, Potengi, Natal RN.
<b>Área geográfica de atuação</b>	Natal/RN - Zona Norte.
<b>Produtos e serviços oferecidos</b>	Compras, serviços e lazer a população.
<b>Quantidade de colaboradores no setor de auditoria</b>	Ao todo no setor são 13 colaboradores, sendo 01analista de auditoria contratada da EAB e 12 estagiários.
<b>Logomarca</b>	

Fonte: Silva, 2016

O quadro 1 mostra os principais dados do Shopping Partage localizado na Região norte de Natal- RN.

Neste quadro podemos Analisar os principais dados como a Razão Social que traz o nome da Empresa ou proprietário, o nome fantasia que foi colocado para representar a instituição ou Shopping ou Loja administrada pela incorporação ou Empresas, O endereço que nos mostra a localização, a área em que se encontra o Shopping, seus produtos e serviços oferecidos aos clientes e colaboradores, o quantitativo geral de pessoas no qual colaboram com a auditoria realizada no Shopping em questão, são ao todo 13 pessoas contratadas para realizar esses serviços, e a Logomarca que é o símbolo criado para representar o Shopping.

## 2.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO PARTAGE

O Grupo Partage foi criado em 1977, com sede na cidade de São Paulo, reunindo dez unidades, com três em processo de construção entre eles o do Partage de Mossoró -RN. A empresa tem como missão, visão e valores ideias colocadas no quadro a seguir.

O quadro 2 mostra a missão, a visão e os valores do Grupo Partage mediante suas contribuições para com a sociedade e seus respectivos colaboradores.

### Quadro 2: Missão, a visão e os valores do Grupo Partage

**I – Missão Partage:** Segundo a revista eletrônica do Partage, o shopping tem como principal missão satisfazer seus clientes, respeitar seus parceiros e lojistas, contribuir para o crescimento profissional de seus colaboradores e funcionários, bem como administrar de maneira competente e eficaz os bens do Grupo Partage. O mesmo tem como visão se tornar a maior empresa de shopping centers através de desenvolvimento de projetos contribuindo para a melhoria da região e proporcionando à população local maior variedade de opções de compras, lazer, serviços e entretenimento.

**II - Visão Partage:** O grupo visa se tornar a melhor empresa do segmento de Shoppings, atuando com respeito e ética para com seus contribuintes e associados, colaborando com o meio ambiente através da sustentabilidade, contribuindo com compromisso no desenvolvimento social e ambiental. Visando desenvolver e administrar shopping centers através da prestação de serviços da mais alta qualidade e dentro dos mais elevados padrões éticos nas mais diversas regiões do país, ampliando as oportunidades de investimento em novos mercados, agregando valor e maximizando os resultados.

**III - Valores Partage:** Seus valores estão interligados no que a empresa acredita priorizando o respeito com seus colaboradores, investidores, fornecedores e clientes prezando os valores, compromisso e a verdade acima de tudo. Além de excelência na qualidade e atendimento, comprometimento e determinação, superação dos resultados e simplicidade na execução de serviços.

Fonte: Site do Partage Norte Shopping

O quadro 3 mostra a extensão física e estrutural do Partage Norte Shopping de Natal- RN, em metros quadrados e números, nos mostrando a dimensão de sua

importância para a comunidade local e adjacências que são favorecidos com os serviços ofertados. Ficou subtendido que a **Missão** do Grupo Partage se dá mediante a sua prioridade de atender com qualidade a todos os seus clientes e a respeitar a todos os colaboradores do Grupo, entre eles os lojistas, funcionários e clientes, trazendo satisfação a todos que precisarem de seus serviços. A **Visão** do Grupo é se tornar futuramente a melhor empresa voltada ao ramo de Shoppings, não esquecendo de colaborar com o futuro através dos cuidados com o meio ambiente fazendo a sua parte como colaborador do desenvolvimento social e ambiental. E os **Valores** são o compromisso e o respeito e a qualidade no atendimento a todas as pessoas que estão interligadas ao Grupo Partage.

Podemos apontar as seguintes conceituações sobre a missão, visão e valores através de pensamentos de alguns autores para o sucesso das Empresas e Instituições.

### 2.2.1 Visão Organizacional

Segundo Oliveira (2005), a visão representa um cenário ou horizonte desejado pela empresa para atuação, enquanto para Costa (2007),

“O conceito de visão é muito amplo, porém pode ser definido como um conceito operacional que tem como objetivo a descrição da autoimagem da organização: como ela enxerga, ou melhor, a maneira pela qual ela gostaria de ser vista” (COSTA, p.35,2007)

Há um consenso entre os autores de que uma visão organizacional de qualidade com fundamentos claros e objetivos são capazes de orientar uma empresa a evoluir com sucesso de acordo como que foi planejado pelos seus fundadores ou administradores.

### 2.2.2 Missão Organizacional

De acordo com teóricos como Peter Drucker(2011), ele nos ensina que definir uma missão de uma empresa é:

“...difícil, doloroso e arriscado, mas é só assim que se consegue estabelecer políticas, desenvolver estratégias, concentrar recursos e começar a trabalhar. É só assim que uma empresa pode ser administrada, visando um desempenho ótimo.” (DRUCKER,2011)

Sobre a missão de uma Empresa, Peter Drucker (2011), nos diz que, “uma empresa não se define pelo seu nome e sim pela sua missão, e que somente uma definição clara da missão, torna possível, claro e realista os objetivos de uma empresa”

Ainda sobre a definição de missão para Valeriano (2000), “a missão é em essência, o propósito da organização”, e para Oliveira (1999), “a missão é a razão de ser da empresa, é a conceituação do horizonte, dentro do qual a empresa atua e poderá atuar no futuro”.

### **2.2.3 Valores Organizacionais**

Sobre os valores de uma Empresa pressupõem um conjunto de regras que os funcionários deverão cumprir em busca de obterem resultados positivos;

“Em uma organização os valores ‘dizem’ e os comportamentos ‘fazem’. Portanto, os valores organizacionais podem ser definidos como princípios que guiam a vida da organização, tendo um papel tanto de atender aos objetivos organizacionais quanto de atender às necessidades dos indivíduos.” (BARRET,2000).

Podemos compreender portanto, que os valores organizacionais representam os princípios éticos e morais que norteiam as ações dos administradores, fundadores e colaboradores em geral.

Para ilustrar seguem alguns exemplos de missões de diversas empresas. Conteúdo extraído, de *sites* das referidas empresas.

#### **GOOGLE**

A missão: É organizar as informações do mundo todo e torná-las acessíveis e úteis em caráter universal.

#### **NATURA**

A missão: Para ser percebida como uma empresa social e ambientalmente responsável e atuante, a Natura parte da premissa de que os impactos ambientais de sua atividade decorrem de uma cadeia de transformações, da qual representa

somente uma parte. Por isso, acredita que, para ter eficácia, as ações ambientais *precisam: considerar cada cadeia produtiva de maneira integral.*

### **FIAT**

A missão: Desenvolver, produzir e comercializar carros e serviços que as pessoas prefiram comprar e tenham orgulho de possuir, garantindo a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

### **NESTLÉ**

A missão: é oferecer ao consumidor brasileiro produtos reconhecidamente líderes em qualidade e valor nutricional, que contribuam para uma alimentação equilibrada, gerando sempre oportunidades de negócios para a empresa e valor compartilhado com a sociedade brasileira.

### **AVON**

A missão: Ser a companhia que melhor entende e satisfaz as necessidades de produtos, serviços e auto realização das mulheres no mundo todo.

### **ITAU UNIBANCO**

A missão: Ser o Banco líder em performance e perene, reconhecidamente sólido e ético, destacando-se por equipes motivadas, comprometidas com a satisfação dos clientes, com a comunidade e com a criação de diferenciais competitivos.

### **MCDONALD'S**

A missão: Servir alimentos de qualidade, com rapidez e simpatia, num ambiente limpo e agradável.

### **CENTRAL GLOBO DE TELEVISÃO**

A missão: Contribuir para o progresso cultural, político, econômico e social do povo brasileiro, através da educação, da informação e do entretenimento.

### **PETROBRAS**

A missão: Atuar de forma segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, nas atividades da indústria de óleo, gás e energia nos mercados nacionais e

internacionais, fornecendo produtos e serviços adequados às necessidades dos seus clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua.

**Quadro 3: Extensão física e estrutural do Partage Norte Shopping de Natal- RN**

**Área do terreno-** 60.000 m<sup>2</sup>

**Área Construída-** 35.935 m<sup>2</sup>

**Vagas de Estacionamento-** 1.066 m<sup>2</sup>

**Lojas-** 103

**Salas de Cinema-** 06

**Lojas de alimentação-** 19

**Lojas âncora-** 07

**Hipermercado-** 01

**Parque Indoor-** 01

Fonte: Site do Partage Norte Shopping

Este quadro 3 cita sobre a dimensão física do Shopping, nos mostrando a quantidade de lojas, quantidade de restaurantes que se encontram na praça de alimentação, salas de cinema, principais lojas consideradas as âncoras do shopping, supermercados, parques temáticos na área interna do shopping, metragem do estacionamento para carros, e área construída e total do terreno.



### 3. O ESTÁGIO

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO

Entendemos que o estágio é uma etapa significativa para o estudante que deseja aprender e desenvolver seus conhecimentos adquiridos na sua vida acadêmica, pois possibilita ao estagiário a oportunidade de vivenciar o mercado de trabalho colaborando na sua decisão profissional unindo a teoria com a prática.

O setor atuante de trabalho da estagiária foi na auditoria do Partage Norte Shopping localizada dentro da área administrativa, no qual foi supervisionada pela analista responsável pelas estagiárias Kamila Patriota, tendo como atribuição fazer a auditoria interna de vendas de todas as lojas do Partage Norte Shopping com exceção da Marisa, C& A, Riachuelo e o Carrefour, cumprindo as tarefas atribuídas de acordo com o que foi divulgado no contrato de estágio feito pelo IFRN- *campus* ZN e o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE).

O shopping funciona das 10 às 22 horas e o estágio teve a carga horária distribuída em seis horas diárias, das 10 às 16 horas, totalizando trinta horas semanais. As coletas de dados foram realizadas nas lojas do shopping, com a finalidade principal de medir a relação entre o lojista e seus clientes. O processo de auditoria é importante para que não haja nenhum processo antiético de beneficiamento entre o varejista e algum membro da administração.

Para a efetivação das coletas de dados, os auditores fazem usos de Smartphones como suporte de trabalho, fornecidos pela administração do shopping, para que os analistas possam observar a situação dos estabelecimentos locados, fornecendo informações através do aplicativo que emite informações via on-line, utilizando o sistema controlshop do grupo Audit, onde se encontra campos para o preenchimento de informações descritas, repassada para o setor da auditoria ao fim do expediente.

No período em que o estágio foi exercido no Partage Norte shopping foi possível unir os conteúdos estudados na teoria do Instituto Federal do Rio Grande do Norte, *campus* Zona Norte à prática desempenhada e desenvolvida no setor de auditoria da administração do Partage Norte Shopping.

### 3.2 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS- AUDITORIA INTERNA DE VENDAS

O auditor interno por ser o profissional responsável por observar os regulamentos internos da empresa se relaciona com todas as áreas dentro de uma empresa, ele é o profissional responsável em analisar todos os regulamentos internos da empresa, instituição ou shoppings no setor de vendas, e tem como responsabilidade observar os regulamentos internos de maneira discreta, com um comportamento moral e funcional de alto padrão, pois está lidando com pessoas de diversas classes sociais, além de ser educado e respeitador, mostrando ética e que não tire proveito próprio de fatos apurados nos ambientes auditados, que reporte sempre que possível sugestões de melhoria no sistema de controle através de documentos comprovados e se manter sempre presente nos setores que audita. É viável ressaltar que o auditor fiscal não ter função de espionar e sim fiscalizar e respeitar a hierarquia imposta pelo shopping, além de manter sigilo sobre informações obtidas das lojas auditadas. Para ser um bom auditor tem que gostar de matemática, ser ético, ter postura crítica e ser seguro diante de certas situações impostas.

A auditoria interna tem como missão o assessoramento à administração de uma empresa, Instituição ou shopping desempenhando como função examinar a integridade dos registros e informações, os controles adequados e eficazes, a integridade e confiabilidade dos sistemas estabelecidos para assegurar a observância das normas, metas, planos, procedimentos, leis, e regulamentos e da sua efetiva utilização. Por este motivo a auditoria interna é uma importante ferramenta na busca da melhoria continua.

Na realização de uma auditoria em um shopping center o auditor solicita alguns documentos, que visam analisar a situação em que o mesmo se encontra, O relatório de auditoria é o meio pelo qual o auditor informa os usuários sobre o seu trabalho. Conforme Franco e Marra (1992: p. 448): (...) a opinião final do auditor, exarada no relatório, deve estar baseada em fatos concretos, devidamente comprováveis através dos papéis analisados.

Sendo assim, a auditoria interna torna-se uma ferramenta imprescindível para a administração. Segundo Almeida (1996: p. 25): (...) a auditoria interna surgiu como uma ramificação da auditoria externa, devido à necessidade de realizar auditoria periódica nas empresas com um grau de profundidade maior e visando atender outras

áreas não relacionadas com a contabilidade, como um sistema de controle de qualidade, administração de pessoal, etc.

No Partage Norte Shopping a auditoria interna deve coletar dados baseando-se na busca de evidências objetivas com comprovação direta sem deduções ou achismos, onde ao final do mês o auditor/pesquisador terá que apresentar um relatório final com as evidências identificadas no espaço comercial onde deverá ser registrado de maneira clara e baseada em evidências objetivas. Na avaliação da auditoria interna de vendas existem dois procedimentos utilizados junto as lojas que são: a redução Z- que é o fechamento diário do caixa que sai da impressora fiscal contendo informações do dia e a leitura X que é efetuado durante a saída do intervalo que descreve os valores de todos os produtos vendidos durante o dia, quando o auditor retorna do intervalo é solicitado a realização de uma nova leitura X ao lojista, para saber se houve novas vendas e ser acrescentados a fiscalização do auditor.

A responsabilidade e postura de um auditor de shopping deve estar em conformidade com os requisitos e procedimentos padrão estabelecidos pela administração do Partage, se tornando alerta e observador diante do estabelecimento auditado, mantendo sempre a confidencialidade, a ética e um bom relacionamento com os lojistas e funcionários das lojas auditadas pelo estagiário em exercício.

#### 4 SUGESTÕES PARA MELHORIA NA AUDITORIA DO SHOPPING

No Partage Norte Shopping Natal foi possível observar a preocupação dos administradores em relação aos seus funcionários através de formação continuada com palestras motivacionais, disponibilizando melhores condições de trabalho, valorizando o clima organizacional, com programas de incentivos, treinamento e capacitação profissional. Por presenciar esta situação motivacional e valorização do profissional foi observado que três disciplinas estudadas durante o curso de comércio contribuíram com essa visão empresarial efetuada dentro do Partage Norte Shopping; foi considerada como as mais significativas que nos dão diretrizes para colaborar no crescimento do shopping as disciplinas de Gestão da qualidade e Comportamento Organizacional e Gestão de Serviços.

O que faz uma empresa se transformar em um negócio de sucesso é uma boa gestão empresarial, humana e financeira com elaboração de estratégias de vendas de seus produtos e serviços, no qual foi abordada na disciplina de empreendedorismo e Gestão de marketing. Independentemente de ser uma loja de locais comerciais ou uma loja de shopping, a visão deve ser a mesma: boa organização e gestão eficiente no qual estudamos na disciplina de Fundamentos da Administração e Estratégia empresarial. Apesar das lojas de shoppings serem em sua maioria lojas pequenas e de se ter a ideia de que são mais fáceis de gerenciar, elas pedem um gerenciamento tão eficaz quanto qualquer outra loja de grande porte sendo necessário a supervisão que é realizada através das auditorias. Porém foi notado durante o estágio a necessidade de melhoria na auditoria, pois percebemos algumas pequenas falhas no processo de observação, sendo necessário um maior planejamento na divulgação dos produtos das lojas através de publicidade produzida pelo marketing de varejo e realizar feedbacks das lojas auditadas como foi estudado na Gestão de Marketing.

Durante o período de estágio foi também observado que as auditorias estabeleciam conexões entre os turnos opostos mediante algumas problemáticas das lojas, passando informações para os auditores na hora da troca de turno, porém por culturas e personalidades diferentes, nem todos auditores forneciam informações de certas ocorrências não se preocupando com suas atividades, mostrando sua falta de compromisso profissional e ético; por isso acredito ser necessário que ocorra mais qualificação dos profissionais para a sua capacitação como pessoa, através de cursos motivacionais que fale sobre ética e compromisso profissional, porém independe da Instituição pois a mesma já os capacitam, sendo necessário uma investigação mais

profunda de seus colaboradores em relação ao seu compromisso profissional com a empresa.

De acordo com (Argyris,1969), “Pode-se afirmar que os objetivos de quem trabalha caminham paralelamente aos objetivos da própria empresa”. O comprometimento organizacional do profissional com a empresa ou instituição não é apenas uma questão de lealdade, pois envolve uma relação ativa do indivíduo para com a organização, ele vem à organização com certas necessidades, desejos, habilidades e, se dispõe com a sua colaboração ao ambiente de trabalho. Porém para que a Instituição forneça o básico para suas necessidades pessoais, a mesma precisa de seu compromisso e habilidades profissionais, sendo necessário essa troca afetiva de colaboração e parceria entre a empresa e seus colaboradores.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No período de auditoria percebemos que o planejamento estratégico constitui uma grande importância para as lojas, pois os clientes, quando estão à procura de mercadorias visam opções que o agradem, os lojistas têm que inovar em estratégias de marketing chamando atenção da clientela para que aumente a probabilidade de compra em suas lojas. Porém, é importante que os empresários se atentem ao espaço que estão locando, assim como outras empresas, onde tenham uma visão inovadora e atrativa de seus produtos para que fidelizem seus clientes e aumente os lucros de seu empreendimento. Mas para o sucesso empresarial destes lojistas, também tem que ser seguida à risca as normas e regras operacionais e de logística do Shopping.

O Partage Norte Shopping Natal tem suas regras que devem ser seguidas corretamente. Sugerimos que revejam e analisem estes lapsos para que não se tornem problemas maiores. Analisamos o comportamento profissional dos funcionários das lojas e foi percebido que muitos dos colaboradores não davam a devida atenção aos seus clientes onde muitos consumidores iam embora sem atendimento por falta de atenção dos vendedores com os clientes, onde muitas vezes não abordavam os consumidores de maneira atenciosa e nem se comportavam de maneira adequada na frente dos mesmos, colaborando na queda das vendas do estabelecimento, ocasionando uma visão negativa aos fregueses.

É necessário que as empresas invistam em qualificação profissional aos seus colaboradores para que os mesmos compreendam que o atendimento com qualidade e eficácia é essencial para o crescimento do seu local de trabalho pois fidelizando o cliente, os empregos dos mesmos estarão garantidos e a empresa ficará assegurada no mercado competitivo. Um funcionário estimulado e qualificado irá atender melhor às necessidades dos clientes. E os clientes que são bem atendidos em suas necessidades primordiais se fidelizam aquela loja, onde o retorno é garantido e os lucros são estendidos. Através dessas competências o sucesso do Shopping será garantido.

Na minha concepção o estágio colaborou para a minha formação pois pude aprender mais sobre áreas administrativas e afins e vi na realidade como se porta uma grande organização mediante sua estratégia organizacional. Aprendi também sobre o relacionamento entre a empresa e seus clientes e funcionários, e como se comportar num local de trabalho, aprendi sobre a organização e responsabilidade

para com o setor atuante e de como é importante a relação do funcionário com a Instituição em que trabalha.

Conclui-se, através da pesquisa realizada neste trabalho, que a auditoria interna de vendas é uma ferramenta que auxilia na administração da empresa, assegurando que os controles internos e rotinas de trabalho estejam sendo habilmente executadas pelas lojas auditadas.

## REFERÊNCIAS

- ARGYRIS, Chris. Personalidade e organização. Rio de Janeiro: Renes, 1969.
- ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria: um curso moderno e completo**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- BARRET, R., **Libertando a Alma da Empresa**: como transformar a organização numa entidade viva. São Paulo: CULTRIX, 2000
- COSTA, E. A., **Gestão estratégica**, Da empresa que temos para a empresa que queremos. 2.Ed. São Paulo: SARAIVA, 2007. 424p.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Auditoria contábil**: teoria e prática. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2007.
- DRUCKER, Peter. **Palestras sobre o conhecimento: I, II, III, IV e V** (1989) in Drucker em 33 lições: as melhores aulas do homem que inventou a administração. Edição e introdução de Rick Wartzman. São Paulo. Saraiva, 2011.
- DRUCKER, Peter F., **A Administração na Próxima Sociedade**. NOBEL: 2011
- FRANCO, Hilário; MARRA, Ernesto. **Auditoria Contábil**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégicos**-Conceitos Metodologia e Práticas. São Paulo. Atlas, 1999.303 p.
- OLIVEIRA, D.P.R., **Planejamento Estratégico**, Conceitos metodologia práticas. 22.ed. São Paulo: ATLAS,2005. 335p.
- PINTO, D.S.R. **Shopping center**: uma nova era empresarial. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.
- SCHRAGLE, Israela. **Auditoria Interna**: Base para o trabalho da auditoria externa numa instituição financeira. 2003. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295702.pdf>>. Acesso em: 11 dez. 2017.
- SHOPPING, Partage Norte. **O Shopping**. 2017. Disponível em: <<http://www.partagenatal.com.br/o-shopping/>>. Acesso em: 11 dez. 2017.
- SILVA, Daniele de Melo. **Relatório de Conclusão de Curso**: Partage Norte Shopping Natal: Auditoria e Coletas Fiscais nas Lojas. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte. 2016.
- VALERIANO, Dalton L., **Gerenciamento Estratégico e Administração por Projetos**. São Paulo: MAKRON Books, 2000.



**ANEXOS**

Fonte: Google Imagens – Partage Norte Shopping Natal Zona Norte



Fonte :Facebook- Equipe da Auditoria do Partage Norte Shopping



Fonte: Arquivo pessoal da Estagiária, Sala administrativa dos Auditores