

# GESTÃO ORGANIZACIONAL

Estratégias para adaptação e  
inovação em ambientes competitivos

Organizadores

---

Maisa Caxias Soares

Meg Serra da Cunha Serra

Raynah Silva Pessoa Melo de Souza

Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo

Valéria da Rocha Breves de Sousa

Ygor Geann dos Santos Leite

---



Editora Poisson

VOLUME

1

Maisa Caxias Soares  
Meg Serra da Cunha Serra  
Raynah Silva Pessoa Melo de Souza  
Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo  
Valéria da Rocha Breves de Sousa  
Ygor Geann dos Santos Leite

# Gestão organizacional: estratégias para adaptação e inovação em ambientes competitivos

1ª Edição

Belo Horizonte  
Editora Poisson  
2024

**Editor Chefe:** Dr. Darly Fernando Andrade

**Conselho Editorial**

Dr. Antônio Artur de Souza – Universidade Federal de Minas Gerais  
Ms. Davilson Eduardo Andrade

Dra. Elizângela de Jesus Oliveira – Universidade Federal do Amazonas  
MSc. Fabiane dos Santos

Dr. José Eduardo Ferreira Lopes – Universidade Federal de Uberlândia  
Dr. Otaviano Francisco Neves – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Dr. Luiz Cláudio de Lima – Universidade FUMEC

Dr. Nelson Ferreira Filho – Faculdades Kennedy

Ms. Valdiney Alves de Oliveira – Universidade Federal de Uberlândia

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

G393

Gestão organizacional: estratégias para adaptação e inovação em ambientes competitivos - Volume 1/  
Organização: Maisa Caxias Soares, Meg Serra da Cunha Serra, Raynah Silva Pessoa Melo de Souza, Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo, Valéria da Rocha Breves de Sousa, Ygor Geann dos Santos Leite - Belo Horizonte - MG: Poisson, 2022

Formato: PDF

ISBN: 978-65-5866-368-3

DOI: 10.36229/978-65-5866-368-3

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

1. Administração 2. Gestão. I. SOARES, Maisa Caxias II. SERRA, Meg Serra da Cunha III. SOUZA, Raynah Silva Pessoa Melo de IV. FIGUEIREDO, Suelânia Cristina Gonzaga de V. SOUSA, Valéria da Rocha Breves de VI. LEITE, Ygor Geann dos Santos VII. Título

CDD-658

**Sônia Márcia Soares de Moura - CRB 6/1896**



O conteúdo deste livro está licenciado sob a Licença de Atribuição Creative Commons 4.0.

Com ela é permitido compartilhar o livro, devendo ser dado o devido crédito, não podendo ser utilizado para fins comerciais e nem ser alterada.

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos seus respectivos autores

[www.poisson.com.br](http://www.poisson.com.br)  
[contato@poisson.com.br](mailto:contato@poisson.com.br)

# Organizadores

## **Prof<sup>a</sup> Esp. Maisa Caxias Soares**

Possui graduação em Administração pela Faculdade Metropolitana de Manaus (2015), Especialista em Gestão Organizacional e Recursos Humanos pela Faculdade Metropolitana de Manaus (2017), MBA em Lean Manufacturing e Logística pela Faculdade Metropolitana de Manaus (2021). Atualmente é Docente do Instituto Metropolitano de Ensino - IME desde 2018. Tem experiência na área de Administrativa e de Coordenação de Curso, assim como processos de regulação do MEC/INEP como autorização e reconhecimento.

## **Prof<sup>a</sup> Ma. Meg Serra da Cunha Serra**

Mestre em Engenharia de Processos pelo Departamento de Engenharia da Universidade Federal do Pará - 2017. Especialista em Auditoria e Perícia Contábil pelo Centro Integrado de Ensino Superior do Amazonas - CIESA. Graduada em Ciências Contábeis e Ciências Econômicas pelo Centro Universitário do Norte - UNINORTE. É Coordenadora do curso de Gestão da Qualidade na modalidade EAD do Instituto Metropolitano de Ensino - IME. Foi Coordenadora do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Boas Novas - 2018-2020. Foi docente dos cursos de Administração, Pedagogia e Contábeis desta mesma IES no período 2015/2020. Foi docente da Universidade Anhanguera - UNIDERP/2012-2015. Foi docente na Universidade Nilton Lins no curso de Ciências Contábeis - 2011/2012. Atuou como Analista Financeiro, Contábil na área Industrial. Possui formação complementar em tutor de ensino a distância - EAD pelo Centro de Educação Tecnológica do Amazonas - CETAM. Tem experiência com processos de regulação do mec/inep como autorização, reconhecimento, renovação de reconhecimento e credenciamento de ies.

## **Prof<sup>a</sup> Esp. Raynah Silva Pessoa Melo de Souza**

Graduada em Administração, com especialização em Gestão de Projetos e Educação Personalizada. Possui experiência na área administrativa e educação como: instrutora no ensino técnico, professora em cursos de graduação, pós-graduação e treinamentos em empresas na área da Administração na cidade de Manaus. Atualmente docente no Instituto Metropolitano de Ensino-IME

# Organizadores

## **Prof<sup>a</sup>. D.Sc. Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo**

Possui graduação em Economia, mestrado em Desenvolvimento Regional e doutorado em Ciências da Educação. Atualmente é Coordenadora de Pesquisa e Extensão do Instituto Metropolitano de Ensino-IME, atuando principalmente nos seguintes temas: Sustentabilidade, Pesquisa, Iniciação Científica, Articulação entre Pesquisa, Ensino e Extensão. Autora do Projeto Produzir e Publicar.

## **Prof<sup>a</sup> Ma. Valéria da Rocha Breves de Sousa**

Possui graduação em Letras - Língua Portuguesa pela Universidade Nilton Lins (2007). Especialista em Língua Portuguesa e Literatura, pela Faculdade Montenegro (2012). Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Letras- PPGL (2019). Pesquisadora dos Estudos sobre a Linguagem, especificamente Análise do Discurso de Linha Francesa. Tem experiência com Ensino Fundamental e Médio e atua como docente de Língua Portuguesa no Colégio Martha Falcão. Atuou como professora de Comunicação Empresarial pelo Senai. Atualmente é Professora e orientadora de Projetos e Trabalhos de Conclusão de Curso do IME; e Docente/Tutora do Instituto Metropolitano de Ensino - IME. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Portuguesa e Literatura.

## **Prof<sup>o</sup> M.Sc. Ygor Geann dos Santos Leite**

Coordenador dos Cursos de Gestão Fametro Unidade Norte e Docente, exercendo nos cursos de gestão e negócios. Doutorando em Biotecnologia (PPGBIOTEC) e Mestre em Ciência e Engenharia de Materiais (PPGCEM) pela Universidade Federal do Amazonas. Pesquisador atuando no desenvolvimento de materiais zeólitos aplicados como catalisador na esterificação de ácido oleico para obtenção de oleato de metila (biodiesel) e adsorção de contaminantes em recursos hídricos. Tecnólogo em Gestão da Qualidade, com especialização em Engenharia da Qualidade e Seis Sigma.

# Prefácio

Prezado leitor,


É com grande entusiasmo que apresento a você esta coletânea abrangente que reúne uma série de artigos e estudos de caso relacionados à gestão, um campo fundamental em um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo. Os tópicos que você encontrará neste material refletem a diversidade de desafios e oportunidades que a gestão empresarial e financeira apresenta, não apenas localmente, mas também em escala global.

Em um cenário econômico em constante evolução, a gestão eficaz é uma peça-chave para o sucesso de qualquer organização, seja uma agência de fomento, um supermercado, uma pequena empresa ou um grande hotel. Cada artigo aqui apresentado oferece *insights* valiosos, abordando questões importantes e estratégias de gestão que podem fazer a diferença em uma variedade de contextos profissionais.

Os estudos de caso oferecem uma visão prática sobre a aplicação dos princípios da gestão em situações do mundo real. Desde a gestão de estoque em supermercados até a importância da formação da equipe no atendimento ao cliente, esses casos ilustram como as teorias e conceitos discutidos nesta área podem ser traduzidos em ações efetivas.

Conforme destacado por Peter Drucker, um dos mais renomados pensadores da administração, "A eficácia da gestão é saber quais são as questões certas." Além disso, Chiavenato, conhecido por sua contribuição significativa à gestão empresarial, também ressalta a importância da gestão eficaz. Neste contexto, os artigos presentes nesta coletânea exploram de maneira detalhada questões cruciais como a contabilidade digital, ética profissional e a adaptação das organizações diante da evolução do cenário econômico durante a pandemia da COVID-19.

Ainda, você terá a oportunidade de compreender a relevância de considerar o impacto econômico e social das decisões de gestão, especialmente em um âmbito local, como o município de Parintins. Os desafios da formalização de trabalhadores informais e a importância da previdência complementar emergem como questões críticas que moldam diretamente a qualidade de vida e o bem-estar de muitos membros de nossa comunidade. Além disso, ao explorar a contabilidade digital e os desafios da adaptação organizacional durante a pandemia, autores de referência na área contábil, como Silvério das Neves e Paulo Viceconti, oferecem valiosos *insights* que enriquecem nossa compreensão desses tópicos essenciais. Paulo Viceconti, em seu livro *Contabilidade de Custos*, destaca a importância da gestão de custos como um pilar fundamental para a tomada de decisões financeiras eficazes.



À medida que exploramos esses tópicos e estudos de caso, convido você a se envolver ativamente no processo de aprendizagem. Questione, discuta, e aplique esses conceitos às suas próprias experiências profissionais e aspirações. A gestão não é uma ciência estática, mas uma disciplina em constante evolução que exige flexibilidade e criatividade.

Agradeço a todos os autores, colaboradores e organizadores pela iniciativa e por seu trabalho árduo e conhecimento compartilhado neste livro. Seus esforços contribuem para a formação de profissionais capacitados e conscientes da importância de suas decisões no mundo dos negócios e das finanças.

Ao embarcar nesta jornada de aprendizado, desejo a você muito sucesso em sua carreira na área de gestão, seja pelo ramo contábil ou da própria administração. Que esta compilação o capacite a enfrentar os desafios com confiança, ética e uma visão abrangente de uma gestão eficaz.

Desejo a você um futuro brilhante na área de gestão,

*Prof. Me. Leonardo Florêncio da Silva*  
*Gestor de Ensino a Distância*  
*Centro Universitário Fametro*

# SUMÁRIO

**Capítulo 1:** Benefícios que a diversificação dos meios de pagamento pode trazer a AFEAM (Agência de Fomento do Estado do Amazonas) ..... 10

Amanda Maria Silveira Guimarães, Maísa Caxias Soares

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.01

**Capítulo 2:** A importância da formalização dos trabalhadores informais como Microempreendedor Individual – MEI..... 22

Josiane Ribeiro da Silva Nunes, Meg Rocha da Cunha Serra

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.02

**Capítulo 3:** Gestão de estoque: controle de estoque e acuracidade: um estudo de caso em um supermercado ..... 34

Antônia Marta Gomes Ferreira, Maísa Caxias Soares

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.03

**Capítulo 4:** Nota fiscal eletrônica: a importância das obrigações fiscais para o consumidor final..... 47

Renata Viana de Souza, Meg Rocha da Cunha Serra

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.04

**Capítulo 5:** Gestão de marca e o comportamento do consumidor: estudo de caso na empresa “A Princesinha” ..... 57

Danna de Souza Viana, Maísa Caxias Soares

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.05

**Capítulo 6:** Gestão da implantação da extensão universitária no ensino superior ..... 71

Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.06

**Capítulo 7:** Contabilidade digital: a importância da Tecnologia da Informação (TI) nos sistemas contábeis e administrativos..... 79

Sandrelly Gomes Tavares, Meg Rocha da Cunha Serra

**DOI:** 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.07

# SUMÁRIO

<b>Capítulo 8:</b> Proposta e estratégia para a qualidade de atendimento ao cliente: treinamentos em equipe.....	90
Renata Carvalho Torres, Maisa Caxias Sores	
<b>DOI:</b> 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.08	
<b>Capítulo 9:</b> O papel ético do profissional contábil no cenário econômico atual	102
Alexssander Trindade Marinho, Meg Rocha Serra	
<b>DOI:</b> 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.09	
<b>Capítulo 10:</b> Implementação da ferramenta 5'S na gestão de qualidade: estudo de caso na empresa Construbrás.....	117
Kaelly Gonçalves Mendes, Máisa Caxias Soares	
<b>DOI:</b> 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.10	
<b>Capítulo 11:</b> Contabilidade gerencial: o impacto econômico da Covid-19 nos hotéis durante o período de realização do Festival Folclórico de Parintins.....	127
José da Silva Brasil Neto, Meg Rocha da Cunha Serra	
<b>DOI:</b> 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.11	
<b>Capítulo 12:</b> Marketing digital e redes sociais para fortalecimento da imagem da empresa.....	142
Luiza Beatriz Correa, Maisa Caxias Soares	
<b>DOI:</b> 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.12	
<b>Capítulo 13:</b> O estudo sobre a importância de uma previdência complementar privada para profissionais autônomos no município de Parintins-AM .....	152
Leonardo Souza Brasil Filho, Meg Rocha da Cunha Serra	
<b>DOI:</b> 10.36229/978-65-5866-368-3.CAP.13	

# Capítulo 1

## *Benefícios que a diversificação dos meios de pagamento pode trazer a AFEAM (Agência de Fomento do Estado do Amazonas)*

*Amanda Maria Silveira Guimarães  
Maísa Caxias Soares*

**Resumo:** A pesquisa se aprofundará em questões cruciais, como: "Como a implementação do PIX e do cartão de crédito impactará a satisfação e o relacionamento dos clientes com a AFEAM?" Para responder a esta indagação, serão empregadas ferramentas estratégicas como análise SWOT, Matriz GUT, 5 Por quês e 5W2H. O objetivo geral é diversificar os métodos de pagamento disponíveis, buscando não apenas a satisfação dos clientes, mas também a otimização dos processos financeiros internos e um aumento na competitividade da empresa no mercado. Antecipa-se que, ao oferecer opções de pagamento mais flexíveis, como PIX e cartão de crédito, a AFEAM não apenas atenderá às expectativas dos clientes, mas também criará uma experiência de pagamento mais conveniente e eficiente. Este projeto reflete não apenas a modernização dos sistemas de pagamento da AFEAM, mas também seu compromisso contínuo em proporcionar um serviço de qualidade aos seus clientes, ao mesmo tempo que se mantém competitiva no cenário financeiro atual.

**Palavras-chave:** Método de pagamento, PIX, cartão de crédito.

## 1. INTRODUÇÃO

A forma como as pessoas realizam seus pagamentos tem mudado significativamente nos últimos anos, novas tecnologias surgem e rapidamente se tornam essenciais no dia a dia, a prioridade dos clientes está constantemente voltada para a segurança, praticidade e benefícios que cada método pode lhe trazer. Na medida que a tecnologia evolui, as empresas devem acompanhar as mudanças do mercado para se manterem competitivas.

Nesse contexto, a implementação de novos meios de pagamento traz diferenciação para a empresa, tornando o processo de pagamento mais prático para os clientes, visando maximizar a satisfação do cliente e otimizar o setor financeiro da empresa, aumentando sua eficiência e a competitividade no mercado. Dessa maneira, surge a problemática: de que modo a implementação do PIX e Cartão de Crédito como métodos de pagamentos na AFEAM (Agência de Fomento do Estado do Amazonas), afetará a satisfação e o relacionamento dos clientes com a empresa?

Desta forma, a presente pesquisa tem como objetivo geral: propor a implementação do PIX e do Cartão de Crédito como outras formas de pagamento, visando a melhoria e satisfação dos clientes em relação à empresa AFEAM. São objetivos específicos desta pesquisa: Conhecer a origem, conceitos e custos para implementação destes métodos de pagamento: identificar as fraquezas da empresa através da análise realizada por meio de ferramentas de gestão, e Planejar as etapas necessárias para implementação dos novos métodos de pagamento.

A escolha do estudo tem como justificativa o fato da empresa apresentar atualmente apenas um método de pagamento (boleto), e, tendo em vista a vontade da empresa se tornar cada vez mais digital, surge a ideia de diversificar seus meios de pagamento. Esta diversificação é primordial, pois em um cenário atual onde as empresas cada vez mais buscam a satisfação dos seus clientes, criar comodidade e praticidade fazem total diferença.

O trabalho se desenvolverá através do objetivo exploratório, avaliando os aspectos qualitativos que irão ajudar na compreensão do tema estudado. Quanto a pesquisa, trata-se de um levantamento bibliográfico e de estudo de caso, com dados coletados mediante entrevista com o coordenador de um posto de atendimento da empresa, e observação.

O presente artigo está dividido em: fundamentação teórica, que visa trazer conceitos, benefícios e custos para implementação dos métodos de pagamento por PIX e Cartão de crédito. No resultado das discussões, serão empregadas as ferramentas gerenciais, *SWOT*, Matriz GUT e 5 Por quês, para análise da empresa estudada. Após empregar as ferramentas anteriormente mencionadas, será realizado o planejamento da proposta de intervenção utilizando a ferramenta 5W2H, onde, os resultados obtidos através deste plano de ação serão fundamentais para a construção dos resultados esperados.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. TENDÊNCIAS E EVOLUÇÕES NOS MÉTODOS DE PAGAMENTO CARTÃO DE CRÉDITO E PIX

De acordo com SILVA, LARA e SIQUEIRA (2021) o primeiro cartão de crédito surgiu em meados de 1950, denominado *Diners Club*, utilizado inicialmente por sócios do cartão

e pensando a partir de uma problemática encontrada pelo advogado americano Frank Macnamara. No Brasil, a utilização do cartão de crédito teve seu início em 1954, quando o empresário Haus Tauber negociou uma franquia do *Diners Club* no país, lançada em 1956. Somente em 1968 que surgiu um segundo cartão de crédito no país, do banco Bradesco.

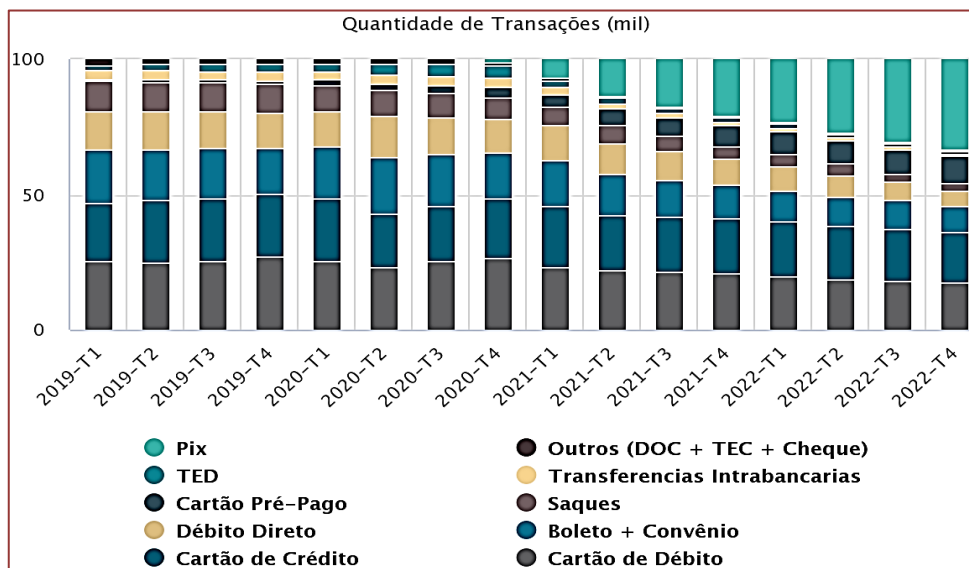
O principal motivo para o crescimento e popularização do cartão de crédito se deve a possibilidade de pagamento parcelado, pessoas que antes não possuíam recursos suficientes para adquirir um bem ou serviço à vista, com o cartão ganharam a oportunidade de fazer pagamentos a prazo. Apesar da vantagem, deve-se levar em consideração uma possibilidade maior de inadimplência, visto o consumo exagerado ou problemas financeiros por parte dos utilizadores.

Outro meio de pagamento que está se popularizando extremamente rápido é o PIX, que segundo a definição de CARVALHO (2022), “são transferências eletrônicas de dinheiro entre diferentes instituições onde a transmissão de pagamento ocorre em tempo real, e cujo serviço está disponível para os utilizadores finais 24 horas por dia”. Também denominado de Sistema de Pagamento Instantâneo, o PIX foi criado pelo Banco Central (BACEN), após perceber cada vez mais a digitalização dos meios de pagamento e a necessidade de existir um modo de transferências instantâneas.

Ambos os modos de pagamento vêm sendo adotados pelas empresas, que observaram um crescimento maior das instituições que passaram a disponibilizar estes meios, pois nem sempre o cliente deseja andar com o papel-moeda ou possui uma quantia necessária para efetuar um pagamento. Outro fator existente é a possibilidade de bloqueio de cartão ou devolução do PIX, algo que agrada muito os consumidores visto os altos índices de assaltos, possibilidade essa que não existe durante a utilização do papel-moeda.

A figura 1 possibilita fazer uma breve análise do crescimento de alguns modos de pagamento, assim como a diminuição e estagnação de outros:

**Figura 1:** Participação percentual por instrumento de pagamento



Fonte: Banco Central do Brasil (2023).

Após observar a figura 1, fica indiscutível a predominância de alguns modos de pagamento ao longo dos anos, exemplo do boleto e cartão, e como o PIX tem seu crescimento em ritmo acelerado. Além disso, DIAS (2021) e AFONSO (2022) citam alguns benefícios da utilização do modo de pagamento instantâneo e do cartão de crédito, quando adotados nas empresas:

### Quadro 1: Benefícios da implementação e utilização do PIX e Cartão de Crédito

PIX	Cartão de Crédito
Maior rapidez no pagamento e recebimento;	Menor risco de inadimplência para as empresas;
Baixo custo para implementação e manutenção, se comparado a outros meios de pagamento;	Possibilidade de adiar o pagamento ou também parcelar o valor;
Dispõe de várias opções de chave, como chave aleatória, CPF/CNPJ, Celular, e-mail e outras.	Traz maior segurança e comodidade para a empresa e o cliente;

Fonte: Adaptado de DIAS (2021) e AFONSO (2022).

## 2.2. CUSTOS E IMPLANTAÇÃO DOS MÉTODOS DE PAGAMENTO CARTÃO DE CRÉDITO E PIX

A empresa que desejar implementar o método de pagamento por PIX deverá seguir alguns procedimentos, conforme SERASA (2021), que disponibiliza algumas informações acerca do custo e implantação deste meio de pagamento nas empresas, a citar:

- Definir a conta empresarial que receberá os pagamentos por PIX, após pesquisas de serviços e tarifas prestados por cada banco;
- Definir o tipo de chave ou *Qr code*;
- Fazer a integração do novo método de pagamento ao sistema da empresa;
- Divulgar para os clientes a disponibilidade do novo modo de pagamento.

**Tabela 1:** Comparativo das taxas cobradas por alguns bancos para transferências por PIX (pessoa jurídica)

BANCO	TAXA COBRADA	VALOR MÍN - MÁX (COBRADO)
<b>Banco do Brasil</b>	Até 0.99%	Máximo de R\$ 140,00
<b>Caixa Econômica</b>	Não cobra taxas	Não cobra taxas
<b>Bradesco</b>	Até 1,4 %	Mín R\$ 0,90 - Máx R\$ 145,00
<b>Itaú</b>	Até 1.45%	Mín R\$ 1,00 – Máx R\$150,00
<b>Inter</b>	Não cobra taxas	Não cobra taxas.
<b>C6 Bank</b>	Não cobra taxa até a 100° transferência	R\$ 0,15 por transação a partir da 101° transferência

Fonte: Adaptado de AMÉRICO (2021).

Assim como no PIX, a empresa que disponibilizar a opção de pagamento por cartão de crédito também deve ficar atenta ao pagamento de algumas taxas, para adesão, administração e prestação de serviços pela operadora do cartão. Segundo o Banco BV (2016), o crédito para pagamento à vista tem uma taxa que varia de 3% a 5% do valor do

pagamento, dependendo da empresa. No pagamento com o cartão de crédito, existe ainda a possibilidade de pagamento por plataforma digital ou link de pagamento.

O SEBRAE (2016) fornece algumas dicas dos questionamentos que a empresa precisa fazer para a melhor tomada de decisão possível:

**Quadro 2:** Fatores para a melhor escolha da empresa responsável pelas operações com o cartão de crédito

QUESTIONAMENTO	DESCRIÇÃO
Tenha certeza do que você quer	Bandeiras que precisa aceitar.
	Quanto está disposto a pagar (aluguel e taxas)
Saiba qual é a sua necessidade operacional	Integração com sistema da empresa
	Pagamentos por link online ou maquininha
Tenha em mãos as informações sobre	Valor mensal de transações
	Valor médio de cada operação

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2016).

Após a exposição das informações referentes a estes dois métodos de pagamento, percebe-se a necessidade de um estudo mais aprofundado da organização através de ferramentas gerenciais, visando identificar quais as vantagens e desvantagens, custos e complexidades que podem surgir durante a implementação destes modos de pagamento.

## 2.3. FERRAMENTAS GERENCIAIS

### 2.3.1. ANÁLISE SWOT

Para HOFRICHTER (2017) a análise SWOT objetiva gerar informações que sejam úteis para a tomada de decisão nas empresas, evidenciando em quais áreas a empresa está acertando ou errando e também as oportunidades que a mesma possui para desenvolvimento no mercado que está inserida.

**Quadro 3:** Componentes da Análise SWOT

TERMO	SIGNIFICADO
<i>Strengths</i> (Forças)	Os pontos fortes de uma organização, podem ser tangíveis e intangíveis, são internos à instituição e estão sob o controle da mesma.
<i>Weaknesses</i> (Fraquezas)	Os pontos fracos estão sob o controle da organização e influenciam negativamente a capacidade de atingir objetivos.
<i>Opportunities</i> (Oportunidades)	As oportunidades são fatores externos e considerados favoráveis para o crescimento da organização.
<i>Threats</i> (Ameaças)	As ameaças são fatores externos, que estão fora do controle da organização e oferecem risco.

Fonte: Adaptado de HOFRICHTER (2017).

### 2.3.2. MATRIZ GUT

Segundo SOUZA (2022), a matriz GUT é uma ferramenta gerencial utilizada na tomada de decisões, foi desenvolvida na década de 1980, pelos especialistas Benjamin

Tregoe e Charles Kepner, onde se utiliza principalmente três parâmetros: gravidade, urgência e tendência, sendo uma ferramenta ideal para priorização das alternativas. São atribuídas notas que vão de 1 (leve) a 5 (forte) em cada um dos parâmetros apresentados:

**Quadro 4:** Classificação da matriz GUT

<b>Gravidade</b>	Extremamente Grave	Muito Grave	Grave	Pouco Grave
	5	4	3	1
<b>Urgência</b>	Precisa de ação imediata	É Urgente	O mais rápido possível	Pouco Urgente
	5	4	3	2
<b>Tendência</b>	Irá piorar rapidamente	Irá piorar em pouco tempo	Irá piorar	Irá piorar a longo prazo
	5	4	3	2

Fonte: SOUZA (2022).

### 2.3.3. 5 POR QUÊS

De acordo com COSTA e MENDES (2018), o método dos 5 por quês é utilizado para se chegar a verdadeira raiz do problema, através da repetição do “Por quê” cinco vezes, podendo também ser mais ou menos vezes, até o momento que se chega a raiz do problema. Essa ferramenta foi desenvolvida por Taiichi Ohno, precursor do Sistema de Produção Toyota, e segue um conjunto específico de etapas:

“O que aconteceu?”

“Por que aconteceu?”

“O que fazer para diminuir as chances do problema ocorrer novamente?”

### 2.3.4. 5W2H

Como aponta CIOFFI e OKADA (2022), a técnica 5W2H, possibilita identificar dados e rotinas da instituição estudada, além de detectar a função e atividade que será realizada por cada membro da organização. Este método envolve 7 perguntas que deverão ser respondidas em sequência, conforme descritas no quadro 5 abaixo:

**Quadro 5:** Estrutura da matriz 5W2H

<b>5W's</b>	<i>What?</i>	O que?	Qual ação será feita?
	<i>Who?</i>	Quem?	Quem será responsável?
	<i>Where?</i>	Onde?	Onde será executada?
	<i>When?</i>	Quando?	Quando será realizada?
<b>2H's</b>	<i>Why?</i>	Por quê?	Por quê será executada?
	<i>How?</i>	Como?	Como será executada?
	<i>How much?</i>	Quanto custa?	Quanto irá custar?

Fonte: Adaptado de CIOFFI e OKADA (2022).

### 3. METODOLOGIA

A presente pesquisa utiliza como um de seus procedimentos a pesquisa bibliográfica, que segundo CARVALHO (2022), consiste na coleta de informações através de livros, artigos, trabalhos de pesquisa, entre outros, e no Estudo de caso, que investiga um acontecimento real, sendo empregado nesta pesquisa a coleta de dados por meio de observação da rotina da empresa e entrevista com um funcionário da instituição.

É utilizado também, o modo de pesquisa exploratória qualitativa, uma abordagem de pesquisa que segundo ARAGÃO e MENDES NETA (2017), busca investigar um problema de forma ampla e exploratória, por meio da análise e interpretação de documentos, história de vida, pesquisa-ação e outros. Essa abordagem é especialmente útil em situações em que o problema a ser investigado é pouco conhecido ou pouco estudado, e não há hipóteses claras a serem experimentadas. Serão utilizadas diversas ferramentas gerenciais, como *SWOT*, Matriz GUT, 5 Por quês e 5W2H, visando estudar e desenvolver uma proposta de intervenção. Essas ferramentas serão empregadas para analisar a empresa e obter resultados relevantes.

#### 3.1. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA

Instituída pela Lei Estadual nº 2.505/1998, de 12/11/1998, tendo como acionista controlador o Estado do Amazonas e acionista minoritário o município de Manacapuru, a Agência de Fomento do Estado do Amazonas S/A, AFEAM, é uma empresa pública classificada como instituição financeira não bancária, subordinada à fiscalização e à supervisão do Banco Central do Brasil (BCB).

A AFEAM, tem o intuito de desenvolver e fomentar de maneira sustentável atividades produtivas de empreendedores do estado do Amazonas, fornecendo um meio de renda e contribuindo para a economia local. Além disso, visa ser referência como instituição financeira, proporcionando à região amazônica um trabalho de excelência. São diversas linhas de financiamento, a citar: autônomo, MEI, Microempresa, Aquaviários, Agricultura, Pecuária, Associações e Cooperativas, Energia Solar, Startups e diversas outras.

Iniciando suas atividades em 2 de setembro de 1999, a AFEAM já injetou mais de R\$1,8 bilhão na economia local, são mais de R\$ 572 milhões somente entre 2019 - 2022, através de suas linhas de crédito e parceiros técnicos, em sua maioria, no interior do Amazonas, impactando assim não só pessoas que sonhavam em ter seu próprio negócio, como também indiretamente, por meio de mais vagas de empregos que abrem no mercado devido à necessidade de expansão do negócio. A partir de 2020, devido à pandemia mundial da *COVID-19*, ocorreu a mudança para o crédito digital, mudança esta, que já estava no plano de digitalização da instituição para o ano de 2021 e ocorre até os dias atuais. No modelo de crédito digital, os empreendedores que necessitam de recursos para melhora de sua atividade produtiva, enviam propostas diretamente pelo site ou via parceiros técnicos para serem analisadas e aprovadas pela instituição.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise *SWOT* será utilizada para a análise das forças, fraquezas e oportunidades e ameaças referentes a empresa, em seu ambiente interno e externo de modo a se expor informações úteis para a organização, conforme quadro 6 abaixo:

**Quadro 6:** Aplicação da análise *SWOT* na empresa

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	<p><b>Forças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxas de juros baixas;</li> <li>• Altos valores investidos pelo governo para fomentar atividades locais;</li> <li>• Possibilidade de atendimento 100% virtual;</li> <li>• A empresa está se reinventando constantemente.</li> </ul>	<p><b>Fraquezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não aceita PIX como método de pagamento;</li> <li>• Não aceita cartão como método de pagamento;</li> <li>• Alta inadimplência dos clientes.</li> <li>• Falta de informação dos métodos de pagamento.</li> </ul>
FATORES EXTERNOS	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A crescente virtualização para envio de propostas de financiamento;</li> <li>• Constante crescimento do empreendedorismo;</li> <li>• Promoção de sustentabilidade, exemplo a linha de crédito para energia solar lançada pela empresa;</li> <li>• Investimentos em Startups, atualmente é uma linha de crédito pouco empregada, pois está em seu início.</li> </ul>	<p><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansão de cooperativas e bancos de desenvolvimento;</li> <li>• Outros bancos que financiam empreendedores, oferecem auxílio de consultores no pedido de crédito;</li> <li>• Cortes orçamentários pelo governo;</li> <li>• Aumento das taxas de juros para financiamentos.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).

Após observar os resultados da aplicação da análise *SWOT* no quadro 6 acima, percebe-se que a falta da diversificação dos métodos de pagamento, configura-se como uma fraqueza relevante para a instituição. Referente às ameaças, mesmo sendo uma agência de fomento que recebe investimentos do governo do estado, percebe-se que a expansão de outros bancos que também atuam financiando empreendedores, representa uma ameaça para a instituição, ficando claro a necessidade de atualização constante da organização, para assim, permanecer competitiva no mercado.

Utilizando as fraquezas encontradas durante a análise *SWOT*, será aplicado a matriz GUT para classificar o nível de prioridade de cada uma das fraquezas apresentadas, através de notas de 1 a 5, conforme sua gravidade, urgência e tendência:

**Quadro 7:** Aplicação da ferramenta Matriz GUT na empresa

PROBLEMA	G	U	T	PONTUAÇÃO	PRIORIDADE
Não aceita PIX como método de pagamento;	5	5	5	125	1
Não aceita cartão como método de pagamento	5	5	5	125	
Alta inadimplência dos clientes.	5	4	4	80	2
Falta de informação sobre os métodos de pagamento.	3	2	2	12	3

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).

Nota-se no quadro 7 acima, uma prioridade maior referente a empresa não disponibilizar aos seus clientes o modo de pagamento por cartão e PIX, em segundo lugar com uma pontuação também significativa, consta a alta inadimplência dos clientes, problema esse que pode ser amenizado após a implantação do cartão, visto a possibilidade do cliente estender a dívida. Para realizar a análise mais aprofundada da empresa, será utilizado o método dos 5 porquês, uma ferramenta eficaz para identificar as causas-raiz de problemas e ineficiências em uma organização:

**Quadro 8:** Aplicação do método dos 5 Por quês na empresa

O que?	Por quê?	Por quê?	Por quê?	Por quê?	Por quê?	Contramedida
Não aceita PIX como método de pagamento	Faltam projetos para implementação do método	A empresa tem dado prioridade a outras questões	A implementação do método demanda muito tempo para			Priorizar o desenvolvimento de um projeto para implementação do PIX como método de
Não aceita Cartão como método de pagamento	Faltam projetos para implementação do método	A empresa tem dado prioridade a outras questões	A implementação do método demanda muito tempo para			Priorizar o desenvolvimento de um projeto para implementação do Cartão de crédito como método de
Alta inadimplência dos clientes	Clientes alegam falta de dinheiro e conhecimento de como renegociar	Falta um sistema de cobrança mais eficaz	A atividade requer mais gastos para a empresa			Enviar servidores da própria empresa para a realização das cobranças em outros municípios.
Falta de informação sobre os métodos de pagamento.	Porque os clientes não foram devidamente informados sobre as opções disponíveis.	Porque existe somente uma opção de pagamento disponível	A empresa não priorizou a implementação de novos métodos de pagamento			Após a implementação de novos métodos de pagamentos, deve ser realizada a divulgação aos clientes das novas formas de pagamento.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).

Após a aplicação do método dos 5 Porquês, são identificados os resultados que revelam a causa raiz do problema. Com base nessas análises, foi determinada uma contramedida eficaz para resolver a situação. A contramedida consiste em priorizar o desenvolvimento do projeto de implantação do PIX e do cartão de crédito como meios de pagamento da empresa. Esta iniciativa inclui a alocação de recursos adequados e o estabelecimento de prazos para sua conclusão.

#### 4.1. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

Após entrevista com o coordenador e observação das rotinas na empresa, fica possível a elaboração de um planejamento para implementação dos métodos propostos. Neste projeto de intervenção, foi utilizado a técnica 5W2H para estudar a empresa AFEAM e identificar contramedidas para a melhoria de sua gestão financeira e relacionamento com o cliente.

**Quadro 9:** Aplicação da técnica 5W2H na empresa

O QUE?	POR QUE?	QUEM?	QUANDO?	ONDE?	COMO?	QUANTO?
Priorizar o desenvolvimento de um projeto para implementação do PIX como método de pagamento.	Aumento da satisfação dos clientes, otimização do setor financeiro e maior modernização	Setor financeiro e de T.I	Início: 05/01/2024 Fim: 05/02/2024	Empresa	Priorizando a criação de um projeto para implementação do método de pagamento por PIX.	Caixa Econômica e Banco Inter oferecem a funcionalidade sem taxas. Quanto a atualização do sistema, a empresa já possui funcionários responsáveis.
Priorizar o desenvolvimento de um projeto para implementação do Cartão de crédito como método de pagamento.	Aumento da satisfação dos clientes, otimização do setor financeiro, maior modernização da empresa.	Setor financeiro e de T.I	Início: 05/01/2024 Fim: 05/02/2024	Empresa	Priorizando a criação de um projeto para implementação do método de pagamento por cartão.	Os pagamentos com cartões geram taxas entre 2% a 3,5% sobre o valor do pagamento, no ano de 2022 a AFEAM teve mais de 17.000 novas operações, segundo a demonstração contábil pública da empresa.
Enviar servidores da própria empresa para a realização das cobranças em outros municípios.	Além de ser a alternativa de menor custo, os funcionários já conhecem melhor o funcionamento da empresa.	Setor de Cobrança	Início: 01/05/2024 Fim: 10/05/2024	Externo – Visita aos clientes	Definir cidades e os funcionários que serão deslocados para cada uma delas durante o período de cobrança.	Em média os taxistas cobram cerca de R\$ 150,00 por 4 horas de visitas diárias, em 10 dias de cobrança, o valor com transporte fica em cerca de R\$ 1.500,00 considerando custos adicionais, pode fechar em R\$ 2.000,00 (por cidade).
Após a implementação de novos métodos, deve ser realizada a divulgação aos clientes sobre as novas formas de pagamento.	A divulgação permite que os clientes se adaptem às mudanças e se familiarizem com os novos métodos de pagamento.	Profissional responsável pelas mídias sociais	Início: 05/02/2024 Fim: 10/02/2024	Mídias Sociais	Divulgar através das redes sociais da empresa os novos métodos de pagamento	Sem custos, a empresa já possui funcionários responsáveis pelas mídias sociais

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).

Ao utilizar a técnica 5W2H no estudo da empresa AFEAM, é possível identificar diversos pontos de melhoria. Entre os principais resultados obtidos, destacamos a falta de diversidades de opções de métodos de pagamento (o que?), a ausência de um projeto para implementação destes métodos de pagamento (como?), e necessidade de divisão das tarefas para realização do projeto, conforme a área de atuação de cada servidor (quem?).

Foi analisado também os custos que cada intervenção traria para a empresa, priorizando sempre a alternativa que requer menos ou nenhum custo. Na implementação do método PIX na empresa, existem opções de bancos que não cobram por pagamentos feitos de clientes para a empresa, são exemplos: Caixa Econômica Federal e Banco Inter, banco citados no tópico 2.2 deste projeto. Sendo assim, fica necessário somente o trabalho do setor financeiro e de T.I da instituição, estruturação e atualização do sistema da empresa. Em seguida, faz-se necessário divulgar a novidade aos clientes, utilizando os perfis já existentes da empresa nas redes sociais.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

Com a implementação do PIX e do Cartão de Crédito como novos métodos de pagamento na AFEAM, espera-se que haja uma melhoria significativa na satisfação dos clientes em relação à empresa. A diversificação dos meios de pagamento possibilitará maior comodidade e praticidade no momento do pagamento de dívidas, tornando a experiência do cliente mais agradável e eficiente. Além disso, espera-se que a implementação dos novos métodos de pagamento possa otimizar o setor financeiro da empresa, aumentando sua eficiência e competitividade no mercado.

Em relação aos custos para implementação dos novos métodos de pagamento, espera-se que eles sejam compensados pela melhoria na satisfação dos clientes e no aumento da eficiência financeira da empresa. O uso do PIX e do Cartão de Crédito também pode trazer benefícios como redução de custos operacionais e maior controle sobre o fluxo de caixa.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste projeto de intervenção, foram explorados conceitos, benefícios e custos associados aos meios de pagamento apresentados, bem como a análise das fraquezas da empresa e planejamento das etapas necessárias para a implementação. Ao diversificar os meios de pagamentos, a AFEAM busca atender às demandas em constante evolução dos clientes, que priorizam a segurança, praticidade e benefícios proporcionados por cada método de pagamento.

Embora a implementação dos novos métodos de pagamento envolva custos, acredita-se que esses investimentos serão compensados pelos benefícios alcançados. A melhoria na satisfação dos clientes e o aumento da eficiência financeira da empresa podem resultar em redução de custos operacionais e um maior controle do fluxo de caixa.

Em conclusão, a implementação do PIX e do Cartão de Crédito como métodos de pagamento na AFEAM é uma medida estratégica para acompanhar as mudanças no mercado e atender às expectativas dos clientes, proporcionando uma experiência de pagamento mais conveniente e agradável para todos os envolvidos.

## REFERÊNCIAS

- [1] AFONSO, Joyce. Vale a pena aceitar cartão de crédito e débito no seu negócio? (2022). Disponível em: <<https://blog.nubank.com.br/vale-a-pena-aceitar-cartao-de-credito-e-debito-no-seu-negocio/>>. Acesso em: 16/04/2023.
- [2] AMÉRICO, Juliana. Veja quanto os empreendedores pagam de taxa para usar o Pix (2021) Disponível em: <<https://vocesa.abril.com.br/dinheiro/veja-quanto-os-empresendedores-pagam-de-taxa-para-usar-o-pix/>>. Acesso em: 16/04/2023.
- [3] ARAGÃO, José Wellington Marinho de; MENDES NETA, Maria Adelina Hayne. “Metodologia Científica”. 53f. Componente Curricular do Curso de Especialização em Produção de Mídias para Educação Online na modalidade EaD da UFBA/SEAD/UAB. Salvador, 2017.
- [4] CARVALHO, Gustavo Henrique. “Sistema de pagamento instantâneo pix: uma análise dos benefícios e dos riscos vinculados”. 29 f. Trabalho de conclusão do curso de Ciências contábeis pela faculdade Milton Campos, Minas Gerais, 2022.
- [5] CIOFFI, Lucas Gualande; OKADA, R. H. Implementação da ferramenta 5w2h no processo de produção para a obtenção de resultados e melhorias no processo. Revista Interface Tecnológica, [S. l.], v.

19, n. 2, p. 974–984, 2022. DOI: 10.31510/infa.v19i2.1505. Disponível em:

<<https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1505>. Acesso em: 26 abr. 2023>.

[6] COSTA, Taiane Barbosa da Silva; MENDES, Meirivone Alves. Análise da causa raiz: utilização do diagrama de Ishikawa e Método dos 5 Porquês para identificação das causas da baixa produtividade em uma cacauicultura. Anais do X SIMPROD, 2018.

[7] Como funciona o recebimento por cartão de crédito? Fique por dentro! (2016) Disponível em: <<https://www.bv.com.br/bv-inspira/cartoes/como-funciona-o-recebimento-por-cartao-de-credito>>. Acesso em: 16/04/2023

[8] DIAS, Leonardo Ferreira et al. “A leitura de uma empresa acerca das dificuldades na implantação do PIX”. 28 f. Trabalho conclusão do curso de Especialização em Gestão Estratégica, do Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração da UFMG, Minas Gerais, 2021.

[9] Estatísticas de Meios de Pagamento. (2022) Disponível em: <<https://liftchallenge.bcb.gov.br/estatisticas/spbadendos>>. Acesso em: 16/04/2023.

[10] GUIA PARA O EMPRESÁRIO – Cartões de Pagamento. (2016) Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/capa\\_guiia\\_para\\_o\\_empresa-urio\\_final\\_baixa%20copia\\_merged.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/capa_guiia_para_o_empresa-urio_final_baixa%20copia_merged.pdf)>. Acesso em: 16/04/2023.

[11] HOFRICHTER, Markus. “Análise SWOT: Quando usar e como fazer”. Editora Simplíssimo Livros Ltda, Livro digital, v.1, 26 f, p. 03-06, ISBN:9788582454206, 8582454201, 2017.

[12] PIX para empresas [PJ]: como seu negócio pode se beneficiar? (2021) Disponível em: <<https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/pix-para-empresas/>>. Acesso em: 16/04/2023.

[13] SILVA, Gloria Estefani Bezerra; LARA, Icaro Cartoni; SIQUEIRA, Isabela Fernanda S. “O mercado de cartão de crédito no Brasil”. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Econômicas da Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2021.

[14] SOUZA, José Orlando de Lima. “Matriz G.U.T: Descubra como tomar melhores decisões (Ferramenta de Gestão). Formato Ebook Kindle, 1ª Edição, p. 01-07, 58f, ASIN: B09TQ6TTJR, 2022.

# Capítulo 2

## *A importância da formalização dos trabalhadores informais como Microempreendedor Individual – MEI*

*Josiane Ribeiro da Silva Nunes*

*Meg Rocha da Cunha Serra*

**Resumo:** O cenário econômico e social atual permitiu a criação de um novo porte de empresa, o Microempreendedor Individual – MEI, que passa a ter reconhecimento legal e acesso a direitos. Diante dessa realidade, este artigo visa discutir sobre a realidade MEI, com destaque para a legislação vigente, a importância da formalização MEI, a partir das vantagens, desvantagens e benefícios da formalização. O presente estudo é realizado a partir de uma ótica Qualitativa e Bibliográfica, a partir de análise de materiais bibliográficos, oriundos de pesquisas já realizadas que versam sobre a problemática discutida. A existência do porte de empresa MEI, tem sua origem na dinâmica econômica e social do país, a qual se caracteriza pela ausência de postos de trabalhos suficientes. Diante disso, as pessoas acabam optando pela criação de pequenos negócios como forma de sobreviver. A legislação vigente permite aos MEIs que ofertem serviços e produtos de maneira legalizada, tendo como vantagens a emissão de notas fiscais e abertura de conta e como desvantagens a possibilidade de apenas um empregado de carteira assinada. A pesquisa ainda aponta que dentre os benefícios da formalização MEI, destaca-se aposentadoria por idade ou invalidez e auxílio-doença.

**Palavras-chave:** MEI, formalização, vantagens, desvantagens, benefícios.

## 1. INTRODUÇÃO

O porte de empresa MEI, é bastante recente quando comparada aos demais já existentes, mas desde 2010, o número de formalizações tem crescido cada vez mais favorecendo que os trabalhadores informais, possam atuar dentro da legalidade, bem como possam ter acesso a benefícios da Previdência Social.

Dados disponíveis no Portal do Empreendedor mostram que até dezembro de 2022, foram realizadas 14.820.414 formalizações, sendo mais de 1.000.000 só em 2022. O tempo necessário para abrir uma empresa MEI é de mais ou menos um dia. O faturamento anual do MEI, tendo em vista mudança na legislação atual, é de até R\$81 mil por ano (ou R\$ 6,7 mil por mês), sendo permitido apenas a contratação de um funcionário de carteira assinada. O processo de formalização é realizado pela internet no [Portal do Empreendedor](#), atualmente disponível na Plataforma do Governo Federal, popularmente conhecida como Portal GOV (SEBRAE, 2022).

No Brasil a carga tributária tem muita incidência sobre as atividades empresariais. São diversas obrigações com os órgãos fiscalizadores, além do recolhimento e retenções de tributos e esta enorme burocracia e complexidade de arrecadação, fazem com que empreendedores acabem optando pela informalidade. Nesse contexto, a formalização significa considerar que o MEI estando organizado financeiramente contribui no processo de movimentação econômica, demonstrando que ele pode oferecer bens e serviços de forma regularizada.

O projeto visa contribuir para a área acadêmica, uma vez que servirá de base para o estudo da legislação vigente do Microempreendedor Individual, contribui para formação e a capacitação através do conhecimento da realidade deste tipo de empreendedor, que conseqüentemente será um público alvo a ser atendido pelos profissionais da contabilidade.

Para a formação profissional este estudo contribui como ferramenta de pesquisa, para aprimorar a utilização de conhecimentos e recursos necessários para melhorar na atuação profissional. Tal estudo também se justifica pela possibilidade de produzir material teórico que servirá para consulta e desenvolvimento de outras pesquisas na área.

Diante dessa problemática, o objetivo geral do trabalho consiste em investigar a importância da formalização dos trabalhadores informais como Microempreendedor Individual – MEI no âmbito empresarial e econômico. Para tanto, elencou-se como objetivos específicos:

- Levantar a legislação vigente aplicada ao Microempreendedor Individual (MEI) e a importância da formalização;
- Identificar as vantagens e desvantagens da formalização do MEI;
- Identificar os benefícios da formalização do Microempreendedor Individual MEI;

Assim, esta pesquisa é de abordagem Qualitativa e realizada por meio de uma Pesquisa Bibliográfica, que visa explorar a importância da formalização dos trabalhadores informais como Microempreendedor Individual – MEI, a partir de pesquisas já realizadas sobre a temática. Para tanto, fez-se um Levantamento Bibliográfico, a fim de selecionar as obras e autores mais relevantes para entendimento da problemática.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. LEGISLAÇÃO APLICADA AO MICROEMPREENDEDOR - MEI

Em meados de 2009, um tipo de empresa passou a ganhar bastante destaque no meio empresarial, que é o Microempreendedor Individual – MEI. Porte de empresa que atende as necessidades daquelas pessoas que empreendem por conta própria, sendo uma opção para os profissionais autônomos e microempresários (FARIA et al., 2015). Esse porte foi regulamentado em 2008 a partir da Lei Complementar nº 128 de 19/12/2008, e possui várias características próprias que as diferem dos demais portes de empresas, principalmente no que se refere ao faturamento bruto mensal e anual e ao processo de formalização (BRASIL, 2008).

De acordo com Arrais, Pavim e Siqueira (2016) o Microempreendedor Individual (MEI), foi criado com intuito de dar oportunidades para as pessoas físicas que mantinham alguma forma de negócio de maneira irregular, permitindo o direito de conquistar sua formalidade de maneira simples. Isso por que o próprio empresário é capaz de iniciar, manter, alterar e finalizar suas atividades, não havendo necessidade da contratação de serviços contábeis especializados.

Nesse contexto, Moreira et al (2021, p. 3) afirma que:

O MEI é uma modalidade criada pelo Governo Federal que vem para colaborar com os profissionais que trabalham na informalidade, assim passaram a ter seus direitos formalizados. Os profissionais que se enquadram nessa modalidade, são autônomos e considerados pequenos empresários. Em que vem averiguar as condições de muitos trabalhadores sem registro, que podem passar a trabalhar de forma segura e legal.

Com a existência desse porte de empresa, que se caracteriza por ser menos burocrático e com maior facilidade de abertura, os trabalhadores informais ganham a oportunidade de desenvolver suas atividades de forma legalizada, bem como também de ter acesso a direitos previdenciários e outros que favorecem seu crescimento profissional, bem como para o desenvolvimento econômico nacional.

Relacionado às questões do faturamento bruto de uma empresa MEI, esta não pode ultrapassar o valor anual de R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) devendo ter uma média de faturamento mensal bruto equivalente a R\$ 6.750,00 (seis mil setecentos e cinquenta reais).

Quando o faturamento anual ultrapassa 20%, o MEI deverá migrar para o porte de Micro Empresa – ME, no próximo ano, devendo contar com auxílio de um profissional especializado. Vale ressaltar que de acordo com Chupel, Sobral e Barella(2014) a empresa MEI está dispensada da contabilidade formal, não havendo a necessidade de escrituração. Nesse caso, para registro de suas operações financeiras, o MEI utiliza o Relatório Mensal das Receitas Brutas que deve ser preenchido com informações sobre seu faturamento mensal, sendo necessário que todo mês seja preparado “[...] o relatório mensal de receitas brutas que obteve no mês, bem como guardar junto a ele os registros de vendas e de prestação de serviços, as notas fiscais que emitir e as notas fiscais de compra de produtos e serviços” (SEBRAE,2020, p. 35).

A partir dos registros do Relatório Mensal das Receitas Brutas, o MEI deve somar o valor de faturamento bruto de cada Relatório (do mês) e fazer a Declaração Anual Simplificada do Simples Nacional (DAS – SIMEI), na qual consta o Faturamento Bruto Anual, que é aquele em que não há o desconto referente a despesas ou salários de funcionários. Essa Declaração deve ser emitida de forma online, no endereço eletrônico <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>, no período de 1º de janeiro até 31 de maio do ano seguinte.

Os impostos pagos pelo MEI, são diferentes dos pagos pelas outras pessoas jurídicas e como explica Gomes (2016, p. 13):

O Governo minimizou a burocracia do processo de abertura de micro empresas, sendo agora feito inteiramente via internet e sem a necessidade de um contador e a redução da carga tributária incidente, isenção de tributos federais e dependendo da atividade exercida uma guia mensal de R\$ 45,00 (comércio ou indústria), ou R\$ 49,00 (prestação de serviços) ou R\$ 50,00 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS.

Nessa realidade, o MEI não tem a obrigação de ter um contador ou algum tipo de sistema de contabilidade mais formal, ficando a seu critério o registro através de Livro-Caixa ou Fluxo de Caixa. A legislação MEI só permite a contratação de um empregado de carteira assinada, e o salário deste deve ser o equivalente ao salário mínimo ou ao piso da categoria, independente do ramo de atuação empreendedora.

Dentre as obrigações do MEI com o empregado, todos os anos deve ser entregue a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), e mensalmente o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) e a Guia de Recolhimento do FGTS e Informação à Previdência Social (GFIP) através de um sistema chamado Conectividade Social da Caixa Econômica Federal. Ao preencher e entregar a GFIP, o MEI deve depositar o FGTS, calculado à base de 8% (oito por cento) sobre o salário do empregado e recolher 3% (três por cento) desse salário para a Previdência Social (PLIZ, 2017).

Com o devido pagamento dos direitos trabalhistas do empregado, o MEI evita reclamações e multas, ao mesmo tempo em que permite o acesso a direitos previdenciários do seu empregado. Além disso, todas as vantagens oportunizadas pela formalização MEI, tem como objetivo ajudar o pequeno empreendedor a se consolidar no mercado, assim a possibilidade de participar de licitações do governo ou mesmo de obter empréstimos e financiamentos faz com que o MEI agregue maior valor ao seu serviço ou produto.

### 3. METODOLOGIA

A investigação científica requer do pesquisador o estabelecimento de uma linha de raciocínio metodológico, formada por métodos e técnicas que se configuram como uma ferramenta indispensável para o êxito científico, em busca do conhecimento.

Esse conjunto de métodos e técnicas, é a Metodologia, que de acordo com Demo (2003 apud ARAGÃO; MENDES NETA, 2017, p. 10) “[...] é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos”.

Neste estudo, optou-se pelo desenvolvimento de uma investigação científica a partir de uma abordagem Qualitativa, realizada por meio de uma Pesquisa Bibliográfica e Descritiva. A abordagem é Qualitativa, na medida em que discutiu sobre uma realidade social que é dinâmica e que não pode ser interpretada apenas a luz de dados numéricos, a qual centra-se “[...] na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais” (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 32).

Considerando os objetivos propostos, a pesquisa também é Descritiva, a qual visa “descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52). Nesse contexto, o estudo descreve o processo de formalização MEI, dando destaque para aplicabilidade da Lei, vantagens, desvantagens e benefícios.

Articulado a abordagem Qualitativa, optou-se pela Pesquisa Bibliográfica, a qual é realizada a partir da análise das obras que tratam sobre a temática em questão, nesse caso, sobre MEI. Nesse sentido, os resultados da pesquisa foram obtidos por meio análise de documentos, livros, artigos, trabalhos publicados em congresso, seminários, encontros e revistas periódicas e eletrônicas. Assim, não há pesquisa em um local específico ou com pessoas, “e tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas” (SOUZA; OLIVEIRA; ALVES, 2021, p. 65).

Compreende-se que a Pesquisa Bibliográfica, possui uma importância na elaboração de distintos trabalhos acadêmico, sendo necessário um levantamento bibliográfico profundo, e a partir dessa reflexão, a leitura pode ser compreendida como uma forma de se coletar informações indispensáveis ao estudo, pois é por meio dela que se favorece “[...] a ampliação de conhecimentos, a obtenção de informações básicas ou específicas, ou a abertura de novos horizontes para a mente, a sistematização do pensamento, o enriquecimento de vocabulário e o melhor entendimento do conteúdo” (LAKATOS; MARCONI, 2008, p. 19).

Para elaboração desse estudo, e em coerência com objetivos da Pesquisa Bibliográfica, optou-se pela organização proposta por Prodanov e Freitas (2013), no que se refere etapas da pesquisa, as quais destacam-se: escolha do tema, levantamento bibliográfico preliminar, formulação do problema, elaboração do plano provisório do assunto, busca das fontes, leitura do material, fichamento, organização lógica do assunto e redação do texto.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1. VANTAGENS E DESVANTAGENS DA FORMALIZAÇÃO**

Uma das principais vantagens da formalização MEI está relacionada a facilidade para Abertura de Empresas. Ao contrário do que ocorre em outros portes de empresa, que necessitam de um contador para abertura de empresa, a formalização do MEI é por meio do endereço eletrônico <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>, de forma rápida e gratuita, sendo necessário apenas os documentos pessoais (SEBRAE, 2020).

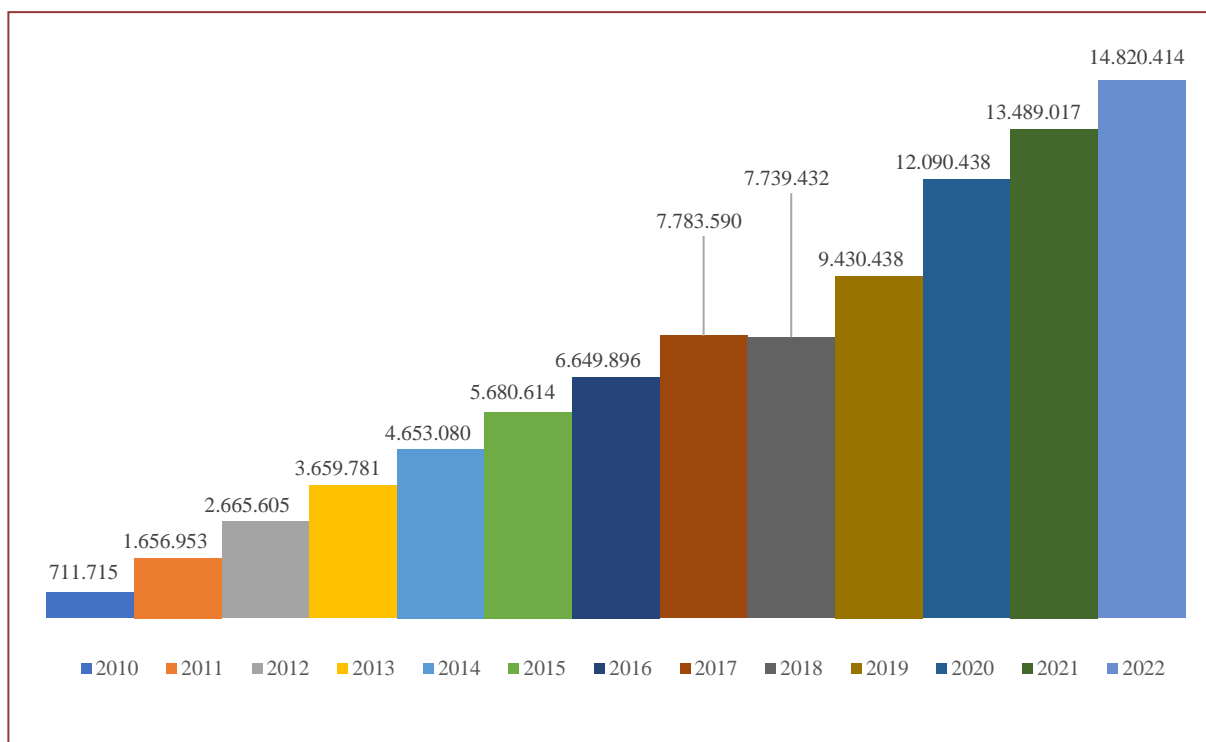
Para abertura da empresa MEI, é necessário no ato da formalização o CPF, RG, comprovante de residência e/ou comercial, inscrição cadastral do imóvel do endereço comercial presente no carnê do IPTU (se for o caso), título de eleitor, número do recibo

da última declaração do imposto de renda pessoa física (se for declarante).

Após o processo de formalização, o empresário que antes trabalhava de maneira informal se torna MEI, após o sistema gerar um número de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Arrais, Pavim e Siqueira (2016, p. 64) explica que “O Microempreendedor Individual pode ser qualquer pessoa que exerça por conta qualquer tipo de atividade comercial ou prestação de serviço, e resolve se formalizar como um pequeno empresário”.

A formalização possui uma importância extremamente social, na medida em que possibilita a saída da informalidade aquelas pessoas que por falta de opção de sustento tiveram de empreender, assim puderam melhorar suas condições de vida. A relevância social da formalização está para além da saída da informalidade, está em se poder exercer plenamente a cidadania e possibilitando o desenvolvimento do país. De 2010, quando se completou um ano de formalizações, até dezembro de 2022, foram formalizados cerca de 14.820.414 MEI's de acordo com as informações disponíveis no Portal do Empreendedor. O Gráfico 1 a seguir apresenta o crescimento no número das formalizações em todos os países.

**Gráfico 1:** Formalizações MEI de 2010 a 2022



Fonte: Portal do Empreendedor (2023). Organizado pela Autora.

A partir dos números apresentados no Gráfico 1, é possível compreender que uma houve crescimento bastante significativo em cada ano. Pontua-se ainda que o aumento mais expressivo das formalizações ocorreu em 2020, ano da Pandemia da Covid-19, cerca de 28%, quando comparado com o ano anterior.

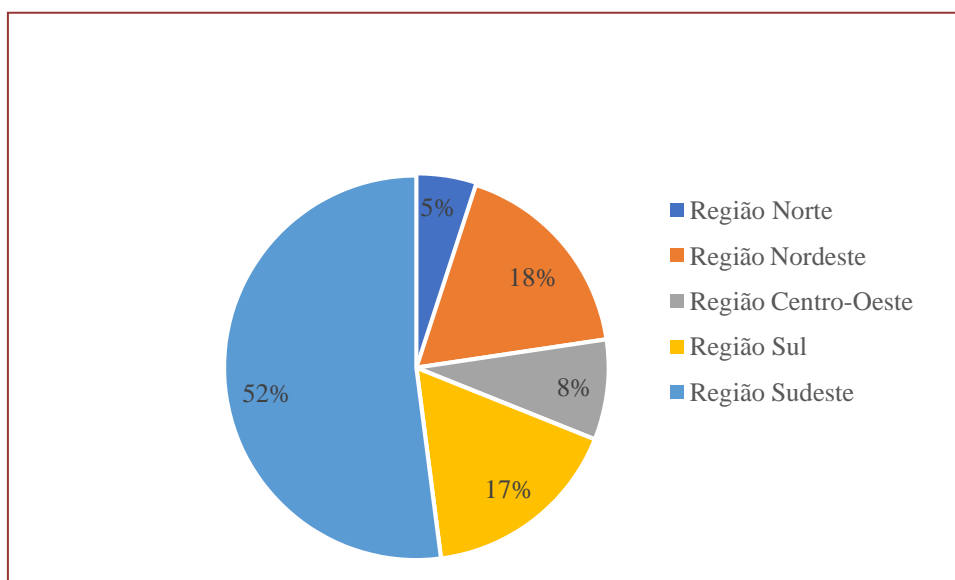
O contexto econômico de forte crescimento do desemprego, e como consequência disso, do trabalho informal, favoreceram a necessidade de um novo porte de empresa que permitisse aos pequenos empreendedores a possibilidade de acesso a direitos, como a previdência social.

Nessa reflexão Farias et al. (2015, p. 3) explicam que:

[...] o foco da formalização é atingir pelo MEI: os ambulantes, marceneiros, eletricitas, cabeleireiras, feirantes, encanadores, pedreiros, mecânicos, pintores, sapateiros, pipoqueiros, dentre outros. Destaca ainda que o MEI é uma microempresa, e este é empresário individual, possuindo assim os mesmos direitos assegurado às demais microempresas em licitação, acesso a crédito e acesso à justiça, entre outros, como pode ser verificado na Lei Complementar n.º 123/06.

De acordo com Portal do Empreendedor (2023), o maior número de formalizações realizadas no período de 2010 a 2022 ocorreu na região Sudeste. O Gráfico 2, a seguir apresenta porcentagem de formalizações por região do país.

**Gráfico 2:** Formalizações por Região



Fonte: Portal do Empreendedor (2023). Organizado pela Autora.

Das 14.820.414 formalizações realizadas, 7.719.190 foram na Região Sudeste, o que representa cerca de 52% do número total. A Região Nordeste tem cerca de 2.613.752 (18%), a Região Sul tem 2.503.348 (17%), a Região Centro-Oeste tem 1.251.000 (8%) e por último a Região Norte, com pouco mais de 743.124 (5%). Outra vantagem para o MEI ao formalizar, se dá pela possibilidade de obter Empréstimo e Financiamentos junto ao Banco do Brasil e Caixa Econômica, em nível Federal. De acordo com Brito Primo e Macedo (2015), no Banco do Brasil o processo de abertura de conta corrente é facilitado, com acesso a empréstimo, financiamento e capital de giro, ainda disponibiliza um cartão de crédito chamado Ourocard Empreendedor. Na Caixa Econômica Federal, há o Microcrédito Caixa, com limite que vai 300,00 (trezentos) reais até 15.000,00 (quinze mil) reais, de acordo com a evolução do empreendimento. O prazo de pagamento é de 4 a 24 meses.

Sobre essa questão é importante destacar, que os Estados também disponibilizam crédito aos MEIs, e assim possibilitam a estabilidade financeira, bem como aquisição de

produtos e equipamentos que otimizam o trabalho, gerando assim mais lucro para o empreendedor. Ao ter como financiar seus pequenos, os MEIs, ainda contribuem para o desenvolvimento local.

Outra vantagem bastante importante se refere a Emissão de Notas Fiscais, que permite competitividade no mercado, haja vista que por meio dessa Emissão, o Governo é capaz de fiscalizar a arrecadação de impostos e tributos. Ao emitir as Notas Fiscais, o MEI colabora para seu processo de regulamentação junto ao Governo.

Oliveira e Silva (2019, p. 3) esclarecem que a Emissão da Nota Fiscal,

[...] é muito importante na coordenação dos serviços contábeis, controle de entrada e saída de produtos e oferecendo também segurança ao cliente, principalmente para as empresas de pequeno porte que buscam grandes meios de prospectar clientes e maior destaque no comércio.

A Emissão de Nota Fiscal pelo MEI, desempenha um papel primordial quando se considera a questão da credibilidade adquirida junto ao mercado. Favorece que a empresa tenha uma avaliação positiva por parte do Governo, que fiscaliza o pagamento dos impostos, assim como dos clientes que percebem o compromisso do MEI em se manter atuando comercialmente dentro da legalidade.

Também se constitui como vantagem da formalização, a possibilidade do MEI poder participar de Licitações do Governo. De acordo com o Sebrae (2015), qualquer empreendedor poderá participar de uma licitação com o intuito de vender produtos para o Estado, desde que esteja formalizado, apresente a documentação exigida e cumpra os requisitos previstos no edital. É importante salientar que de acordo com a legislação vigente, em despesas até 80 mil, o MEI tem prioridade nas licitações do Governo. Isso favorece o desenvolvimento tanto do MEI quanto do Município/Estado.

Mesmo com tantas vantagens, Farias (2022, p. 23) também pontua a existência de algumas desvantagens da formalização MEI, que é [...] o custo alto para alterar ou fechar custos de uma empresa, enquanto que para formalizar não se paga nada, na hora de encerrar as atividades, caso queira, pagará taxas bem maiores do que empresas com outro tipo de regime de tributação”.

Outras desvantagens apontadas por Farias (2022), dizem respeito a limitação de contratação de apenas um funcionário, que impede o crescimento do empreendimento, bem como o pagamento mensal de taxas fixas mesmo quando não há receita na empresa, “a contribuição é de R\$ 47,70 por mês, que pode ser acrescida de R\$ 1, R\$ 5 ou R\$ 6, conforme o ramo de atividade exercida pode ter um funcionário contratado, tendo que cumprir as obrigações trabalhistas” (MORAIS; FEITOZA FILHO, 2019, p. 486).

Elenca-se ainda como desvantagens da formalização a determinação de contribuição mínima para requerer alguns benefícios previdenciários, assim como também a impossibilidade de ter sócios e abrir filiais, pois há um limite determinado de arrecadação anual, de modo que quando se ultrapassa esse valor estipulado, o MEI é obrigado a migrar de porte de empresa.

## 4.2. BENEFÍCIOS DA FORMALIZAÇÃO MEI

O surgimento do porte de empresa MEI, em 2009, é resultado de um contexto econômico e social com um número cada vez mais de pessoas vivendo na informalidade e que optam pela criação de pequenos negócios. O Governo Federal intervém nessa questão e por uma legislação própria, estabelece diretrizes operacionais às pessoas, como forma de garantir segurança previdenciária aos empreendedores informais.

Nascimento et al (2019, p. 19) afirmam que:

[...] evidencia-se que as políticas públicas que impulsionam o empreendedorismo são de enorme importância para o desenvolvimento de uma nação. Ao criar o programa do microempreendedor individual, foi possível impulsionar a criação de novos negócios, assim como tirar da informalidade uma gama de brasileiros que exerciam sua atividade de maneira informal.

A formalização MEI é de suma importância para o desenvolvimento social, na medida em que garante que as pessoas que trabalham por conta própria tenham a possibilidade de ter acesso aos direitos previdenciários. Dentre os benefícios que podem ser requeridos pelos MEIs destacam-se salário-maternidade e auxílio-doença, bem como o direito à aposentadoria tanto por idade quanto por invalidez, seguro por acidente de trabalho, bem como pensão de morte e auxílio-reclusão.

O salário-maternidade é previsto pela Lei no 10.710, de 5 de agosto de 2003, que em seu Art. 71 afirma que é devido à segurada da Previdência Social, durante 120 (cento e vinte) dias, com início no período entre 28 (vinte e oito) dias antes do parto e a data de ocorrência deste, observadas as situações e condições previstas na legislação no que concerne à proteção à maternidade. No que se refere, a MEI, esse auxílio será recebido, se houver 10 meses de contribuição mínima e concede 4 meses de licença do trabalho (ARAÚJO; ANJOS, 2021).

Com a formalização, o MEI tem direito também ao auxílio-doença, segundo a Lei nº 8.213, de 24 de Julho de 1991, que em seu Art.59, diz ser devido ao segurado que, havendo cumprido, quando for o caso, o período de carência exigido nesta Lei, ficar incapacitado para o seu trabalho ou para a sua atividade habitual por mais de 15 (quinze) dias consecutivos (BRASIL, 1991). No caso, do MEI, é necessário 12 meses de contribuição mínima pra poder usufruir do benefício.

A aposentadoria por idade também é um benefício que pode ser concedido ao MEI. De acordo com Oliveira (2023) trata-se de um benefício concedido pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) aos trabalhadores que alcançam a idade mínima necessária para se aposentar e possuem um determinado tempo de contribuição.

Atualmente, a regra é de 62 anos para as mulheres e 65 anos para os homens, tendo em vista a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. Essa nova regra está em vigor desde a reforma da Previdência de novembro de 2019. O MEI tem direito a essa aposentaria, desde que tenha no mínimo 180 meses de contribuição.

A aposentadoria por invalidez, segundo o Art. 42, da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, será devida ao segurado que, estando ou não em gozo de auxílio- doença, for considerado incapaz e insusceptível de reabilitação para o exercício de atividade que lhe garanta a subsistência, e ser-lhe-á paga enquanto permanecer nesta condição (BRASIL, 1991). Para o MEI obter a aposentadoria por invalidez, é necessário, sendo contribuição mínima de 12 meses (ARAUJO; ANJOS, 2021).

A partir da formalização, a família do MEI também pode requer, em caso necessário, auxílio-acidente, pensão por morte e auxílio-reclusão, e estes não possuem uma quantidade mínima determinada de contribuição. A possibilidade de requerer esses benefícios por parte do MEI tem um caráter de cidadania, pois visa atender às pessoas que não possuem vínculo empregatício e que dificilmente poderiam requerer tais benefícios.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho discutiu sobre a realidade da formalização MEI para as pessoas que trabalhavam na informalidade, assim o estudo mostra a legislação aplicada, bem como vantagens, desvantagens e benefícios.

A possibilidade de um porte de empresa que se adeque as necessidades dos pequenos empreendedores informais, nasceu do próprio contexto brasileiro, no que se refere, principalmente a falta de postos de trabalhos para todos. Como forma de sobrevivência, e optando pelo empreendedorismo por necessidade, muitas pessoas iniciaram seus negócios, mas sem a existência de direitos, principalmente previdenciários.

Diante disso, a Legislação MEI, por meio Lei Complementar nº 128 de 19/12/2008, assegura a legalidade dos pequenos empreendedores e se difere de outros portes de empresa, quando se trata do faturamento bruto mensal e anual e o processo de formalização. A abertura de uma empresa MEI, é bem simples e pode ser feita diretamente pelo site, apenas com necessidade dos documentos pessoais.

A partir da pesquisa realizada foi possível evidenciar algumas vantagens da formalização MEI, as quais se destacam principalmente o processo de formalização, que é bastante simples e pode ser feito por qualquer pessoa com conhecimentos básicos de informática.

Outra vantagem diz respeito a possibilidade de Empréstimos e Financiamentos junto ao Banco do Brasil e Caixa Econômica, que os MEIs podem utilizar como capital de giro ou mesmo para compra de equipamentos. A Emissão de Notas Fiscais também é bastante vantajosa, pois demonstra o compromisso do MEI em permanecer na legalidade. Com a formalização, o MEI ainda tem a possibilidade de participar de Licitações do Governo, ofertando serviços ou produtos.

Entretanto vale pontuar que a formalização MEI também apresenta algumas desvantagens como o custo alto para alterar ou fechar custos de uma empresa, também a limitação de contratação de apenas um funcionário, o que impede a abertura de outras loja e por fim a determinação de contribuição mínima para a solicitação dos benefícios previdenciários e impedimento de ter sócios e abrir filiais, pois há um faturamento anual fixo.

A formalização MEI cumpre um objetivo primordial de tirar da informalidade e de permitir o acesso a benefícios previdenciários, sendo assim todo MEI, obedecendo os critérios estabelecidos de contribuição mínima pode requerer o salário-maternidade e auxílio-doença, assim como também tem direito à aposentadoria por idade ou por invalidez, seguro por acidente de trabalho, pensão de morte e auxílio-reclusão.

Este estudo permite compreender que a formalização é de suma importância para aquelas pessoas que optaram seja por necessidade ou por oportunidade em investir em seus próprios negócios, pois assim estarão amparados pela legislação vigente.

## REFERÊNCIAS

- [1] ARAGÃO, José Wellington Marinho de; MENDES NETA, Maria Adelina Hayne. **Metodologia Científica**. Salvador: UFBA, Faculdade de Educação, 2017.
- [2] ARAÚJO, Fabrício Maximiano; ANJOS, Mayara Abadia Delfino dos. A importância da Contabilidade para o Microempreendedor Individual (MEI). **GETEC**, v. 10, n. 33, p.16-29, 2021.
- [3] ARRAIS, Isabella da Silva; PAVIM, Vinicius Campanholo; SIQUEIRA, Júlio Cesar. Legislação do Microempreendedor Individual: especificidades e benefícios ao empresário. **Revista Científica do Centro Universitário de Jales**, v. 8, p. 63-78, 2016. Disponível em: <http://reuni2.unijales.edu.br/>. Acesso em 10 Jul. 2022.
- [4] BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília: Subchefia para Assuntos Jurídicos, 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp128.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm). Acesso: 10 nov. 2022.
- [5] BRASIL. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Disponível: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8213compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213compilado.htm). Acesso em 01 Abr. 2023.
- [6] BRASIL. Lei nº 10.710, de 5 de agosto de 2003. Altera a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, para restabelecer o pagamento, pela empresa, do salário-maternidade devido à segurada empregada gestante. Brasília: Senado Federal, 2023. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.710.htm#:~:text=%22Art.,concerne%20%C3%A0%20prote%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20maternidade](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.710.htm#:~:text=%22Art.,concerne%20%C3%A0%20prote%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0%20maternidade). Acesso 01 Abr. 2023.
- [7] CHUPEL, Jéssica Fernanda; SOBRAL, Elvio; BARELLA, Lauriano Antonio. A importância da contabilidade para microempreendedor individual. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Faculdade de Alta Floresta, Alta Floresta, 2014.
- [8] FARIA, Bruno Silva. et al. Perfil do Microempreendedor Individual: uma análise na cidade de Volta Redonda. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 7, 2015. **Anais...** Resende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2015.
- [9] FARIAS, Dehora Souza de. As vantagens e desvantagens do MeI – Microempreendedor Individual. **Revista Processus Multidisciplinar**, ano 3, v. 3, n. 6, jul./dez., 2022.
- [10] GOMES, Rafaela da Silva. Análise do perfil do Microempreendedor Individual – MEI no DF. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão Pública, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.
- [11] LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. ed. e reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.
- [12] MORAIS, Maria Aparecida Silva; FEITOSA FILHO, Raimundo Ivan. A Relevância do Contador para o Microempreendedor Individual (MEI). **Rev. Mult. Psic.**, v.13, n. 43, p. 480-489, 2019.
- [13] MOREIRA, Elisângela da Silva. O Perfil do Microempreendedor Individual Nacional. **Revista Tecnológica da FATEC-PR**, v. 1, n. 12, jan./jun., p. 16-22, 2021.
- [14] NASCIMENTO, Larissa Souza, et al. Microempreendedor Individual e as vantagens da formalização. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 7, n. 2, mai./ago., p. 15-29, 2019.
- [15] OLIVEIRA, Ana Livia de Sá; SILVA, Anderson Carlos da. A importância da Nota Fiscal Eletrônica. 2019. Artigo (Bacharel em Ciências Contábeis) – Centro Universitário de Anápolis, 2019.
- [16] OLIVEIRA, Renan. Aposentadoria por Idade 2023: Quem tem direito. 2023. Disponível: <https://previdenciaria.com/blog/aposentadoria-por-idade/>. Acesso em 01 Abr. 2023.

- [17] PLIZ, Sabrina Elisa. Microempreendedor Individual: uma análise no município de MatoLeitão. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade do Vale do Taquari, Lajeado, 2017.
- [18] PORTAL DO MICROEMPREENDEDOR. Disponível: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.jsf> Acesso: 16 Mai. 2023
- [19] PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- [20] SEBRAE. **Cartilha MEI: passo a passo para realizar os serviços online**. Goiânia: Sebrae GO, 2020.
- [21] SEBRAE. **Minha primeira Licitação**. Rio de Janeiro: Sebrae RJ, 2015.
- [22] SEBRAE. **Perfil do MEI: conheça as características do Microempreendedor Individual**. [S.L]: Sebrae Nacional, 2022.
- [23] SILVEIRA, Denise Tolfo Silveira; CORDOVA, Fernanda Peixoto. A Pesquisa Científica. In: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- [24] SOUZA, Angélica de Souza; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v.20, n. 43, p. 64-83, 2021.

# Capítulo 3

## *Gestão de estoque: controle de estoque e acuracidade: um estudo de caso em um supermercado*

*Antônia Marta Gomes Ferreira  
Maísa Caxias Soares*

**Resumo:** Com o contínuo crescimento da demanda em atender as necessidades dos consumidores, a logística vem ganhando espaço e encurtando caminhos, trazendo novas perspectivas para o mercado competitivo. Dessa maneira as organizações estão preocupadas em fazer a gestão de seus estoques para assim obter um nível de acuracidade adequado. Com isso surgiu a seguinte problemática: Como uma organização pode manter o nível de acuracidade e o controle dos itens de seu estoque? Sendo assim teve como objetivo geral: Analisar estratégias para manutenção do nível de acuracidade dos itens de estoque da empresa pesquisada. E a metodologia aqui aplicada foi através da pesquisa bibliográfica, quanto aos objetivos é denominada exploratória, quanto os procedimentos é visto como estudo de caso onde houve uma entrevista com o gestor da empresa, e quando se refere a abordagem o artigo é definido como qualitativo. Após o levantamento das informações os resultados obtidos desse estudo foram alcançados, para isso foram usadas ferramentas para solucionar os problemas identificados, proporcionando o aumento da acuracidade do estoque e sanando assim as divergências encontradas no setor de estoque.

**Palavras-chaves:** Gestão de estoque, acuracidade, controle de estoque, inventario, estoque.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente as fronteiras foram superadas pela globalização, as informações estão cada vez mais rápidas com avanço da tecnologia bem como as tendências e o comportamento dos consumidores, mediante a isto, para os profissionais de logística, é desafiador suprir essas crescentes demandas, sem mencionar a disputa de mercado cada dia mais acirrada, assim as organizações ficam cada vez mais obrigadas a manterem a acurácia de seus estoques, pois é uma atividade essencial para a competitividade da empresa, sendo assim buscar inovações e qualificações de seus profissionais com o objetivo de satisfazer o desejo dos seus clientes bem como obtenção lucros.

Neste sentido, há necessidade de se obter segurança nas informações dos estoques, podendo dizer que a acuracidade de um estoque deixou de ser uma atividade meramente simples passando, portanto para um processo importante nas organizações, seus resultados interferem na tomada de decisão da empresa, por esse motivo deve ser gerenciadas as informações relativa a acuracidade, com isto surge a seguinte problemática: Como uma organização pode manter o nível de acuracidade e o controle dos itens de seu estoque?

Dessa forma, para que se obtenha o resultado esperado para a devida problemática, foi definido o objetivo geral do presente artigo, que é: Analisar estratégias para manutenção do nível de acuracidade dos itens de estoque, desse modo destaca-se os objetivos específicos do referido estudo, nos quais são: Compreender os conceitos de controle de estoque e acuracidade; Identificar estratégias para manutenção do nível de acuracidade e Propor soluções efetivas para a manutenção do nível de acuracidade dos itens de estoque.

Assim o presente artigo justifica-se que no mercado competitivo vivenciado atualmente, a empresa que não possui um controle de estoque adequado corre o risco de sofrer com perdas de produtos gerando desperdícios e conseqüentemente trazendo grandes prejuízos, afetando desse modo o capital de giro da empresa, comprometendo a competitividade da mesma no mercado em que atua, mediante a concorrência, desse modo destaca a importância do controle de estoque e acuracidade sendo necessário para a obtenção de informações gerenciais confiáveis e evitando prejuízos organização, pois o estoque exerce um domínio grande na lucratividade da organização, sendo um fator potencial na geração dos lucros.

Diante do exposto a metodologia usada para a construção do estudo é denominada exploratória quanto a seus objetivos, e quanto os procedimentos é considerado um estudo de caso, pois houve uma entrevista com o gestor da organização para coletar os dados relacionados a empresa, e para assim dar continuidade com o trabalho, foi realizado pesquisas em livros sites acadêmicos e artigos científicos, por esse motivo o estudo passa a ser bibliográfico, e quando se refere em abordagem o trabalho é definido como qualitativo, pois teve descrição do problema enfrentado pela organização.

Esta pesquisa foi dividida em três partes: a primeira parte é apresentado todo o referencial teórico pesquisado no Google acadêmico sobre a temática controle de estoque e acuracidade, seus conceitos, as ferramentas e sua importância dentro da organização, a segunda parte é apresentado a metodologia utilizada nos procedimentos referente os métodos usados, e também a caracterização do objeto pesquisado e na terceira parte apresenta a proposta encontrada como solução e o seu planejamento.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. GESTÃO DE ESTOQUE

Entende-se por estoque toda e qualquer quantidades de materiais que sejam armazenados e conservados, de maneira improdutiva por um certo período limite, institui com estoque todos os materiais acabados que esperam a distribuição para ser exposto ao consumidor, e como matéria-prima todo o elemento que esperam a utilização para ser produzidos, no ponto vista operacional os estoques permitem uma economia na produção e regulam as diferenças de ritmos como fluxos de entrada e os fluxos de saída (CARDOSO ET AL, 2020).

Sendo assim, a gestão de estoque se dar quando a empresa alcança e promove a organização e consegue ter o controles dos seus produtos em um definido local e tempo, assim é possível entender melhor suas demandas e também determinar quais as necessidades de reabastecimento para que não falte mercadorias pois estoque baixo significa instabilidade com o cliente, enquanto na visão financeira, estoques altos significa dinheiro parado podendo assim representar prejuízo para o caixa da empresa.

Dentro do cenário competitivo vivenciado atualmente, as organizações precisam se atualizar e se reinventar constantemente para evoluir, buscando não ser deixadas para trás, e um dos processos que contribui para isso é o logísticos fazendo toda diferença na gestão de estoque sendo um conjunto de atividades com o intuito de atender as necessidades d e demandas de material com maior eficiência e o menor custo possível, tendo como objetivo a busca constante do equilíbrio entre o nível de estoque ideal e a redução dos custos gerado pelo estoque ( SANTA ANA, 2021).

Neste fundamento gestão de estoque é dividida em planejamento, controle e retroalimentação, onde o planejamento é a determinação das datas para chegada e para a saída dos produtos do estoque, o controle tem o papel de registrar dados reais correspondente ao planejamento e a retroalimentação, tem como função a comparação dos dados de controle e planejamento, para assegurar os resultados do controle e do planejamento, caso haja algum desvio, pode-se detectar e tratar de maneira a tornar o processo mais eficiente.

Gerir os estoques significa, executar um conjunto de atividades, envolvendo as fases de planejamento, execução e controle tantos dos materiais quanto dos fluxos de dinheiro e informação associados a toda movimentação física (ACCIOLY et al, 2019). No estoque deve se considerar os aspectos da gestão de demanda, administração de transporte e o espaço físico disponível para o armazenamento de materiais para que o fluxo ocorra no tempo certo garantindo que os procedimentos sejam efetivados com eficácia e qualidade.

Por outro lado a ineficiência na gestão de estoque pode causa sérios problemas para a empresa, correndo o risco de perda da produtividade, erros de expedição, perda de dinheiro que é representado pelo investimento na compra, retrabalho causando o aumento de custos e comprometendo o relacionamento da empresa com o cliente e a redução da produtividade, havendo falhas de processos nesse setor pode comprometer seriamente a saúde financeira da empresa podendo levar até mesmo a falência.

A princípio pretendendo buscar a harmonia entre a quantia de estoque e a demanda, ocorre a necessidade da aplicabilidade das ferramentas da gestão de estoque, estas ferramentas buscam estabelecer os valores do estoque ao longo do tempo, como a identificação das quantias de entrada e das saídas, dos pontos de fornecimento para

maximizar a disponibilidade das mercadorias, a tendência de implementar ferramentas da gestão de estoque para o melhoramento dos procedimentos logísticos, aumentando dessa maneira a produtividade da organização, assim como a satisfação do cliente, além da facilidade de controlar a rotina dos estoques, são essenciais para a definição, a classificação e a conferência do estoque (UCHOA, 2021).

Dado o exposto a gestão de estoque, além de ser importante permite a execução dos processos da organização, possuindo uma participação significativa na competitividade da empresa, por essa razão as decisões não deve ser restringidas a penas aos níveis intermediários, pois perderia a visão estratégica, podendo prejudicar o alcance dos objetivos da empresa, assim é de suma importância que a alta gestão da empresa sistematize as metas e métricas quantificáveis para ordenar os procedimentos das distintas áreas, caminhando para uma gestão participativa, reduzindo assim os conflitos de preferências. O quadro 1 apresenta as ferramentas para gestão de estoque:

**Quadro1:** ferramentas para gestão de estoque

TIPOS	CONCEITOS
Curva ABC	Curva ABC é um aparato gerencial aplicado para identificar a conjuntura do estoque, é dividido em três grupos; Grupo A: em alta 20% dos itens representam 80% das vendas Grupo B: intermediário 30% dos itens representam 15% das vendas Grupo C: em baixa 50% dos itens representam 5% das vendas
PEPS	Os primeiros produtos que entram, são os primeiros a sair do estoque, considerando que as mercadorias vendidas seriam consideradas pelo preço das primeiras compradas.
UEPS	O último a chegar no estoque, mais é o primeiro que deve sair do estoque, consiste nas últimas aquisições para classificar as quantidades vendidas, tem como resultados os estoques finais que são analisados pelos preços das primeiras aquisições.
SYS DPV	O sistema PDV contém seu próprio banco de dados com a capacidade de consultas e atualizações realizadas diretamente no próprio banco de dados do sistema.

Fonte: adaptado de Salles, 2022.

Conforme quadro 1, pode-se afirmar que para a implementação destas ferramentas fica evidente a importância de se conhecer a empresa, através de sua estrutura, recursos e processos, para isso a inserção da empresa no mercado, seus objetivos, metas e estratégias devem ser levantados todos para verificar em que medida elas buscam ou necessitam dessas vantagens competitivas, é possível o alcance dessas vantagens com o investimento em tecnologias, reduzindo o tempo de execução das tarefas, melhor desempenho na performance e a otimização dos processos, obtendo o sucesso na estratégia empresarial.

## 2.2. CONTROLE DE ESTOQUE E ACURACIDADE

A acuracidade de estoque é a ligação matemática de correspondência através de princípios sistemáticos e dos valores do inventário, é um dos índices da logística de performance que está de modo direto ligado a um procedimento flexível, adequado e de qualidade, obtendo assim os benefícios de que não falte as mercadorias e que nenhum item venha a ficar parado ou amontoado durante muito tempo, possibilita um melhor planejamento de crescimento, ajudando a aumentar as vendas e diminuindo as perdas por

conta de mercadorias extraviadas, garante a entrega ao cliente dentro do prazo trazendo maior produtividade e eficiência para empresa (MACEDO, 2022).

Dessa forma, a acuracidade é de suma importância é através dela que se obtém a certeza de tudo que se mantém no sistema utilizado pela organização e no físico, com informações confiáveis dos itens sobre sua localização e o prazo de validade, evitando assim perdas de produtos, e que os colaboradores percam horas preciosas percorrendo o depósito para conferir item por item, sendo necessário que as informações adquirida no estoque físico seja extremamente compatíveis com as informações que estarão registrada no sistema de controle de mercadorias da empresa (NASCIMENTO e LANZOTTI, 2022).

Todavia a movimentação interna dos produtos no estoque da organização merece um cuidado especial, devendo está totalmente envolvida com o planejamento e o controle das mercadorias, para suprir suas necessidades quantitativas e qualitativas no momento exato, pois nesse sentido é de suma importância a acuracidade nos estoque, garantindo o suporte das informações com exatidão e eficácia desse fluxo que continuo, para que não aja faltas que paralise o andamento do fornecimento dos produtos aos consumidores.

Nesse sentido é de suma importância a empresa fazer práticas para manter o controle dos seus processos, no controle de estoque para saber a quantidade de tudo o que se tem armazenado, sendo necessário a realização de inventários para conferencia dos itens, para identificar se realmente o estoque físico possui a quantidade de produtos que existe no sistema, podendo ser feito a contagem se tudo condiz com as informações apuradas sobre os produtos cadastrados no sistema, podendo ser feito a realização de inventários de estoque, com o objetivo de ajudar a empresa reduzir as perdas de mercadorias, também ajudando a garantir que tenha em seu estoque tudo que precisa para atender as demandas do mercado, e além disso com o inventario em dia a empresa consegue identificar o desvio de itens (BELISARIO e RODOLPHO, 2022).

Dado o exposto o inventario de estoque tem como objetivo principal a minimização das perdas principalmente de itens perecíveis, ajudando a garantir que a organização tenha armazenado tudo que necessita para manter o fluxo, buscando atender as demandas com os produtos para a comercialização, reduzindo os desperdícios e evitando custos desnecessários para o capital da empresa, uso de inventários de estoque promove a organização vários benefícios, como o melhoramento no atendimento aos clientes, melhor organização no estoque, reduzindo os desperdícios e a redução dos custos.

Pode-se mencionar que inventario é a contagem de todos os itens de um estoque, uma das funções principais é o levantamento real da situação de estoque analisando se há divergência entre o físico e o registro, para se obter bons resultados em inventario é necessário ter um bom planejamento e preparação, para que não aconteça erros comprometendo a acuracidade do estoque, reduzindo prejuízos e aumentando o lucro através da minimização das perdas melhorando a competitividade (COVIC et al., 2022).

Posto isso, diante dos métodos utilizados para um melhor controle de estoque, destaca-se os inventários, que tem o trabalho de fazer o levantamento de tudo que está estocado, com o intuito de realizar os processos necessários para manter o nível de acuracidade, esses processos e informações garante grande eficiência na atividade de realização de inventários, a seguir no quadro 2 com os tipos inventários:

**Quadro 2:** Tipos de inventários de estoque

Tipo	Função	Objetivo
Geral	Executa a conferência das mercadorias com as operações da empresa paralisada, para que seja contado todos os itens de uma só vez.	Auxiliar a organização a minimizar as perdas das mercadorias, principalmente quando são produtos perecíveis.
Rotativo	Realiza a contagem diariamente ou semanalmente de modo que os itens em estoque sejam contados com a empresa em andamento em uma frequência de acordo com seus respectivos valores.	Minimizar as causas das diferenças que existe entre estoque físico e o sistema, elevando o aumento da acuracidade no estoque.
Periódico	Atuar na conferência dos itens do estoque várias vezes por ano para identificar a localização com exatidão de cada produto que tem estocado.	Confrontar a realidade física do estoque com o sistema.

Adaptado de Silva et al., 2020.

Os inventários são importantes ferramentas para manter a acuracidade do estoque, dando confiabilidade nas informações levantadas sobre os itens disponíveis que a empresa possui armazenado, para serem comparados com o sistema, pois os estoques representam o ativo principal da organização e necessita de um controle eficaz para a obtenção do nível alto da acuracidade do estoque, evitando prejuízos e aumentando lucros através da minimização das perdas e melhora na competitividade da empresa (FREITAS et al, 2020).

## 2.3. FERRAMENTAS GERENCIAIS

### 2.3.1. ANÁLISE SWOT

Para Speth (2023) a Analise Swot tem como funcionalidade principal estudar os fatores internos e externos da organização, revelando os seus pontos fortes e seus pontos fracos para assim confrontar com todas as chances que o mercado vem a oferecer e com as possíveis ameaças, podendo assim prejudicar a organização no decorrer de seu desenvolvimento, é uma importante ferramenta da qualidade, pois consegue evidenciar em quais pontos a organização tem mais progressão e em que lugar precisa evoluir, pois consegue aproveitar ótimas oportunidades de preservar a organização para esta sempre em alerta com as possíveis dificuldades que venham a surgir ao longo de sua atuação no mercado.

### 2.3.2. MATRIZ G.U.T

Segundo Tozzo, Silva e Spósito (2022) essa ferramenta analisa três aspectos, gravidade é o quanto o ponto falho afeta a empresa e sua rotina, urgência em que deve ser resolvido esse ponto falho e a tendência dessa falha em aumentar e prejudicar cada vez mais a organização, para cada aspecto analisado, deve-se atribuir uma pontuação de 1 a 5 de acordo com a questão analisada descrita em uma tabela que classifica os problemas com base em cada variável, através das notas baseia-se o impacto que cada problema tem, por tanto a equipe ou a pessoa que vai avaliar os aspectos deve ter o conhecimento técnico e uma visão abrangente para poder classificar cada ponto com a prioridade que ele necessita.

### 2.3.3. 5 POR QUÊS

De acordo Vieira et al. (2021), os 5 por quês é uma ferramenta utilizada para achar as causas-raízes de uma falha ou um problema, resume-se na repetição da pergunta por que até pelo menos umas cinco vezes, constantemente a primeira solução do problema não é o motivo principal, e fazendo o questionamento por quê por diversas vezes, vai se tornando reveladas as diferentes causas para o problema, e a partir de então determina-se a causa definitiva do defeito e os tipos de danos, e quais seriam os ajustes necessários a serem implementados para a resolução do devido problema.

### 2.3.4. 5W2H

Na visão de Pereira (2020), a ferramenta 5W2H consiste em uma série de ações direcionadas a problemas presentes em processos ou serviços, permitindo identificar as rotinas e dados mais importantes de projeto, identificando seus problemas e fazendo os apontamento das soluções, possibilita também enxergar quem são todos dentro da empresa, o que desempenha e porque executa determinadas atividades, a ferramenta é constituída de sete questionamentos, aplicados para implantar as soluções, é um método simples, porém poderoso, para auxiliar na análise e no conhecimento sobre determinado processo.

## 3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a realização da pesquisa, quanto os objetivos são considerados exploratória, pois busca descrever um fenômeno que está acontecendo dentro da organização e quanto aos procedimentos assume um formato de estudo de caso, porque foi realizada em uma empresa especifica, onde houve uma entrevista com o gestor e a partir de então foram coletados os dados a respeito da empresa.

Além disso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica usando assim como fonte de busca, livros e artigos científicos pesquisado através de sites acadêmicos para ampliar a visão sobre o conhecimento de controle estoque e acuracidade, em termo de abordagem o estudo é identificado com qualitativo havendo assim interpretação e descrição do problema do estudo observando a real situação da organização.

A pesquisa assume caráter qualitativo, no qual González (2020), afirma que o estudo qualitativo assume um lugar entre as possibilidades de estudar os fenômenos visando descrever e traduzir, expressando o sentido dos acontecimentos do mundo social, estabelecido em diversos âmbitos, havendo características básicas para identificar os estudos denominados qualitativos, geralmente esse estudo procura seguir com rigor um plano previamente estabelecido.

Nesta concepção o fenômeno deve ser melhor percebido na conjuntura que ocorre e no qual faz parte, devendo ser feita uma análise em uma perspectiva composta, o pesquisador vai a campo busca informações do fenômeno que está sendo estudo, através da perspectiva dos indivíduos nele envolvidos, pensando em todos os pontos de vistas pertinente, diferentes tipos de dados serão avaliados para se entender fenômeno.

Na presente pesquisa sobre o uso das ferramentas, primeiro foi utilizada a Análise SWOT como forma de identificar as fraquezas da organização, logo após foi aplicado a Matriz G.U.T para assim priorizar os problemas enfrentado pela organização, depois foi

usado os 5 Por Quês para encontrar as causas-raízes vivenciado pela empresa pesquisada, e para o planejamento das soluções foi utilizada a ferramenta 5W2H.

### **3.1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

Esta pesquisa será realizada em um supermercado localizado na região norte em Tefé, no estado do Amazonas. O empreendimento iniciou suas atividades em 2017, em um pequeno espaço e com apenas dois colaboradores, atuando no segmento de descartáveis e produtos para lanchonetes. Com o intuito de atender às necessidades da demanda de mercado, o gestor do supermercado decidiu ampliar o mix de produtos e expandir os negócios, direcionando-se ao ramo alimentício e, posteriormente, tornando-se um supermercado. Em fevereiro de 2018, a empresa mudou-se para um espaço maior, reformado e adaptado para melhor atender aos clientes. Em outubro de 2020, mesmo em meio às dificuldades impostas pela pandemia da COVID-19, a empresa abriu uma filial, procurando sempre atender o cliente da melhor maneira possível e deixá-los contentes com as mercadorias e serviços ofertados.

Atualmente, a empresa conta com 80 colaboradores e busca continuamente o bem-estar de seus funcionários, controlando e minimizando os riscos associados aos seus processos e assegurando a integridade física de todos os colaboradores. No ambiente de trabalho, a cooperação, coesão, difusão do conhecimento e desenvolvimento profissional e humano são estimulados. A empresa mantém relações de confiança baseadas na lealdade, no respeito e no equilíbrio entre os colaboradores e clientes.

A missão da empresa é garantir produtos e serviços de qualidade, excelência no atendimento, antecipar tendências e mix de produtos da loja, prevendo e atendendo às necessidades e expectativas dos clientes, com o objetivo de conquistá-los e idealizá-los. A visão da empresa é continuar expandindo e solidificando os negócios de maneira honesta, gerando oportunidades de emprego e valor na vida das pessoas.

### **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

No início do estudo foi realizada uma entrevista com o gestor da empresa, visando entender a real situação que organização enfrenta no dia a dia, com a possibilidade de aprofundar o conhecimento sobre as problemáticas encontradas, para assim trazer as soluções que a empresa precisa, a partir de então foram identificados os problemas através de Análise SWOT, problemas esses que foram relatados pelo gestor e estão demonstrados no quadro 3 abaixo:

**Quadro 3: Análise SWOT**

		PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
Fatores Internos	<b>FORÇAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrutura ampla.</li> <li>• Preços baixos.</li> <li>• Atendimento com rapidez.</li> <li>• Entregas no prazo.</li> </ul>	<b>FRAQUEZA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de controle no estoque.</li> <li>• O sistema difere do físico.</li> <li>• Falta de organização do estoque</li> <li>• Falta de comunicação com outros setores.</li> </ul>
	<b>OPORTUNIDADE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratação de pessoal especializados.</li> <li>• Adotar novas tecnologias para melhoramento dos processos.</li> <li>• Acompanhar as tendências que surge no mercado.</li> <li>• Solidificar parcerias com bons fornecedores.</li> </ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência</li> <li>• Novas tendências de mercado</li> <li>• Crise econômica</li> <li>• Público Alvo</li> </ul>
Fatores Externos			

Elaborado pelo autor, 2023.

Conforme quadro 3 acima da Análise SWOT, o ambiente interno é de extrema importância, é durante esta análise que a organização realiza a verificação, de suas forças e das suas fraquezas, e apresentar como podem afetar a organização, assim foi identificado que a empresa possui muitas forças, muitas vantagens, mas também apesar disso, apresenta muitas fraqueza principalmente no setor de estoque, com o suporte nos conhecimentos obtidas da organização, podendo ser elaborado novos planejamentos para o aumentando de sua vantagem competitiva, potencializando suas forças para aumentar sua participação no mercado.

E a partir das problemáticas identificadas será feita uma priorização na ferramenta matriz G.U.T, fundamentada na análise de todas as problemáticas atribuindo notas, para assim orientar nas providencias que serão tomadas, ajudando a organização determinar seu planejamento, colocando os mais importantes acompanhando as consideração da gravidade, da urgência e da tendência, das problemáticas que foi obtido a maior pontuação para ser tratadas como prioridades, no qual o gestor poderá solucionar os problemas de acordo com a gravidade, urgência e tendência forme o quadro 4 abaixo:

**Quadro 4: Matriz G.U.T**

Problema	G	U	T	GxUxT	Ordem
Falta de controle no estoque.	5	5	5	125	1
O sistema difere do físico.	5	5	4	100	2
Falta de comunicação com outros setores	5	5	3	75	3
Falta de organização do estoque	4	4	3	48	4

Elaborado pelo autor, 2023.

Conforme o quadro 4 acima da matriz G.U.T, o principal problema encontrado foi a falta de controle de estoque, por isso o desenvolvimento desse quadro foi de fundamental importância para que todos os problemas identificados, sejam priorizada as soluções para os problemas expostos, também é possível entender cada ação e priorizar

de acordo com a ordem de cada uma das problemáticas, para que seja direcionados as estratégias para solucionar os problemas. De acordo com a tabela 5 abaixo dos 5 por quês, como já foi identificada a problemática, e classificada como grave, vai ser aplicado o método dos 5 por quês com o intuito de detectar as causas-raízes dos problemas para gerar soluções eficientes, veja abaixo a análise das causas-raiz no quadro 5 a segue:

**Quadro 5: 5 Por Quês**

Problemas	Por que?	Por que?	Por que?	Por que?	Por que?	Contramedida
Falta de controle no estoque.	Falhas nas informações.	Não registra todas as movimentações.	Não realiza contagem dos itens do seu estoque.	A mão de obra não está qualificada	Empresa não realiza treinamento.	Treinamento para uso do sistema
O sistema difere do físico.	Devido a falta de controle no estoque.	Falta de realização de inventários,	A empresa não cobra esse controle dos funcionários	A empresa ainda não adotou essa prática.		Adotar prática de inventário rotativo
Falta de comunicação com outros setores.	Não há informações sobre as vendas.	Não são repassadas essas informações.	Não exigida	Não há comunicação.		Integrar as informações entre os setores.
Falta de organização do estoque	Os itens estão em desordem.	Porque não sabem.	Não há uma arrumação.	Não há um padrão a ser seguido.	Não há um sistema de categorização e organização definido.	Categorização de estoque.

Elaborado pelo autor, 2023.

Assim após a análise das causas-raízes baseado no quadro acima dos 5 por quês, foi possível observar individualmente as principais causas prejudiciais da empresa que tendem a atrapalhar o crescimento da organização, para cada um dos problemas, que foram levantado nas fraquezas da empresa foi feita uma tratativa, para assim buscar uma contramedida provendo ações estratégicas para solucionar os problemas.

#### 4.1. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

De acordo com a identificação de causas das problemática que foram evidenciadas no 5 Por Quês, esta pesquisa propôs algumas soluções, que a empresa possa implantar futuramente, afim de trazer melhorias em seus processos, conforme detalhamento do quadro 06, 5W2H:

**Quadro 06: 5W2H**

O que?	Por que?	Quem?	Quando?	Onde?	Como?	Quanto?
Treiname nto para uso do sistema.	Para se ter acurácia no estoque.	Para dois funcionários do setor de estoque.	Primeiro semestre de 2024.	No SENAC	Presencial	R\$ 537,00
Adotar pratica de inventários rotativo.	Para controlar o estoque.	Pessoal do estoque.	Para julho de 2023	No deposito da empresa .	Fazendo a conferência dos itens semanalmente.	Não há mais custo a empresa tem pessoal para fazer.
Integrar as informações entre os setores.	Para assegurar a eficácia dos processos.	Para os funcionários da empresa.	Junho de 2023.	Na empresa .	A gerencia estabelecer que os colaboradores recebam mensagem no e-mail institucional sobre os processos a serem executados.	Não há custos a mais pois todos funcionários têm e-mail.
Categoriza ção de estoque.	Para facilitar a localização dos itens de estoque.	Os funcionários que trabalham no estoque.	Junho de 2023	Na empresa.	Presencial os funcionários farão três vezes por semana a organização dos produtos por categorias e mantendo os produtos similares próximos.	Não há custos a mais agregado.

Elaborado pelo autor, 2023.

Conforme o quadro 06 do 5W2H acima com o planejamento das soluções fará com que a empresa possa implantar os resultados encontrados e assim possa obter melhorias significativas em seus processos no controle e acuracidade do seu estoque.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

Com base nos resultados alcançados nesta pesquisa com a proposta de soluções sugerida, espera-se que os procedimentos realizados neste artigo para implantação futura, seja capaz de aperfeiçoar o melhoramento do setor de estoque, pois quanto mais se obtém acuracidade no estoque, mais aumentará sua vantagem competitiva no mercado em comparação as demais organizações, e isso traz uma confiabilidade e proporciona um atendimento de excelência ao cliente, com eficiência e exatidão.

E assim evitando o retrabalho por conta de erros nas conferencias dos itens do estoque e que não venha acarretar prejuízos indesejáveis, na falta do produto em estoque ocasionando atrasos nas entregas, então foi feito o planejamento para verificar o custo de cada ação proposta aqui apresentada afim de ser implantada, para proporcionar melhorias no setor de estoque gerando valor tanto para organização quanto para seus clientes deixando-os satisfeitos e melhorando o fluxo dos processos no setor de estoque tornando-a mais confiável e competitiva no mercado em que atua.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo observou a importância do controle de estoque e acuracidade, e apresenta como problemática o seguinte questionamento, como uma organização pode manter o nível de acuracidade e o controle dos itens de seu estoque? E assim a presente pesquisa respondeu essa problemática, pois foi investigado que fazer o controle do estoque possibilita que a empresa tenha um nível de acuracidade elevado dos materiais estocados, tornando assim a empresa mais competitiva.

Dessa maneira é possível identificar que o uso de ferramentas no controle de estoque como, por exemplo inventários poderão possibilitar um melhor controle e maior detalhamento do estoque, porém só tornará evidente quando os procedimentos adotados forem executados corretamente, com todo o planejamento proposto para a empresa pesquisada, e vale ressaltar que o aumento na acuracidade do estoque demonstrará uma confiabilidade em todos os setores envolvidos.

Dessa forma conclui-se que, para empresa manter-se competitiva no mercado, tem que manter o estoque alinhado usando ferramentas para aumentar o nível de acuracidade, fazendo inventários rotativos de todos os produtos do seu estoque, promovendo aos colaboradores treinamento para o uso do sistema, integrando as informações entre os setores e fazendo a categorização para facilitar a localização dos itens no estoque, para assim se obter um melhoramento contínuo nos processos do setor de estoque da empresa pesquisada.

## REFERÊNCIAS

- [1] ACCIOLY, Felipe et al. **Gestão de estoques**. Editora FGV, 2019.
- [2] BELISARIO, Douglas Jhonata; RODOLPHO, Daniela. A GESTÃO DE INVENTÁRIO PARA EFICIÊNCIA OPERACIONAL E EFICÁCIA DA EMPRESA: um estudo de caso. **Revista Interface Tecnológica**, v. 19, n. 1, p. 400-412, 2022.
- [3] CARDOSO, Guilherme et al. Gestão de estoque e desempenho de empresas brasileiras listadas na B3. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 14, n. 1, p. 118-133, 2020.
- [4] COVIC, Anderson et al. A IMPORTÂNCIA DA ACURÁCIA NO CONTROLE DE ESTOQUES. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 6, p. 747-766, 2022.
- [5] DO NASCIMENTO PAIVA, André Luiz; LANZOTTI, Carla Regina. O IMPACTO DE UM SISTEMA ERP NA GESTÃO DE ESTOQUES. **Revista Interface Tecnológica**, v. 19, n. 2, p. 879-890, 2022.
- [6] FREITAS, Rafael et al. A gestão de estoque nas organizações: uma análise crítica entre a iniciativa pública e a privada. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 9, n. 1, p. 105-122, 2020.
- [7] GONZÁLEZ, Fredy Enrique. Reflexões sobre alguns conceitos da pesquisa qualitativa. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 8, n. 17, p. 155-183, 2020.
- [8] MACEDO, Eduarda Oliveira. Análise da acuracidade de estoques em um supermercado. 2022.
- [9] PEREIRA, Cíntia Beatriz Duarte. A ferramenta 5W2H na análise da inclusão das pessoas com deficiência visual nas escolas municipais. **Revista Educar Mais**, v. 4, n. 3, p. 606-623, 2020.
- [10] SALLES, Alex de Araújo Castro. **Gestão de estoque: estudo de caso em uma microempresa do ramo de distribuição de alimentos da grande Natal/RN**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
- [11] SANTA ANA, Márcio de Freitas. A Curva ABC na Gestão de Estoque. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 5, p. 53737-53749, 2021.

- [12] SILVA, Natália do carmo et al. Gestão de Estoques com Inventário Físico: Um Estudo de Caso de Impactos na Acuracidade de Estoque de uma Rede de Material de Construção. **Revista Mythos**, v. 14, n. 2, p. 7-20, 2020.
- [13] SPETH, Christophe. **A Análise SWOT: Uma ferramenta chave para o desenvolvimento de estratégias empresariais**. 50Minutos. es, 2023.
- [14] TOZZO, Maycon; DA SILVA, Vinicius Ramos Lages; SPÓSITO, Edson Alcebíades. Planejamento Estratégico com uso das Ferramentas SWOT Cruzada, Matriz G.U.T e 5W2H. Um estudo de caso em uma pizzeria. **Revista FIBinova**, v, 2, 2022.
- [15] UCHOA, Lohan dos Santos. **Utilização de ferramentas de gestão de estoque em empresas do segmento de supermercado**. 2021. Tese de Doutorado.
- [16] VIEIRA, Alyny Fernandes et al. ESTUDO ANALÍTICO SOBRE A APLICAÇÃO DAS FERRAMENTAS 5S E 5 PORQUÊS: UMA REVISÃO LITERÁRIA. In: v. 2, n. 2: **II Simpósio Nacional de Engenharia de Produção**. 2021.

# Capítulo 4

## *Nota fiscal eletrônica: a importância das obrigações fiscais para o consumidor final*

*Renata Viana de Souza*

*Meg Rocha da Cunha Serra*

**Resumo:** O referido artigo tem como tema e delimitação a nota fiscal eletrônica: a importância das obrigações fiscais para o consumidor final, buscando evidenciar os benefícios para o cidadão em requerer a sua nota fiscal eletrônica (NF-e) nas suas compras ou serviços e relatar as dificuldades dos empresários para a adesão do sistema de emissão de nota fiscal eletrônica, pois a nota fiscal irá garantir melhor controle de suas operações com vendas, dessa forma, apresentando para a comunidade acadêmica e empresarial o conceito básico de nota fiscal eletrônica, as suas modalidades, seus benefícios para ambas as partes, mostrar também a importância de um profissional capacitada para orientar nessa obrigação de maneira correta, para evitar futuros problemas com os órgãos fiscalizadores. Sabe-se que através das operações de vendas e de serviços que é apurado os valores para o recolhimento de vários impostos, através deste são pagos as despesas administrativas e programas sociais do governo, além do mais a nota fiscal eletrônica tem intuito principal de evitar a sonegação de imposto, um problema que assola vários países, inclusive o nosso Brasil. Esse documento de cunho fiscal, veio para ajudar de maneira geral, tanto estado, empresa e o cidadão.

**Palavras chaves:** Nota Fiscal Eletrônica, impostos, obrigações fiscais.

## 1. INTRODUÇÃO

A Ciência Contábil está ligada inteiramente aos registros dos fatos ocorridos, e para uma boa gestão e controle dos bens de uma empresa de comércio ou serviço, é necessário acompanhar essas variações de entrada e saída de mercadoria ou serviço de uma entidade. E para o consumidor final não é diferente, antes de conhecermos a nota fiscal eletrônica de hoje em dia, a forma de registro era aleatória, sem conhecimento específico, que servia apenas para controle quantitativo para o comerciante (COSTA, 2013).

Com a evolução do homem, existiu a necessidade de criar maneiras para facilitar a gestão das mercadorias e também garantir os direitos e obrigações de ambas as partes, foi criada a nota fiscal eletrônica, que é documento emitido eletronicamente, onde constam todas as informações da empresa, dados do cliente, a descrição das mercadorias ou serviços (COSTA, 2013).

Conforme o portal de SPED- Sistema público de escrituração digital:

“O Projeto Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) foi desenvolvido, de forma integrada, pelas Secretarias de Fazenda dos Estados e Receita Federal do Brasil, a partir da assinatura do Protocolo ENAT 03/2005, de 27/08/2005, que atribuiu ao Encontro Nacional de Coordenadores e Administradores Tributários Estaduais (ENCAT) a coordenação e a responsabilidade pelo desenvolvimento e implantação do Projeto NF-e.”

Contudo, existem duas modalidades de nota fiscal eletrônica, a propriamente dita, a nota fiscal eletrônica – NF-e, e o cupom fiscal – NFC-e, sendo essa destinada ao consumidor final (COSTA, 2013).

Diante desse contexto, surge como indagação da pesquisa: qual a importância e as vantagens da Nota Fiscal Eletrônica e as Obrigações Fiscais para o consumidor final?

O trabalho busca apresentar para a comunidade acadêmica o conceito básico de nota fiscal eletrônica, as modalidades que existem e seus benefícios para a sociedade, evidenciando seus impactos negativos e positivos da emissão e omissão desse documento.

E para o consumidor final ter acesso aos direitos de um produto, a empresa precisa estar de acordo com a legislação do estado que trata sobre a nota fiscal eletrônica e suas modalidades, e para isso ser possível o profissional da contabilidade é a pessoa habilitada para direcionar a empresa da maneira correta dessa obrigação tributária, o ajudando a evitar sonegação de imposto e garantindo o direito do consumidor final, dessa forma, a empresa estará cumprindo uma das obrigações fiscais com o fisco. Através desse documento fiscal, se faz os recolhimentos dos impostos municipais (ISS), os impostos estaduais, e os impostos federais, ou seja, com a emissão da nota fiscal se garante muitos benefícios para a sociedade (COSTA, 2013).

Nesse contexto, o presente trabalho de pesquisa busca demonstrar a relevância da emissão da nota fiscal eletrônica para o consumidor final, motivar o mesmo a solicitar a nota fiscal eletrônica nas compras de casa, nas compras pessoais, nos serviços adquiridos, contribuindo dessa forma para o combate à sonegação de imposto e garantindo os direitos do consumidor final.

Apresenta-se, então, como objetivo geral do trabalho: Destacar a importância da emissão da nota fiscal eletrônica para o consumidor final, e evidenciar as vantagens e desvantagens da omissão desse importante documento. E, como objetivos específicos: apresentar o conceito básico de nota fiscal eletrônica e suas modalidades para o consumidor final; esclarecer a padronização da emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) para melhoria de dados e controle das entradas e saídas de mercadoria ou serviço; mostrar a importância do documento nas compras/serviço garantindo os direitos do consumidor final.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial Teórico do presente trabalho consiste em apresentar os conceitos básicos, modalidades e padronização da Nota Fiscal Eletrônica, assim como também destacar a sua importância nas compras e serviços prestados, garantindo os direitos do consumidor. Ressaltar a importância do documento para o combate à sonegação de imposto, evidenciar os benefícios da arrecadação de impostos através desse documento fiscal.

### **2.1. CONCEITO BÁSICO E MODALIDADES DA NOTA FISCAL-ELETRÔNICA**

Segundo Young (2009, p. 23), a NF-e pode ser conceituada como “um documento de existência apenas digital, com o intuito de documentar, para fins fiscais, uma operação de circulação de mercadoria ou uma prestação de serviço, ocorrida entre as partes”. De acordo com o ajuste SINIEF nº 07/05, em seu Parágrafo Único da Cláusula Primeira, determina o conceito legal da NF-e:

Um documento emitido e armazenado eletronicamente, de existência apenas digital, com o intuito de documentar operações e prestações, cuja validade jurídica é garantida pela assinatura digital do emitente e autorização de uso pela administração tributária da unidade federada do contribuinte, antes da ocorrência do fato gerador. (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2010).

A nota fiscal eletrônica, conforme Young (2009), é um documento que regulariza e comprova a todas as vendas ou serviços prestados por uma organização. Para o controle governamental, existem diversas modalidades de notas fiscais eletrônicas.

- NF-e (Nota Fiscal Eletrônica de Produtos ou Mercadorias);
- CT-e – Conhecimento de Transporte Eletrônico;
- NFS-e (Nota Fiscal Eletrônica de Serviços);
- NFC-e (Nota Fiscal ao Consumidor Eletrônica);
- Cupom Fiscal Eletrônico (CF-e);
- Módulo Fiscal Eletrônico (MF-e);
- MDF-e – Manifesto de Documentos Fiscais Eletrônicos;
- Nota Fiscal Avulsa (NFAe);
- Nota Fiscal Complementar;

- Nota Fiscal Denegada;
- Nota Fiscal Rejeitada;
- Nota Fiscal de Exportação;
- Nota Fiscal de Remessa;

Cada modalidade de nota fiscal mencionada acima possui vantagens, que garantem benefícios para ambas as partes: empresa, consumidor final e governamental, ou seja, a nota fiscal eletrônica é essencial para bom funcionamento do mercado, evitando futuros transtornos com o órgão fiscalizador (PORTAL DO SISTEMA PÚBLICO DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL – SPED, s.d).

## 2.2. PADRONIZAÇÃO DA NOTA FISCAL ELETRÔNICA (NF-E)

O Portal do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED (s.d.) mostra que de uma forma geral, todas as grandes economias tiveram uma preocupação em padronizar seus sistemas de impostos e disponibilizar um sistema eletrônico de emissão de notas fiscais.

Segundo o Portal do Sistema Público de Escrituração Digital - SPED (s.d), a nota fiscal eletrônica passou por várias modificações até chegar na forma atual de emissão de nota fiscal, essa padronização, aconteceu com um projeto pelas secretarias de Fazenda dos Estados e Receita Federal do Brasil, como se encontra descrito no sitio eletrônico da receita federal do Brasil:

O Projeto Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) foi desenvolvido, de forma integrada, pelas Secretarias de Fazenda dos Estados e Receita Federal do Brasil, a partir da assinatura do Protocolo ENAT 03/2005, de 27/08/2005, que atribuiu ao Encontro Nacional de Coordenadores e Administradores Tributários Estaduais (ENCAT) a coordenação e a responsabilidade pelo desenvolvimento e implantação do Projeto NF-e.

A padronização da nota fiscal eletrônica, se dá por meio eletrônico, no qual a organização precisa aderir a um programa de emissão de notas fiscais, outro componente muito preciso é o certificado digital, que é uma assinatura digital, que serve para validar as notas fiscais eletrônicas (PORTAL DO SISTEMA PÚBLICO DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL – SPED, s.d)

Essa padronização de emissão de NF-e, de acordo com o Portal do Sistema Público de Escrituração Digital (s.d), foi um avanço que veio ajudar os contribuintes das organizações, controlando as entradas e saídas de mercadorias ou serviços prestados, e também facilitando a fiscalização sobre as operações fiscais, dessa forma, ajudando na melhoria de compartilhamento de informações entre os fiscos.

### 2.3. IMPORTÂNCIA NF-E NAS COMPRAS E SERVIÇOS PRESTADOS GARANTIDOS OS DIREITOS DO CONSUMIDOR

Muitos consumidores não possuem o hábito de pedir a sua nota fiscal de compra, ou serviços prestados, e isso acontece por falta de informação da importância desse documento fiscal. A nota fiscal é fundamental para garantir os direitos do consumidor. A emissão de uma nota fiscal é uma obrigatoriedade para as empresas, conforme a lei nº 8.846 de 21 de janeiro de 1994 que diz:

Art. 1º A emissão de nota fiscal, recibo ou documento equivalente, relativo à venda de mercadorias, prestação de serviços ou operações de alienação de bens móveis, deverá ser efetuada, para efeito da legislação do imposto sobre a renda e proventos de qualquer natureza, no momento da efetivação da operação.

Dessa forma, de acordo com Castro (2008), é necessário a emissão de nota fiscal para operações de compras, e prestação de serviços, e cabe ao indivíduo exigir a sua nota fiscal, isso o ajudará para que a empresa fique dentro da legalidade e também garantindo o direito básico do consumidor final. E quais são esses benefícios, que a nota fiscal garante?

- Troca do produto, quando o mesmo vier danificado.
- Devolução da mercadoria, para situações em que o produto não satisfizer as necessidades do comprador.
- Reparos ou consertos do produto, quando o mesmo vier com problemas de fábrica.
- Assegurar reclamação nos órgãos competentes do consumidor.
- Segurança em suas compras;
- Participação ao combate à sonegação de imposto;
- Auxiliar na arrecadação de impostos.
- Participação de sorteios, organizados pelos órgãos competentes;

E outras vantagens, essas abordadas acima, são as vantagens básicas da nota fiscal eletrônica, e independente do valor da compra, a empresa tem a obrigação da emissão dessa nota fiscal para o cliente, ao contrário disso, essa ação pode ser caracterizada como crime tributário (LEI Nº 8.137, DE DEZEMBRO DE 1990).

E segundo a lei nº 8.137, de dezembro de 1990:

Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências.

Os crimes tributários estão previstos nessa legislação, no qual o primeiro capítulo indica os crimes tributários, contra a ordem tributário nacional. A emissão da nota fiscal é de suma importância para o consumidor final, a cada compra ou prestação de serviço, solicitando a sua nota fiscal, terá o direito garantido para as ambas as partes. Segundo Castro (2008), os contribuintes terão um mercado mais justo e igualitário, uma vez que reduzirá as possibilidades de sonegação fiscal, proporcionando uma concorrência mais leal entre as empresas.

## **2.4. RESSALTAR A IMPORTÂNCIA DO DOCUMENTO PARA O COMBATE À SONEGAÇÃO DE IMPOSTO**

Sonegação fiscal é crime, é o que diz o art. 1º da lei nº 4.729 de 14 de julho de 1965, descreve várias condutas que caracterizam como crime de sonegação fiscal. Encontra-se embasamento também na lei nº 8.137 de 27 de dezembro de 1990, no qual também define os crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências.

A sonegação fiscal é um problema para o governo, pois consiste em omitir informações com o intuito de reduzir o valor do imposto ou não pagar o imposto integral. Existem maneiras para redução ou omissão desses ganhos, que se dá através de falsificação de informações, não emitindo notas fiscais ou emissão de notas fiscais com valores fraudulentos (LEI Nº 8.137 DE 27 DE DEZEMBRO DE 1990).

Diante disso, a nota fiscal eletrônica tornou-se obrigatória, conforme a lei nº 8.846 de 21 de janeiro de 1994, em seu art. 1º:

A emissão de nota fiscal, recibo ou documento equivalente, relativo à venda de mercadorias, prestação de serviços ou operações de alienação de bens móveis, deverá ser efetuada, para efeito da legislação do imposto sobre a renda e proventos de qualquer natureza, no momento da efetivação da operação.

O documento em questão é de suma importância para combater a sonegação de imposto, como dito, o mesmo serve para registrar as operações de entradas e saída de uma organização, ou garantir o direito do consumidor final em suas compras (LEI Nº 8.846 DE 21 DE JANEIRO DE 1994).

Com isso, é importante a empresa ter um bom Planejamento tributário, para que a organização não pague tanto imposto, e para alcançar esse objetivo, se faz necessário um profissional da área, que é o contador, esse profissional irá estudar a melhor maneira de gestão de imposto, estudo esse que deve estar em conformidade com a lei (CASTRO, 2008). Outra forma de combater a sonegação de imposto, é o comprador final, solicitar em suas compras a nota fiscal eletrônica, pois a mesma irá garantir vantagens individuais e vantagens coletivas (CASTRO, 2008). Existem outras formas de evitar a sonegação de imposto, como aplicação de multa, mas a conscientização da empresa em emitir a nota fiscal de acordo com a lei, e o consumidor final exigir a sua “notinha” é ainda a melhor maneira de ajudar o estado com esse mal, que assola o mundo inteiro (CASTRO, 2008).

## **2.5. EVIDENCIAR OS BENEFÍCIOS DA ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS ATRAVÉS DESSE DOCUMENTO FISCAL**

É inegável a importância da emissão da nota fiscal, sendo que vivemos em um mundo competitivo, no qual se faz necessário ter credibilidade, confiança, controlar os gastos, e para isso é importante se adequar às normas de legislação.

E o imposto, segundo o artigo 16. Do CNT “imposto é o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte”, ou seja, é uma espécie de tributo.

E Tributo, de acordo com o artigo 3º do CNT “tributo é toda prestação pecuniária compulsória em moeda, ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de

ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada”.

A partir dessas definições, entende-se que imposto é um tributo obrigatório, tornando-se uma obrigação para empresas, como para contribuintes finais, e esse pagamento corresponde a alguma atividade vinculada, ou bem adquirido, ou venda de mercadoria e até mesmo sobre prestação de serviços, para que então, possa incidir o cálculo dos impostos e no final o contribuinte fazer o recolhimento do valor devido (CASTRO, 2008). E existem diversos impostos no Brasil, como os impostos federais, impostos estaduais e impostos municipais e esse montante arrecadado, é direcionado para despesas públicas como, saúde, educação, mobilidade urbana, assistência social, entre outros (CASTRO, 2008).

E para essas despesas públicas sejam financiadas, é preciso que as organizações tenham consciência da importância da emissão da nota fiscal, e o indivíduo também tenha consciência de solicitar a sua nota fiscal nas operações de compra, prestação de serviços, pois é por meio deste que os benefícios serão garantidos para toda a população (CASTRO, 2008).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Contabilidade é uma ciência que está ligada inteiramente com as necessidades empresariais e econômicas em manter os negócios e patrimônios estruturados, visando o aumento da lucratividade e sucesso.

Devido a necessidade de haver um controle mais eficaz das mercadorias e serviços, foram criados mecanismos para facilitar esse controle e a gestão do mesmo, como a nota fiscal eletrônica. É um documento, emitido eletronicamente, no qual é a partir dela que são registrados os dados da empresa, descrição das mercadorias e serviços.

A Nota Fiscal Eletrônica, nada mais é do que um documento que existe apenas na forma digital, tendo como o objetivo de registrar e documentar. É um mecanismo que serve para formalizar a venda de produtos e serviços, assim como também documentar operações que envolvam a circulação de mercadorias ou prestação de serviços.

Existem várias modalidades de Nota Fiscal, como mencionadas no referencial teórico, no qual cada uma apresenta suas vantagens para as empresas, consumidores finais e governo. De modo geral, as NF-e são fundamentais no auxílio do excelente funcionamento do mercado, consequentemente evita futuros transtornos com os órgãos de fiscalização.

A escrituração fiscal e a emissão de Nota Fiscal fornecem uma visão clara de todas as movimentações que alteraram positiva ou negativamente o patrimônio e/ou caixa de uma determinada empresa. Dessa forma, os empresários conseguem analisar com precisão a saúde financeira e patrimonial da empresa, assim como também a tomar decisões sobre futuros investimentos.

Com essas informações geradas a partir da escrituração fiscal e emissões de nota, o controle gerencial torna-se mais eficiente, permitindo ao empresário e empreendedores de modo geral a identificar os pontos fracos, traçar estratégias de melhoria ou verificar a necessidade de tomar crédito para crescer ou sobreviver a um período de crise, por exemplo. A escrituração fiscal tem como objetivo demonstrar ao empresário e seus administradores por meio de seus relatórios e índices a verdadeira

situação econômica e financeira da empresa a curto e longo prazo, o processo de crescimento do negócio, se a empresa está atingindo os seus objetivos em qual área de atuação ela está se destacando ou tendo problemas.

Além de facilitar o Controle Gerencial, a escrituração fiscal regularizada ajuda as empresas na solicitação de financiamentos bancários, em busca de expansão de suas atividades, assim como também auxilia nas prestações de contas, participar de licitações públicas, evita erros e fraudes. Visando um maior controle de dados e facilitar as operações comerciais, os sistemas econômicos mundiais se preocupam em padronizar seus sistemas de impostos e dispor de sistemas eletrônico eficazes para emissão de Notas Fiscais.

A nota fiscal eletrônica passou por inúmeras modificações e evoluções até chegar no formato atual de emissão de nota fiscal, essa padronização, aconteceu com um projeto pelas secretarias de Fazenda dos Estados e Receita Federal do Brasil. A padronização da nota fiscal eletrônica, se dá por meio eletrônico, no qual a organização precisa aderir a um programa de emissão de notas fiscais, outro componente muito preciso é o certificado digital, que é uma assinatura digital, que serve para validar as notas fiscais eletrônicas.

Desde o início da implantação do sistema SPED, um dos objetivos do Governo Federal é o de ter maior controle sobre as operações comerciais realizadas em território nacional. Para isso, uma das melhores formas é a padronização das notas fiscais eletrônicas em sistemas operacionalizados pelo próprio Governo Federal. De modo geral, o processo de padronização das Notas Fiscais Eletrônicas foi um grande avanço que veio para ajudar os contribuintes das organizações, assim como também o melhor compartilhamento de informações entre os fiscos.

A nota fiscal é fundamental na garantia dos direitos dos consumidores, esses benefícios são: reparos ou consertos do produto, quando o mesmo vier com problemas de fábrica, troca da mercadoria quando vier com danificações, assim como também estarão contribuindo no combate à sonegação de impostos, auxiliando na arrecadação de impostos, uma vez que serão convertidos em melhorias para a população.

A sonegação de impostos é um dos grandes problemas evitado quando o cliente solicita a nota fiscal. Visto que a sonegação fiscal é considerado crime, de acordo com o art. 1 da lei nº 4.729 de 14 de julho de 1965. Os problemas causados pelo governo afetam diretamente o governo, seja ele municipal, estadual ou federal, pois quando uma empresa omite informações sobre as suas vendas os impostos reduzem, conseqüentemente o arrecadações governamentais caem gradativamente.

Os meios de combater os crimes de sonegação de impostos são os clientes solicitarem a nota fiscal, em todas as compras ou serviços adquiridos, uma vez que irá garantir vantagens individuais e vantagens coletivas. A aplicação de multas, também são fundamentais nesse processo de combate, assim como também a conscientização das próprias empresas em emitirem notas fiscais é crucial.

Arrecadação de imposto traz inúmeros benefícios à economia do país e para toda sociedade, pois os mesmos são convertidos em melhorias para a sociedade como na saúde, educação, segurança, infraestrutura e entre outros. Dessa forma, compreender a importância de se pagar impostos contribui para a criação de uma consciência cidadã. Assim como também as empresas devem ser conscientes em não sonegar impostos, uma vez que tudo é aplicado em melhorias para o país.

#### 4. CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou apresentar a nota fiscal eletrônica, a importância das obrigações fiscais para o consumidor final, visando salientar as vantagens para o cidadão em solicitar a nota fiscal eletrônica (NF-e), assim como também evidenciar as dificuldades dos empresários em aderir o sistema de nota fiscal.

Durante a elaboração do trabalho constatou-se a importância da escrituração fiscal para as empresas, pois fornecem uma visão mais clara de todas as movimentações que alteraram positiva ou negativamente o patrimônio e/ou caixa de uma determinada empresa.

Devido a necessidade de haver um controle mais eficaz das mercadorias e serviços, foram criados mecanismos para facilitar esse controle e a gestão do mesmos, como a nota fiscal eletrônica. É um documento, emitida eletronicamente, no qual é a partir dela que são registrados os dados da empresa, descrição das mercadorias e serviços.

A nota fiscal eletrônica passou por inúmeras modificações e evoluções até chegar no formato atual de emissão de nota fiscal, essa padronização, aconteceu com um projeto pelas secretarias de Fazenda dos Estados e Receita Federal do Brasil. No que se refere a gestão da empresa a escrituração fiscal demonstra ao empresário e seus administradores através de relatórios e índices a real situação econômica e financeira da empresa a curto e longo prazo, a linha de crescimento do negócio, se a empresa está atingindo os seus objetivos em qual área de atuação ela está se destacando ou tendo problemas.

A partir das informações geradas com a escrituração fiscal e emissões de nota, o controle gerencial torna-se mais eficiente, permitindo ao empresários e empreendedores de modo geral a identificar os pontos fracos, traçar estratégias de melhoria ou verificar a necessidade de tomar crédito para crescer ou sobreviver a um período de crise, por exemplo. A escrituração fiscais geram muitos benefícios como facilitar o Controle Gerencial, na solicitação de financiamentos bancários, visando a expansão de seus negócios e atividades, auxilia nas prestações de contas da empresa, participações em licitações públicas, evita erros e fraudes. Com o objetivo de fazer um maior controle de dados e facilitar as operações comerciais, as economias mundiais viram a necessidade em padronizar seus sistemas de impostos e dispor de sistemas eletrônicos eficazes para emissão de Notas Fiscais.

Diante do exposto, quando se trata de Nota Fiscal Eletrônica pode-se dizer foi um grande avanço que veio contribuir para a economia do país, pois geram mais arrecadações. Além disso trazem melhorias para os contribuintes, empresários e população de modo geral, uma vez que há arrecadação de impostos, conseqüentemente há a conversão em benefícios para a sociedade, como investimentos em educação, saúde, infraestrutura, segurança e entre outros.

Após o processo de padronização da Nota Fiscal Eletrônica, foram aderidos programas de emissões de nota, para emissão de certificados digitais, que é uma assinatura digital, que tem como objetivo a validação das notas fiscais.

Desde o início da implantação do sistema SPED, um dos objetivos do Governo Federal é o de ter maior controle sobre as operações comerciais realizadas em território nacional. Para isso, uma das melhores formas é a padronização das notas fiscais eletrônicas em sistemas operacionalizados pelo próprio Governo Federal.

Além das vantagens mencionadas anteriormente, quando há exigência pelo emissão da nota fiscal as empresas são obrigadas e pagarem regularmente seus impostos, evitando assim a sonegação fiscal e omissão de informações. Dessa forma, compreender a importância de se pagar impostos contribui para a criação de uma consciência cidadã. Assim como também as empresas devem ser conscientes em não sonegar impostos, uma vez que tudo é aplicado em melhorias para o país.

De modo geral, pode-se dizer que a arrecadação de impostos trazem inúmeros benefícios para a economia de um país, pois os mesmos são convertidos em melhorias para a sociedade como na saúde, educação, segurança, infraestrutura e entre outros.

## REFERÊNCIAS

- [1] COSTA, Rodrigo Simão da. **Contabilidade para iniciantes em ciências contábeis e cursosafins-5ª ed.**- São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.
- [2] DENZIN E LINCOLN- **Planejamento da pesquisa qualitativa, teorias e abordagens**, atmed 2006.
- [3] BRASIL. **Ajuste sinief 07/05, de 30 de setembro de 2005**. Conselho nacional de política fazendária Confaz, disponível em: [https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/ajustes/2005/AJ007\\_05](https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/ajustes/2005/AJ007_05) acesso em 15/11/2022
- [4] BRASIL. **Lei nº 5.172 de 25 de outubro de 1966**. Lei Código Tributário Nacional. Disponível em > [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5172compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm)> Acesso em 18/11/2022
- [5] REVISTA DA CONTABILIDADE E ORGANIZAÇÕES. **Nota fiscal de serviços eletrônica: uma análise dos impactos na arrecadação em municípios brasileiros** (redalyc.org). Disponível em <https://www.redalyc.org/journal/2352>> acesso em 18/11/2022
- [6] MINISTÉRIO DA FAZENDA. (Brasil). Portal Nacional da Nota Fiscal Eletrônica. 2010. Disponível em > <https://www.nfe.fazenda.gov.br>> Acesso em 18/11/2022.
- [7] BRASIL. **Lei nº 8. 846 de 21 de janeiro de 1994**. Lei Código Tributário Nacional. Disponível em > <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1994/lei-8846-21-janeiro-1994-372223-norma-actualizada-pl.html>> acesso em 19/11/2022.
- [8] CASTRO, MARINA GRIMALDI DE. **SPED - SISTEMA PÚBLICO DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL**. IN: Anais do XVII Congresso Nacional do Conpedi, Brasília, p.1-24. 2008.
- [9] BRASIL. **Lei nº 4.729 de 14 de julho de 1965**. Lei Código Tributário Nacional. Disponível em > [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1950-1969/l4729.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/l4729.htm)> Acesso em 18/11/2022
- [10] BRASIL. **Lei nº 8.137 de 27 de dezembro de 1990**, Lei Código Tributário Nacional. Disponível em > [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8137.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8137.htm)> Acesso em 18/11/2022
- [11] BRASIL. CNT. **Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966**. Artigo 16º Do CNT, disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5172compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm), acesso em 19/11/2022.
- [12] CODIGO TRIBUTARIO NACIONAL. Artigo 3º. Do CTN, disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5172compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm), acesso em 19/11/2022
- [13] BRASIL. **LEI Nº 8.137, DE 27 DE DEZEMBRO DE 1990**. Lei Código Tributário Nacional. Disponível em > [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8137.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8137.htm) > Acesso em 29/11/202
- [14] MINISTERIO PUBLICO DE MATO GROSSO DO SUL, **Aimportância da Nota Fiscal para o consumidor** disponível em > <https://www.mpms.mp.br/noticias/2014/11/a-importancia-da-nota-fiscal-para-o-consumidor#>> acesso em 29/11/2022
- [15] SISTEMA PÚBLICO DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL (SPED). **NF- E, O que é?** Receita Federal. Disponível em: > <http://sped.rfb.gov.br/pagina/show/1328>> acesso em 18/05/2023.

# Capítulo 5

## *Gestão de marca e o comportamento do consumidor: estudo de caso na empresa “A Princesinha”*

*Danna de Souza Viana*

*Maísa Caxias Soares*

**Resumo:** Como forma estratégica para o crescimento dentro do mercado, as empresas buscam adaptar-se às exigências, principalmente dos consumidores. Frente a isso, procuram oferecer mais qualidade em seus serviços e produtos. A partir disto, pode se destacar ainda mais e ter seu reconhecimento adquirido. Nesta empreitada, deixar sua marca registrada confere enormes vantagens, por isso a Gestão de Marca precisa ser recheada de estratégias, buscando a fidelização do consumidor a partir da confiança, bem como seu consumo, garantindo lucros para a empresa. Neste sentido tem-se a seguinte questão norteadora: Qual a importância da Gestão da Marca para criação de vínculos duradouros com os clientes da empresa “A Princesinha”? O presente trabalho objetivou apresentar estratégias de Gestão da marca da empresa "A Princesinha" para criação de vínculos com o consumidor, através da utilização das ferramentas gerenciais (Análise SWOT, Matriz G.U.T., 5 Por Quês e 5W2H). Metodologicamente a pesquisa é de cunho qualitativo explicativo com o estudo de caso, desenvolvida com etapas complementares (revisão bibliográfica, coleta de dados em campo e sua tabulação). Os resultados apontam para uma grande proporção de problemas relacionados a gestão de marca, como a criação tardia e a sua não disseminação. Desta forma conclui-se que a Gestão da Marca dentro da empresa deve seguir estratégias para alcançar seu reconhecimento, além de oferecer produtos e serviços de qualidade, mas também, a partir de sua marca (identidade visual), enquanto elemento simbólico.

**Palavras-Chave:** Gestão de marca, marca, empresa, ferramentas gerenciais, Análise SWOT, Matriz GUT, 5 Por Quês, 5W2H.

## 1. INTRODUÇÃO

A adaptação às mudanças do mercado é uma necessidade primordial para empresas que buscam sucesso em um ambiente altamente competitivo. Para se destacar, é fundamental oferecer produtos de qualidade e criar maneiras de atrair e fidelizar clientes. No entanto, isso nem sempre é fácil, pois os clientes estão cada vez mais exigentes. Nesse sentido, a gestão da marca se torna uma estratégia fundamental para estabelecer vínculos duradouros com os estes.

O desafio de criar vínculos duradouros com os clientes é uma realidade enfrentada por muitas empresas, incluindo a empresa "A princesinha". Diante disso, o problema de pesquisa formulado é: "Qual a importância da Gestão da Marca para a criação de vínculos duradouros com os clientes da empresa 'A princesinha'?"

O objetivo geral deste trabalho consiste em: apresentar estratégias de Gestão da marca da empresa "A princesinha" para criação de vínculos com o consumidor. Para atingir esse objetivo, foram definidos os seguintes objetivos específicos: Compreender a importância da consistência na gestão de marca e sua relação com o comportamento do consumidor, Identificar as tendências atuais do mercado em relação à gestão de marcas e propor estratégias para a gestão da marca da empresa em questão.

A gestão da marca é um tema relevante para as empresas que buscam se destacar no mercado e atrair consumidores. Nesse sentido, este trabalho se justifica pela importância de apresentar estratégias de gestão de marca para a empresa "A princesinha". Além disso, contribuirá para a compreensão da relação entre a consistência na gestão de marca e o comportamento do consumidor, bem como para a identificação das tendências atuais do mercado em relação à gestão de marcas.

Este trabalho se constitui como uma pesquisa de cunho qualitativo explicativo, com o uso do estudo de caso da empresa "A princesinha". Como forma de coletar dados e informações relevantes, serão utilizadas técnicas como diálogos, observações diretas no local de pesquisa e pequenas entrevistas com consumidores. Além disso, será realizada uma revisão bibliográfica estruturada para aprofundamento do tema em questão. As etapas da metodologia se complementam para alcançar os objetivos específicos propostos.

Em sua estrutura, o artigo começa destacando autores que tratam da gestão de marca e analisam o comportamento do consumidor. Em seguida, menciona-se ferramentas gerenciais como Matriz SWOT, Matriz GUT, 5 Por Quês e 5W2H, com suas definições por meio da leitura de autores citados indiretamente. Adiante, a metodologia é destacada antes de avançar para a aplicabilidade dessas ferramentas no estudo de caso de uma empresa. Após, os resultados e discussões são apresentados, identificando problemas na gestão de marca da empresa e propondo um plano de ação para seus gestores. O artigo encerra com uma discussão sobre as expectativas da pesquisa.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. GESTÃO DA MARCA

Ao tratar de marcas, recorre-se automaticamente aos produtos de grandes empresas comerciais seja ela de artigos esportivos, moveis, imóveis entre outras. Justamente essas lembranças são remetidas a partir de um reconhecimento que o consumidor possui destas. Toda essa confiança vem por meio do processo de avaliação do

consumidor para/com essas empresas comerciais, visto que seu crescimento em todos os aspectos dependem primordialmente do consumo, e conseqüentemente do consumidor.

Neste sentido, indaga-se: O que é Marca? Nos aspectos da lei brasileira, marca é todo sinal distintivo, visivelmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros (INPI, 2006). Sendo assim, pode-se ter conhecimento de marca como uma representação da empresa por meio de símbolos, termo, um nome, desenho dentre outros, ou até esses elementos em forma de combinação, objetivando diferenciá-la das demais concorrentes, identificando seus valores.

No âmbito científico, sua definição por autores da área centram suas colocações a partir da relação do consumidor e os produtos de seu interesse. De acordo com Gomes (2015), as marcas são selecionadas pelos consumidores por causa de características distintas que as tornam diferentes de outros produtos similares. Quando um consumidor escolhe uma marca específica, confia na qualidade e nas promessas desta marca, além de desenvolver um relacionamento de confiança com o produto ao longo do tempo.

À medida que a concorrência cria variadas opções, as empresas buscam medidas de ações que possa favorecer uma ligação emocional com o cliente como forma de torná-lo fiel a elas. Nesta ocasião, a gestão da empresa cria estratégias para reter seus consumidores, os quais reconhecem sua trajetória no mercado, valorizando ainda mais sua marca, visto que a instabilidade do mercado pode trazer benefícios, dependendo do comportamento empresarial frente as dificuldades.

Para Ruão (2017) as marcas criam um relacionamento duradouro entre os consumidores e os produtos que eles consomem. As marcas ensinam a enxergar esses produtos como algo mais do que simples objetos, mas como uma memória sensorial, afetiva e corporal que tem uma personalidade humanizada, caracterizada por traços definidos e harmoniosos.

Logo, tratar a marca enquanto símbolo de identificação de certa empresa, torna-se fundamental para que seja reconhecida ao primeiro olhar dos consumidores. A marca acaba sendo um sinal de distinção na memória. Por isso, a formalização de sua identidade visual, por meio da ação de Marketing, tornam-se estratégia que deve penetrar por meio do modo ótico, e a fundo criar uma conscientização da marca.

Nestes aspectos, todo e qualquer reconhecimento da marca deve ser tratado como algo instigante por quem tem a responsabilidade de geri-la. Em uma abordagem lógica, ver o crescimento da empresa e a sua avaliação positiva dentro do mercado por parte do consumidores, deve ser usada como um resultado almejado e que se pretende seguir em busca de mais, alavancando ainda suas conquistas e reconhecimento, desaguando em lucros para a empresa, e satisfação para quem procura suas ofertas de produtos e serviços.

Segundo Bedendo (2019) a gestão da marca permite construir elementos culturais e ideológicos que se conectam profundamente com os consumidores, mas também com os colaboradores e fornecedores da empresa. Esses elementos se referem aos valores, crenças e visão de mundo que a marca promove e representa, e que podem ser compartilhados pelos diferentes públicos que a cercam.

Desta forma, quando o público se identifica com esses elementos, se tornam mais engajados e comprometidos com a marca, o que pode levar a uma relação mais forte e duradoura. A empresa aqui estudada já conta com uma gestão de marca que tem

contribuído bastante para seu reconhecimento dentro do mercado, apesar de recente. O quadro 1 abaixo apresenta estratégias para gestão da marca:

**Quadro 1:** Proposta para solução de gestão de marca

<b>Identificação</b>	Deixar claro a origem do produto	Torná-la um elemento simbólico	Permitir a sua memorização de forma rápida
<b>Produtos</b>	Manter sua qualidade	Promoção frequente de produtos com validade aceitáveis	Introdução de novos produtos, de acordo com a procura dos consumidores
<b>Notoriedade da marca</b>	Usar a mesma marca em produtos diferentes	Criar combinações atraentes (ilusão ótica chamativa)	Estímulo de percepção do consumidor
<b>Estabelecer posicionamento e valores da marca</b>	Público-alvo	Valores centrais da marca	Quadro de referência competitiva

Fonte: Elaborada pela autora, adaptado de autores: Bedendo (2019); Carlos Freire (2014); Ruão (2017).

Contidos no quadro 1 acima estão algumas propostas de gestão de marcas, que podem ser modificadas ao longo da pesquisa, pois pretende-se usá-la enquanto proposta para o grupo empresarial tratado neste estudo. Os pontos de partida para a proposta acima estão baseados nos seguintes itens: Identificação, Produtos, Notoriedade da Marca; Estabelecer posicionamento e valores. Todos estes estão acompanhados horizontalmente por algumas ideias relacionadas a gestão de marca.

## 2.2. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Estudar o comportamento humano tem sido um trabalho árduo e complexo para a ciência, mesmo em pleno século atual com desenvolvimento de técnicas e informações que auxiliam inteiramente o meio científico. Neste sentido, nos estudos voltados ao Marketing e suas ferramentas, não são diferente. Ao tratar-se do comportamento do consumidor, fica claro que o nível de complexidade não diminuí. Pelo contrário, com as empresas buscando adaptar-se ao mutável mercado competitivo, mantém o vínculo afetivo com os consumidores tornando-se fundamental, pois estes também acabam apresentando um grau elevado de instabilidade por meio de suas crescentes exigências.

Os consumidores possuem características específicas, que os tornam diferentes um dos outros. Por isso é tão complexo conquistar sua fidelização. Deste modo, Maciel, Casagrande e Sanches (2018) comentam que os consumidores estão cada vez mais educados e bem informados sobre o consumo devido ao fácil acesso à informação. Como isso, estão se tornando mais seletivos e exigentes em relação ao que compram, não contentam mais com produtos e serviços de qualidade inferior ou com práticas de negócios questionáveis.

O perfil de cada consumidor varia. São pessoas, e cada pessoa possui sua própria personalidade. Como já mencionado no item anterior, a relação da empresa na apresentação de certa qualidade nos produtos contribuem bastante no comportamento do consumidor durante suas procuras. Portanto, isto, pode-se considerar uma forma de comunicação e interação com as pessoas que buscam as ofertas de produtos e serviços.

Para Gondaski (2021) a comunicação é o meio pelo qual as empresas se comunicam com seus clientes, estabelecendo uma ponte de interação e criando uma relação de interesse mútuo entre ambas as partes. Diante de suas colocações, entende-se que a comunicação ajuda a empresa a entender as necessidades e desejos dos clientes e permite que os clientes conheçam melhor os produtos ou serviços oferecidos pela empresa. Essa relação é crucial para o sucesso da empresa, já que os clientes são o recurso mais importante que uma empresa pode ter, e a comunicação é uma ferramenta vital para manter essa relação.

Ao passo que se entende o comportamento do consumidor, a gestão empresarial deve manter seu trabalho de forma que sua marca continue sendo reconhecida. O consumidor comporta-se de acordo com a resposta que a empresa lhe proporciona. Se o consumidor busca a empresa pelo fato de encontrar um preço mais acessível e uma qualidade no produto, e a empresa oferece estas condições, obviamente que o consumidor lhe procurará frequentemente. Talvez uma das dificuldades empresariais, seja manter tais condições que ocasionariam uma possível fidelização do consumidor.

Segundo Proetti (2022) Fatores importantes para que se possa entender o comportamento do consumidor, são os fatores psicológicos e eles são essências e determinantes no comportamento das pessoas, pois trata-se de forças internas que motivam as pessoas para que possam atender suas carências. Estes considera-se que sejam os seguintes: a motivação, a percepção, o aprendizado, as crenças e as atitudes.

Todos eles, são os fatores que contam no envolvimento das pessoas pelas empresas. No estudo sobre seu comportamento, um dos fatores indispensáveis para as análises é justamente o fator psicológico. Aliás, é este o alvo constante das empresas, para que os consumidores busque-as através de seus interesses de consumo.

Desta forma, a lealdade do consumidor necessariamente necessita ser almejada. Ao estudar e entender o comportamento dos consumidores, uma organização pode proporcionar a eles uma sensação de conforto e satisfação ao oferecer produtos e valores que são considerados essenciais para eles.

Essa compreensão do comportamento do cliente permite que a empresa atenda às suas necessidades específicas e ofereça uma experiência personalizada. Ao identificar o que é importante para cada cliente, a empresa pode adaptar sua comunicação e oferta de produtos para atender às suas necessidades e expectativas, criando assim uma relação de confiança e satisfação que leva à fidelização do cliente (LOURENÇO, RODRIGUES E LIMA, 2020). Portanto, há uma vasta complexidade em relação aos consumidores. As empresas precisam e necessitam adaptar-se a seus interesses, para que haja uma constante aproximação e procura recíproca entre as partes, principalmente em o consumidor procurar a empresa comercial. O poder distintivo das empresas através da marca de produtos devem-se apresentar-se acompanhado primordialmente da qualidade, pois quem os consumirá, também os avaliará.

### **2.3. FERRAMENTAS GERENCIAIS**

Frente às colocações descritas anteriormente, onde a gestão de marca perpassa por uma rede de estratégias, com empresas necessitando oferecer produtos e serviços de qualidade para que satisfaçam seus clientes que contam com fortes exigências, precisa-se avançar o presente trabalho em direção à aplicação das ferramentas necessárias para o melhor comportamento da empresa no mercado competitivo.

Justamente as ferramentas abaixo descritas, auxiliam as empresas no processo de tomada de decisão. É a partir destas ferramentas, que são utilizadas técnicas bem conhecidas no contexto administrativo, pois contribuem para sejam reduzidos riscos com grande possibilidade de aumento na assertividade nos negócios.

### **2.3.1. ANÁLISE SWOT**

A análise SWOT, também conhecida como análise FOFA, é uma ferramenta amplamente utilizada por empresas de diferentes setores e tamanhos para uma gestão estratégica. A matriz SWOT é composta por quatro dimensões: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. As forças correspondem aos pontos fortes internos da empresa, como recursos e habilidades únicas. As fraquezas representam os pontos fracos internos, tais como processos ineficientes e falta de recursos. Já as oportunidades se referem às possibilidades externas de crescimento e desenvolvimento, como mudanças no mercado e novas tecnologias. Por fim, as ameaças são as possíveis adversidades externas que a empresa precisa enfrentar, como concorrência forte e mudanças na economia. (JÚNIOR et al, 2021).

### **2.3.2. MATRIZ GUT**

Outra ferramenta de extrema importância, chama-se GUT. Está é importante para estabelecer prioridades, permitindo o(a) gestor(a) definir as tarefas mais importantes para a empresa, ou seja, quais devem ser executadas em primeiro plano. A matriz GUT é uma ferramenta essencial para o planejamento estratégico, considerando que seus resultados fornecem suporte para a formulação de estratégias, sendo um complemento da matriz SWOT (CARVALHO, 2015). Resumidamente essa ferramenta baseia-se em três aspectos: Gravidade, Urgência e Tendência do processo.

### **2.3.3. 5 POR QUÊS**

Segundo Augusto (2021), para identificar a raiz de problemas dentro de organizações, a ferramenta bastante utilizada é os “5 por quês”. Isto é possível graças aos questionamentos feitos sobre o porquê de cada situação, toda vez que houver uma resposta. Como forma de um ciclo, é necessário voltar a pergunta do porquê até não haver. Esta técnica foi criada pela Toyota na busca pela qualidade de seus processos, surgindo na década de 70 no Japão.

### **2.3.4. 5 W2H**

Dentro da gestão empresarial, e neste caso aqui é discutido a gestão de marca, outra ferramenta a ser utilizada neste trabalho é o 5W2H, uma das mais adaptáveis do mercado. Por ser simples e prática pode ser útil em inúmeros momentos e áreas de empresas. Pode ser considerado uma ferramenta de gestão de plano de ação, é um check list com uma boa abordagem do planejamento a ser executado, organizando as ações passo a passo, de forma registrar o que precisa ser feito (AUGUSTO, 2021).

### 3. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos, a autora do presente trabalho incorreu para uma pesquisa qualitativa, visto que o tema é focado em um nível de realidade que não pode ser, a priori, quantificado, buscando apreender perspectivas, insights e experiências pessoais dos indivíduos e da organização objeto do estudo. (JÚNIOR et al, 2021).

A pesquisa foi dividida em etapas complementares: primeiramente, uma breve revisão teórica sobre o tema vigente discutido, com consultas em livros e artigos publicados recentemente que dão visibilidade ao entendimento da Gestão de Marca empresarial e o comportamento do consumidor. Também, este estágio da pesquisa consiste em análise dos trabalhos acadêmicos relativos a Matriz SWOT, Matriz GUT, 5 porquês e 5W2H.

A segunda etapa se deu na pesquisa “in loco”, o que desaguou em uma coleta de dados que permitiu o prosseguimento, tendo como consequência outra etapa importante, que é a organização dos dados com sua tabulação, favorecendo a aplicação das ferramentas gerenciais. A pesquisa se deu em uma empresa familiar especializada em venda de produtos e serviços variados. Seus produtos variam desde acessórios para cama, mesa e banho passando por ferragens, material escolar e produtos regionais como pescado, frutas, derivados de criação animal, dentre outros.

Outro fator importante que corroboram para o andamento do trabalho são as observações, que tiveram um papel fundamental para o desenvolvimento do trabalho tanto seu processo de coleta e análise de dados quanto a análise de resultados, pois, o estudo lida com acontecimentos em tempo real, contextualizados dentro da realidade da organização empresarial e suas estratégias competitiva.

A aplicação das ferramentas após a organização dos dados coletados, começou pela organização dentro da Matriz SWOT, que permitiu organizar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa. Logo em seguida usou-se a Matriz GUT com a organização dos problemas dentro de suas três aspectos: Gravidade, Urgência e Tendência. Ao passo seguinte, a aplicação analítica se deu por meio da ferramenta 5 Por Quês, que apesar de sua facilidade e simplicidade, tem sua importância organizacional, o que permitiu o avanço para o plano de ação. Durante o plano de ação, aplicou-se a metodologia 5W2H, que auxiliou na transformação de todo o processo em forma de planilha, mostrando sua facilidade e funcionalidade durante as análises.

#### 3.1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

"A Princesinha" é um comércio familiar que está localizado na área comercial do município de Barreirinha, situado na Região do Baixo Amazonas. A empresa tem mais de 20 anos de existência e, ao longo do tempo, passou por adaptações para atender as exigências do mercado. Uma mudança em sua estrutura física permitiu que a empresa ampliasse sua oferta de produtos, oferecendo uma grande variedade de itens que hoje são marca registrada da empresa.

A empresa se destaca pelo atendimento de qualidade e ampla oferta de produtos, tornando-se uma referência no comércio local de Barreirinha. Além disso, a "A Princesinha" oferece um estoque de produtos recheados de opções para os mesmos. Segundo seus proprietários, a empresa oferece produtos que atendem às necessidades do consumidor, buscando satisfazer as exigências dos clientes.

Com uma ampla variedade de produtos, a empresa oferece desde ferramentas para construção, materiais esportivos, artigos para bebês, estivas, artigos de papelaria, higiene pessoal até bebidas, frios, cama, mesa e banho. A empresa também oferece pescados provenientes de criação intensiva em tanques às margens do Rio Andirá, com alimentação natural e ração de qualidade como complemento. Além disso, a empresa possui derivados provenientes da criação animal, como leite, queijo de manteiga e queijo coalho, além de frutas regionais como laranja, banana e tucumã.

"A Princesinha" também oferece serviços bancários, como pagamento, recebimento e abertura de contas, por meio de uma representação de agência bancária. Com um faturamento médio anual de R\$200.000 e um quadro de funcionários experientes e capacitados, a visão da empresa é ser uma referência em qualidade de atendimento e produtos na cidade e no município de Barreirinha, fundamentados nos valores de excelência, confiança, equidade e diversidade.

#### **4. RESULTADO E DISCUSSÕES**

Durante a pesquisa notou-se alguns problemas relacionados à gestão de marca dentro da empresa "A Princesinha". Estes problemas foram confirmados por meio de afirmações dos próprios proprietários que nos últimos anos vêm investindo cada vez mais na gestão não só da empresa em si, mas da própria marca, que busca criar uma conexão leal com seus consumidores. É fato que o produto e o serviço de qualidade contam enorme vantagens na hora da escolha das pessoas em suas compras, mas é incalculável o tanto que a marca é valorizada após o reconhecimento dos clientes.

É fato que, quando se fala na Matriz SWOT, deve-se considerar ao que a mesma refere-se. Portanto, Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats) são pontos para a análise desta ferramenta. Os dois primeiros pontos referem-se ao ambiente interno da empresa (pontos fortes e fracos), e fazem parte do nível estratégico do empreendimento. Já os dois últimos (oportunidades e ameaças), dizem respeito ao ambiente externo e remetem aos obstáculos enfrentados pelas empresas, que neste caso destaca-se a Gestão de Marca.

Sendo assim, abaixo são apresentados os fatores pesquisado na empresa citada acima. Priorizou-se algumas características da empresa dentro do mercado local, porém dando maior atenção ao que trata o presente trabalho (Gestão de Marca pela empresa estudada). O quadro a seguir, foi estruturado com base na Matriz SWOT, e organizado pela autora deste artigo.

## Quadro 2 – Análise SWOT

Matriz SWOT		Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	<b>Forças</b> Equipe qualificada e empenhada; Variedades de produtos e serviços dentro do mesmo ambiente, estendendo suas vendas via redes sociais; Bom relacionamento com os clientes; Propagandas tradicionais e em redes sociais; Ofertas e Promoções recorrentes, com propagandas tradicionais e em redes sociais.		<b>Fraquezas</b> Logotipo ainda em construção; Falta de combinação dos elementos na marca da empresa; Falta de disseminação da marca em prédios e ambientes da empresa; Falta de estratégia de conexão com o consumidor por meio da marca
	<b>Oportunidades</b> Aumentar o público-alvo; Tornar a marca um elemento simbólico; Gerir a marca em conjunto com o grupo familiar; Registrar a marca em todos os produtos, transportes pertencentes e ambiente da empresa, principalmente as áreas e faixadas pertencentes a ela; Criar estratégias para perpetuar a fidelização dos clientes por meio de conexões com estes, uma delas através da marca.		<b>Ameaças</b> Disseminação das marcas de Empresas concorrentes com maior tempo de atuação no mercado; Por não conhecerem sua marca, gera uma não confiança entre muitos consumidores. Isto se vê através da venda por meio das redes sociais, gerando um impacto negativo; Falta de visibilidade da marca por parte do público; Falta de atenção maior dos consumidores à marca; O não destaque da marca entre outras dentro do mercado.
Fatores Externos			

Fonte: Autora, 2023.

De acordo com o quadro 2, percebe-se que há pontos negativos que abrem oportunidades para a empresa criar estratégias que podem trazer melhorias, e assim atingir seus objetivos na busca do sucesso dentro do mercado competitivo, restando consumidores para que seus negócios cresçam rapidamente.

Na empresa pesquisada, foram encontradas algumas outras fraquezas relacionadas à gestão de sua marca. Porém, as que foram acima destacadas merecem maiores atenções. Buscou-se delimitá-las, pois, colabora com o andamento da pesquisa. Desta forma, as quatro fraquezas são analisadas dentro das ferramentas propostas no trabalho.

A seguir são analisados os problemas anteriormente destacados, por meio da Matriz GUT. Desta forma, se estabelece prioridades quanto às tarefas da empresa, no que diz respeito a Gestão de sua Marca. Uma observação importante de salientar, é que as notas dadas para cada problema varia de 1 a 5 dentro dos três aspectos da matriz GUT.

## Quadro 3 – Análise com a Matriz GUT

MATRIZ GUT					
Problemas	Gravidade	Urgência	Tendência	Total	Ordem
Falta de combinação dos elementos na marca da empresa	4	5	4	80	1º
Falta de disseminação da marca em prédios e ambientes da empresa	4	5	4	80	2º
Logotipo ainda em construção	4	4	4	64	3º
Falta de estratégia de conexão com o consumidor por meio da marca	4	4	3	48	4º

Fonte: Autora, 2023.

Por meio da observação na tabela, nota-se que, basicamente todos os problemas encontrados a respeito da gestão da marca na empresa, enquanto elemento primordial para o reconhecimento ao primeiro olhar do cliente sobre seus produtos principalmente, necessita ser resolvido com rapidez para que o sucesso de suas vendas sejam acompanhadas por uma identificação em que os consumidores sintam a total confiança, e que esta seja recíproca entre as partes (empresa/consumidores). Porém os problemas destacados com altos resultados, tomam maiores destaques.

Avançando nos resultados e discussões acerca dos problemas, o próximo passo usa-se a ferramenta gerencial 5 porquês, como podemos observar abaixo. É importante frisar que, recorre-se aos elementos de destaque na tabela anterior (Matriz GUT), para daí realizar as indagações de acordo com o que permite a ferramenta aplicada neste ponto.

**Quadro 4 – análises 5 Por Quês**

O que?	Por quê?	Por quê?	Por quê	Por quê	Por quê?	Contramedida
<b>Logotipo ainda em construção</b>	Não pensou-se nisso nos primeiros anos da empresa	Faltou valorizar o contato com o consumidor por meio de uma identidade visual	Atentaram pouco ou quase nada para isso	Ocupações com outros deveres e obrigações	Muitos trabalhos dentro e fora da empresa	Finalizar o logotipo da empresa (sua marca), urgente.
<b>Falta de combinação dos elementos na marca da empresa</b>	Falta de investimento em Gestão da Marca	Pouco conhecimento sobre o assunto	Falta de crença no poder de uma marca bem elaborada	Atenção maior somente às produções e vendas, e não em um identificação da empresa	Sem investimento em produções gráficas avançadas	Tornar a marca da empresa um elemento simbólico
<b>Falta de disseminação da marca em prédios e ambientes da empresa</b>	Falta de atenção com os benefícios	Pensou-se que somente em alguns ambientes seria o bastante	Falta de projeto para elaborar as pinturas	Pouco recursos para executar o projeto de disseminação	Investimento em outros ambiente de propriedade da empresa “A Princesinha”	Estabelecer posicionamento e valores da marca
<b>Falta de estratégia de conexão com o consumidor por meio da marca</b>	Faltou combinar inicialmente os elementos que formam a sua marca	Porque atentaram somente em identificar a empresa, mas não de forma estratégica	Usaram somente dois elementos em sua marca (letra e um nome)	Pouca prioridade à Gestão da Marca no princípio	Não levou-se em conta o poder da marca na conexão com o consumidor	Criar combinações atraentes (ilusão óptica chamativa)

Fonte: Autora, 2023.

Apesar de o método dos “5 por quês” apresentar-se como simples, percebe-se que os resultados que se chegaram a partir de análises acima, são satisfatórios. Pois, conseguiu-se identificar algumas causas relacionadas à gestão de marca dentro da empresa. Com isso, no passo seguinte está elaborado o plano de ação com a utilização da ferramenta 5W2H. No quadro 5 encontra-se o plano de ação, destacado no item abaixo.

#### 4.1. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

No final do item 2.1, onde é dada atenção aos fundamentos teóricos deste trabalho, encontra-se organizado no quadro 1, algumas propostas iniciais para usar enquanto solução dos problemas encontrados nesta pesquisa. O quadro foi criado a partir de adaptações encontrados em escritos de alguns autores presente neste trabalho. É importante frisar que estas propostas iniciais, serviram de apoio para se chegar ao que está destacado no quadro a seguir. Portanto há uma colaboração enorme das análises feitas anteriormente, pois contribuiu para se chegar a uma proposta satisfatória.

Ao longo do trabalho discutiu-se sobre os problemas encontrados na empresa “A Princesinha”, organizados dentro das ferramentas de análises. Objetivando contribuir com a empresa estudada, a proposta para solucionar os problemas está contida no quadro abaixo, organizada de acordo com o que permite a ferramenta gerencial 5W2H.

**Quadro 5 – Plano de Ação (5W2H)**

What? O que?	Why Por que?	Where? Onde?	When? Quando?	Who? Quem?	How Como?	How much? Quanto?
Finalizar o logotipo da empresa (sua marca), urgente.	Obter uma identidade visual da empresa.	Gestão de marca da empresa	01/07/2023	Gestores da empresa	Investindo no conjunto de estratégias dentro da Gestão de Marca	10.000
Tornar a marca da empresa um elemento simbólico	Permitir a sua memorização de forma rápida	Nas faixadas da loja, móveis/imóveis utilizando a mesma marca em produtos diferentes	01/08/2023	Equipe de funcionários da empresa (coordenada pelos gestores)	Estimular a percepção do consumidor, criar combinações atraentes	20.000
Estabelecer posicionamento e valores da marca	Reconhecimento da empresa dentro do mercado, diferenciando das concorrentes	Em todos os tipos de relação empresa-consumidor	15/10/2023	Equipe de Gestão empresarial	Construir estratégias de vendas, fortalecer a conexão com o público-alvo. Definir o arquétipo da Marca	8.000
Criar combinações atraentes (ilusão ótica chamativa)	Porque a marca da empresa necessita ser uma identificação como algo mais atraente	Em todos os espaços possíveis para a disseminação/identificação da marca	20/11/2023	Equipe de Gestão empresarial e de Marca da empresa	Aproveitando para inserir e combinar melhor elementos da marca, na fase de finalização da logotipo da empresa	5.000

Fonte: Autora, 2023.

De acordo com o plano de ação estruturado acima, transforma-se o processo em forma de planilha com forma clara e objetiva. Esta metodologia além de apresentar diversas funcionalidades, auxiliará de forma positiva para se obter uma Gestão de Marca dentro da empresa “A Princesinha”. Neste sentido, acredita-se que tal proposta possa ser seguida obtendo resultados satisfatórios para a empresa dentro do mercado.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

Inicialmente, é preciso deixar claro que os resultados das propostas para a Gestão de Marca são a longo prazo. Seria extremamente difícil, pelo seu nível de complexidade, obter tais resultados imediatamente. No caso da “A Princesinha”, seus gestores agiram um pouco tarde em relação ao poder que sua marca teria dentro do mercado.

Estrategicamente, a Gestão de Marca otimiza uma série de benefícios para que os valores da empresa sejam transmitidos para quem a procura em busca de seus serviços e produtos. São reconhecimentos positivos indispensáveis para seu crescimento dentro de um mercado que se apresenta cada vez mais competitivo, junto às exigências dos consumidores.

A partir da proposta apresentada, primeiramente espera-se que a sua execução inicie de forma imediata. A partir de tal execução, a empresa conseguirá alcançar seu reconhecimento de forma mais abundante, pois contará com uma identidade visual destacada em cada detalhe, propriedades e produtos da empresa. Lembrando que deve-se manter a qualidade de seus produtos e serviços indissociavelmente.

Neste sentido, espera-se ainda que a marca vá além de apenas um nome, desenho ou uma combinação destes, destacado na faixa do estabelecimento. Deve-se objetivar/tornar a marca, um elemento simbólico que seja, ao primeiro olhar, percebido pelos consumidores e que remeta de imediato ao reconhecimento dos benefícios da empresa.

É importante que o consumidor mantenha um relacionamento recíproco com a empresa, e que a partir de sua percepção sobre a marca venha à tona todo um sentimento de segurança. Desta forma, um dos benefícios para a empresa seria a fidelização dos consumidores, sem dúvida, possível de se alcançar de forma estratégica.

No mais, a Gestão de qualidade da marca da empresa “A Princesinha”, por meio das propostas apresentadas e consequentemente sua execução, à tornarão mais preparada, com vínculo afetivo (fidelização) com seus consumidores, que tendem a deixá-la com mais reconhecimento dentro do mercado, aumentando suas procuras por produtos e serviços, o que a trará muito mais lucros.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou identificar e analisar algumas problemáticas relacionadas à Gestão de Marca dentro da empresa “A Princesinha”. Estas análises foram feitas através das ferramentas gerenciais como Análise SWOT, Matriz GUT, 5 Por Quês, o que contribuiu para que a partir destes problemas, fosse utilizada a ferramenta 5W2H.

A pesquisa foi motivada pela questão norteadora que assumiu um papel primordial na construção e execução deste trabalho. A constatação da importância da Gestão de Marca na criação de vínculos duradouros com os cliente da empresa pesquisada, guiou de forma objetiva para que fosse sistematizada uma proposta que estrategicamente contribua na solução dos problemas encontrados. Tais problemas, partem de uma série de questões ligadas inicialmente a não criação de uma identidade visual que permitisse o reconhecimento da empresa dentro do mercado, com um elemento simbólico forte.

A partir das investigações realizadas, pode-se afirmar que a Gestão de Marca é um fator indispensável para o crescimento da empresa, e neste quesito “A Princesinha”, por meio de seus gestores, pecaram inicialmente. Primeiramente, ter uma marca com ligação

afetiva com os clientes, permite a empresa criar vínculos que favoreçam seu crescimento. Ter uma marca conhecida no mercado, mais precisamente entre os consumidores, somada com a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, fundamentalmente trazem resultados satisfatório, onde o consumidor pode torna-se um fiel e responsável pela geração do tão objetivado reconhecimento, e conseqüentemente seus lucros.

Neste aspecto, o objetivo central do trabalho foi alcançado. Após às análises, tudo leva a crer que a Gestão de Marca com presença de qualidade em suas estratégias, colabora de forma positiva para que o consumidor seja afetado positivamente, e posteriormente seu comportamento seja favorável à empresa. Com o mercado instável e as exigências cada vez mais refinadas, a cada ano a Gestão de Marca tende a se tornar mais complexas, com a presença de consumidores muito mais exigentes. A partir disto, ao final do trabalho foram apresentadas estratégias que possam caminhar na busca e construção de vínculos afetivos e duradouros com o consumidor.

É necessário buscar cada vez mais soluções para que a empresa possa crescer em todos os aspectos. Nesta caminhada é preciso mirar no que lhe deixará competitiva, reconhecida e lucrativa. Apesar das limitações deste trabalho, espera-se que surjam novos trabalhos que tratem da mesma temática. Pensando nisso, uma das recomendações para futuros autores/autoras: realizar pesquisas similares em empresas que ofereçam produtos e serviços diferentes, apresentando plano de ação para contribuir com seu sucesso dentro do mercado.

## REFERÊNCIAS

- [1] AUGUTO, Carlos Cristóvão. **FERRAMENTA DA QUALIDADE**. Trabalho de Mestrado - INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR, Abrantes, Janeiro de 2021.
- [2] BEDENDO, Marcos. **Branding** / Marcos Bedendo. – São Paulo : Saraiva Educação. 2019.
- [3] CARVALHO, C.P. SENNA, N.N Planejamento Estratégico. Estudo De Caso No Mercado de Farmácia de Manipulação. Enegep XXXV, Fortaleza 2015, Anais.
- [4] FREIRE, Carlos. **Estratégias de Marketing e Posicionamento Competitivo – Hooley, Saunders e Piercy – Prentice Hall**. Marketing de Relacionamento. 2014.
- [5] GOMES, Maurício de Brito. **Gestão de produtos e marcas** / Maurício de Brito Gomes : Editora FGV, 2015.
- [6] GONDASKI, Amanda Rodrigues. **O impacto das atividades de Marketing no Instagram no comportamento do consumidor e na lealdade à marca**. (Dissertação de Mestrado em Comunicação e Media). Escola Superior de Educação e Ciências Sociais – Instituto Politécnico de Leiria. Leiria, Novembro de 2021.
- [7] JÚNIOR, Florêncio da Costa; BEZERRA, Diogo de Menezes Cortês; CABRAL, Eric Lucas dos Santos; MORENO, Rosângela Carmelita Pessoa; PIRES, Ahanna Kiaara Souza. **A Matriz SWOT e suas subdimensões: Uma Proposta de Inovação Conceitual**. Research Society and Development, v. 10, n. 2, e25710212580, 2021.
- [8] LOURENÇO, Poliana; RODRIGUES Evaldo César Cavalcante; LIMA, Clarissa Melo. **INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**. R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte v. 19 n. 2 p. 89-102 abr./jun. 2020. ISSN 1984-6975 (online).
- [9] MACIEL, Wilson Ravelli Elizeu; CASAGRANDE, Yasmin Gomes; SANCHES, Arthur Caldeira. **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DO VAREJO DE ALIMENTOS SOB A MODERAÇÃO DO FORMATO DE LOJA**. Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation v.10. n.1, Setembro/Dezembro – 2022 ISSN: 2319-0639 <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/RBGI/index> DOI: 10.18226/23190639.v10n1.03

[10] INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi>. Acesso em: 10 abr. 2023, às 16h.

[11] PROETTI, Sidney. **O S.I.M. – SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING PARA A ELABORAÇÃO DE PLANOS DE MARKETING E ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**. Revista Lumen, v. 7, nº 13, Jan./Jun. – 2022 – ISSN: 2447-8717

[12] RUÃO, Teresa. **MARCAS E IDENTIDADES: GUIA DA CONCEPÇÃO E GESTÃO DAS MARCAS COMERCIAIS**. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2017.

# Capítulo 6

## *Gestão da implantação da extensão universitária no ensino superior*

*Suelânia Cristina Gonzaga de Figueiredo*

**Resumo:** A gestão da implantação da extensão universitária no ensino superior é um processo complexo que envolve planejamento estratégico, coordenação eficiente e avaliação contínua. Este artigo aborda a necessidade de uma abordagem integrada para garantir o sucesso da extensão universitária, destacando a importância da liderança comprometida, alocação adequada de recursos e envolvimento da comunidade acadêmica. Ao abordar desafios específicos, como a integração da extensão nos currículos acadêmicos e a promoção de parcerias com a comunidade, a gestão eficaz busca maximizar o impacto positivo da extensão universitária na formação dos estudantes e no desenvolvimento da sociedade. A reflexão constante e a adaptação às necessidades em evolução são fundamentais para garantir a sustentabilidade e relevância contínua da extensão universitária no ensino superior.

**Palavras-Chave:** Extensão universitária, gestão, ensino superior, planejamento Estratégico, envolvimento comunitário.

## 1. INTRODUÇÃO

As diretrizes para o Ensino Superior delineiam Ensino, Pesquisa e Extensão como processos fundamentais e interligados na formação do estudante. Dessa forma, as Instituições do Ensino Superior-IES se encontram frente ao desafio de implantar e gerenciar a Extensão como componente curricular num processo de adequação ideal de acordo com a Resolução No.7/2018 do Conselho Nacional de Educação-CNE e Câmara de Educação Superior-CES do Ministério da Educação-MEC, em que institui as novas diretrizes para Educação Superior. Esta inovação como metodologia de ensino, representa um marco disruptivo na história da Educação brasileira, considerando a forma cartesiana em que o ensino superior se sustentou até a publicação da Resolução citada acima.

Em todas as instituições de ensino superior, sobre a curricularização da Extensão Universitária, seja nos centros universitários ou universidades. As dúvidas quanto à implantação das novas diretrizes fundadas na Resolução N. 7/2018, decorrem da relativa liberdade que o CNE/SES/MEC dá às IES, respeitando as características de cada uma, dada inclusive a localização, áreas de atuação e número de docentes e discentes.

Considerando a necessidade de despertar no aluno a capacidade de ler a realidade da no seu entorno criticamente e ser capaz de intervir nessa realidade construindo e reconstruindo conhecimentos e trocando saberes, a partir da relação teórico-prática da interação dialógica academia-comunidade (DEMO, 2008). A IES assume seu papel de socialmente responsável possibilitando ao discente, à comunidade com a qual se desenvolve a ação de Extensão, o papel de agente transformador de realidade quando deixa de ser um simples receptáculo de um conjunto de informações que lhe são apresentadas pelo docente e se torna participante do processo, assumindo também o papel de tutor - o que apoia o crescimento possibilitado pelo conhecimento, e o docente passa a conduzir, caminhando junto com o discente, o processo de construção de conhecimento, apontando a direção certa para todo esse processo.

De acordo com a legislação, o tripé formado pelo ensino, pela pesquisa e pela extensão constitui o eixo fundamental da Universidade brasileira e não pode ser compartimentado. O artigo 207 da Constituição Brasileira de 1988 dispõe que “as universidades [...] obedecerão ao princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão”. Equiparadas, essas funções básicas merecem igualdade em tratamento por parte das instituições de ensino superior, que, do contrário, violarão o preceito legal.

## 2. CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO PARA A FORMAÇÃO ACADÊMICA

Apontar sugestão para a implantação da Resolução N.7/2018, que trata das novas diretrizes da Extensão para o ensino superior e normatiza a Extensão como componente curricular e se constitui em processo interdisciplinar e multiprofissional. É importante lembrar da análise de Pedro Demo (2001), o estudioso discorre que, uma ação extensionista, não pode se restringir a mera transmissão de informações técnicas. Mais do que isso, necessita estar em constante processo de troca de saberes, em que a Universidade passa a ser o espaço de pluralidade de discussões, tendo por base o trabalho coletivo capaz de possibilitar a livre criação, relacionando ensino, pesquisa e extensão, a partir do elo do compromisso social.

A troca de saberes é momento ímpar para visualizar o relevante papel da extensão universitária, e reforça o próprio conceito de indissociabilidade, ao evidenciar que o conhecimento é fruto de um tripé constituído pelo ensino, pela pesquisa e pela extensão.

Nessa perspectiva, quando nos reportamos a um currículo na formação de um acadêmico, de imediato, pensamos numa educação *que integre*, integral. E dessa condição se depreende que o currículo não é a soma de um conjunto de disciplinas. Ele é a evidência de um projeto de curso integrado, construído político pedagogicamente, e, comprometido com o ensino que se propõe a nortear.

Pensar no currículo exige, então a superação da fragmentação de ações e saberes. Concretizar um currículo que integre ensino, pesquisa e extensão exige, por sua vez, que a extensão, que busca compor esse novo currículo, não seja entendida isolada, ou como um apêndice. Assim, evidencia-se a necessidade de pensar com quais instrumentais poderemos implementar a inserção da extensão nos currículos. Segundo Gadotti (2017), a clareza dessa construção perpassa pela definição de quais ações de Extensão Universitária serão consideradas para fins de creditação curricular, e no modo de cadastro de uma ação de extensão.

Cabe destacar que o propósito da referida meta do PNE é basicamente melhorar a vinculação dos estudantes com o ensino superior. Diante das contingências e como se organizam os cursos de graduação no Brasil, é notório que implantar 10% de extensão nos currículos dos cursos de graduação representa uma mudança paradigmática que impacta na organização curricular e nos processos convencionais de ensino e aprendizagem, agregando habilidades de interação e organização de trabalhos em equipe (especialmente multidisciplinares), capacidade de escuta e comunicação frente a públicos diversos.

Tal processo é complexo e necessita que os diferentes segmentos que integram a comunidade universitária, tenham garantido os espaços de participação, de momentos formativos que envolvam estudos, partilhas e socialização de experiências que foram se consolidando. O Extensão em pauta apresenta-se, nesse contexto, como um momento ímpar, pois, no ambiente virtual reunir professores e acadêmicos, experientes e os novatos, debatendo as experiências individuais ou coletivas dos extensionistas em áreas.

O debate sobre a Extensão como componente curricular segue em busca da forma acertada de cumprir com as novas diretrizes para a Educação Superior, há quem defenda que o ideal seria a criação de uma disciplina de Extensão e se responsabilizaria pela prática extensionista, o que vai na contramão da interdisciplinaridade, previsto no Artigo 4º. Inciso II - a formação cidadã dos estudantes, marcada e constituída pela vivência dos seus conhecimentos, que, de modo interprofissional e interdisciplinar, seja valorizada e integrada à matriz curricular;”. Vale lembrar Paulo Freire, criador da expressão “educação bancária”, que se estrutura no sentido do professor como sujeito ativo no processo de aprendizagem, o que deposita o conhecimento, e o estudante, seria o objeto que recebe o conhecimento. Uma afirmação visionária em 1996, mostrando a educação como instrumento de manobra, intencional ou não, na formação de indivíduos desprovidos de espírito investigador, espírito questionador e submetidos à estrutura do poder vigente; Freire (1996).

Para a gestão da implantação da Extensão como componente curricular, seguindo as novas diretrizes da Resolução No. 7/2018, entende-se que um processo extensionista interdisciplinar e interprofissional se pauta no envolvimento de mais de uma disciplina,

já contida no currículo, dialogando no sentido da construção de conhecimento promovendo o desenvolvimento de espírito humanista e senso crítico nos estudantes.

Com base neste pensamento, a extensão ao ser curricularizada poderá protagonizar a construção de conhecimento significativo à formação do estudante; a inserção da extensão precisa receber a atenção de uma política institucional, tamanha a envergadura do alcance e do impacto das decisões (concepções, estrutural, financeiro, de relações com a sociedade, dentre outros); a política de Extensão das IES deve estabelecer prioridade, quanto à mobilização para as condições de operacionalização; com novos formatos de realizar atividades de Extensão com concepções, ações e vínculos com metodologia apropriadas.

A indissociabilidade é um princípio orientador da qualidade da produção universitária, porque assegura necessário o cuidado da formação universitária para um estudante autônomo na construção de seu conhecimento, com competência e ética. Se a prioridade na formação acadêmica se baseia apenas em aulas expositivas, não teria a articulação entre o ensino e a extensão que aponta para uma formação que se preocupa com os problemas da sociedade contemporânea, mas carece da pesquisa, responsável pela produção do conhecimento científico contribuindo para uma sociedade melhor. A compreensão ético-político-social conferida quando se pensa no destinatário final desse saber científico (a sociedade).

Ao se reconhecer a importância da indissociabilidade Ensino-Pesquisa-Extensão, representa o princípio que impede os reducionismos verificados na prática universitária direcionada apenas para aulas expositivas, a Extensão articulada ao ensino e à pesquisa, se prioriza a produção do novo saber, a intervenção nos processos sociais e a transmissão de conhecimentos na formação profissional, de forma que a Extensão se transforme dialeticamente num instrumento capaz de articular teoria e prática.

Para que a extensão cumpra seu papel e promova a formação do discente socialmente responsável, o Conselho Nacional Das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional Científica e Tecnológica-CONIF afirma: “Cabe destacar que atividades de extensão são intervenções que envolvem diretamente e dialogicamente as comunidades externas às instituições de ensino, e devem estar vinculadas à formação do estudante, conforme normas institucionais próprias” (CONIF, 2020). Desta forma, as IES devem fazer uma reflexão ética quanto à dimensão social da extensão articulada à pesquisa e ao ensino.

### **3. A INDISSOCIABILIDADE ENSINO-PESQUISA-EXTENSÃO**

Tratar de indissociabilidade na universidade é considerar necessariamente dois vetores de um debate: de um lado, as relações entre universidade, ensino, pesquisa e extensão; e, de outro, confluindo para a formulação de uma tridimensionalidade ideal da educação superior, as relações entre o conhecimento científico e aquele produzido culturalmente pelos diferentes grupos que compõem a sociedade em geral. Cumpre, portanto, considerar brevemente esse debate para melhor entender por que, apesar de ideal, a pretendida indissociabilidade muitas vezes não se verifica na prática.

Para Oliveira e Chassot (2019), a indissociabilidade entre Ensino-Pesquisa-Extensão é fio condutor na inovação da prática social, imbricada na ação dialógica para o cultivo de saberes na direção transformadora da sociedade a partir de uma formação profissional e responsabilidade social das IES.

Como ressalta Silva (2000), as relações entre ensino, pesquisa e extensão decorrem dos conflitos em torno da definição da identidade e do papel da universidade ao longo da história. Por sua vez, Magnani (2017) indica que, nesses quase duzentos anos de ensino superior no Brasil, pouco a pouco a legislação educacional registrou o esforço por transformar o modelo de transmissão de conhecimento em um modelo de produção e transmissão do saber científico, aliando pesquisa e ensino, como decorrência das pressões por democratização do acesso às universidades. Mais recentemente ainda, a extensão surge como terceiro elemento do fazer acadêmico, resposta às críticas e pressões sofridas pela universidade, oriundas de setores e demandas sociais (Silva, 2014).

No século XIX, na Inglaterra (a partir de 1850), Universidade de Oxford e na Universidade de Cambridge, já se pretendia levar o conhecimento além dos muros da universidade (Gimenes, 2017). No Brasil, a CF de 2008 já versava sobre o tripé que sustenta o ensino superior, portanto se faz necessário repensar atividades de Extensão, que ainda hoje não foram implantadas de forma satisfatória.

Ensino, pesquisa e extensão aparecem, então, ao final do século XX, unidos pelo princípio constitucional da indissociabilidade antes citado. A perspectiva de um conhecimento “pluriversitário” não beneficia apenas as comunidades que têm seus saberes levados em conta. Como bem mostram os autores citados, particularmente Oliveira (2014), a própria universidade se renova nesse processo. O ensino é, provavelmente, o melhor exemplo dessa renovação, à medida que, integrado ao conhecimento produzido através da pesquisa e aos anseios da sociedade considerados nas atividades de extensão, ganha em relevância e significado para a comunidade universitária.

Desse modo, ensinar termina por ser uma atividade que, ao mediar a pesquisa e a extensão, enriquece-se e amadurece nesse processo: o professor universitário, ao integrar seu ensino à pesquisa e à extensão, mantém-se atualizado e conectado com as transformações mais recentes que o conhecimento científico provoca ou mesmo sofre na sua relação com a sociedade, além de formar novos pesquisadores, críticos e comprometidos com a intervenção social.

A perspectiva de um conhecimento “pluriversitário” não beneficia apenas as comunidades que têm seus saberes levados em conta. Como bem mostram os autores citados, particularmente Silva (2014), a própria universidade se renova nesse processo. Neste sentido, entendemos que laboratórios de práticas profissionais que prestam serviço à Comunidade em Geral são espaços privilegiados para o desenvolvimento de projetos que trabalhem intensamente na perspectiva da interatividade expressa aqui.

A Indissociabilidade entre Ensino – Pesquisa – Extensão abre um leque de possibilidades que representam condição *Sine qua Non* na qualidade da formação acadêmica do discente e no caminho profissional do docente, que deve ser reconstruído sempre.

O Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras- FORPROEX, no PLANO Nacional de Extensão Universitária, sobre a Extensão aponta que: “Reafirmar a extensão universitária como processo acadêmico definido, indispensável na formação do estudante, na qualificação do professor e no intercâmbio com a sociedade; no retorno à Universidade, docentes e discentes trarão um aprendizado que, submetido à reflexão teórica, será acrescido àquele conhecimento”. Esse fluxo, que estabelece a troca de saberes sistematizados, acadêmico e popular, terá como consequências a produção do conhecimento resultante do confronto com a realidade

brasileira e regional, a democratização do conhecimento acadêmico e a participação efetiva da comunidade na atuação da Universidade. Além de instrumentalizadora deste processo dialético de teoria/prática, a Extensão é um trabalho interdisciplinar que favorece a visão integrada do social (FORPROEX, 2018).

#### **4. GESTÃO DO PROCEDIMENTO METODOLÓGICO NA PRÁTICA DE ATIVIDADE INTERDISCIPLINARIDADE E INTERPROFISSIONALIDADE NA EXTENSÃO NO ENSINO SUPERIOR**

A implantação da Extensão no ensino superior privilegiando a interdisciplinaridade e interprofissionalidade na Extensão, exige um processo político pedagógico que contemple a indissociabilidade do tripé como sustentáculo do ensino superior, fazendo parte da base do processo de ensino e aprendizagem da IES.

As atividades extensionistas devem privilegiar as DCNs, e componentes curriculares de cada curso, respeitando o período que os discentes estão cursando durante o desenvolvimento dessas atividades. Vale ressaltar que Interdisciplinaridade leva à interprofissionalidade, necessárias para a solução de problemas das sociedades, permitindo uma visão holística sem prejuízo das especificidades do problema. Para atender ao Art. 15 da Resolução CNE/nº7/2018 o qual estabelece que os projetos e os seus resultados sejam devidamente registrados, documentados e analisados para autoavaliação e divulgação dos conhecimentos gerados.

O projeto deverá contemplar atividades junto à comunidade inseridas nas temáticas das áreas descritas no Art. 6º, inciso III, da Resolução CNE/nº7/2018. Esse diagnóstico situacional é elaborado nessa etapa de levantamento das necessidades, e deve contemplar o perfil étnico racial e a relação da comunidade com o meio ambiente para que as iniciativas do projeto expressem o compromisso social em consonância com as políticas ligadas às diretrizes para a educação ambiental, educação étnico-racial, direitos humanos e educação indígena. Os alunos ainda devem realizar uma “Pesquisa Bibliográfica Orientada” sobre o(s) temas que envolvem os problemas da comunidade a serem trabalhados no projeto, como elo entre a pesquisa e a extensão. Em seguida os estudantes devem pensar os conteúdos das disciplinas amparando as práticas extensionistas a serem desenvolvidas na comunidade.

A realização da visita dos discente à comunidade para execução das atividades planejadas com a participação efetiva dos discentes, contribuindo para a formação integral do estudante e estimulando sua formação como cidadão crítico e responsável. A comunicação dos conhecimentos gerados consiste na análise e divulgação dos resultados por meio de relato de experiência dos discentes a respeito da participação no projeto de Extensão, despertando no corpo discente, além do espírito investigativo, o senso crítico, a consciência ambiental e os princípios éticos e humanísticos.

Para atender ao princípio da interprofissionalidade, as atividades de Extensão devem envolver no mínimo dois cursos, todas as disciplinas do período e suas atividades alinhadas com o objetivo geral do projeto para atender ao Art.5º, inciso II da Resolução CNE/nº7/2018, quanto ao requisito de que as ações de articulação entre Ensino, Pesquisa e Extensão sejam interprofissionais (mais de uma profissão trabalhando para resolver o mesmo problema). As modalidades de Cursos, Oficinas, Eventos e Prestação de serviços instituídas pelo Art. 8º da Resolução CNE/nº7/2018 podem ser desenvolvidas na comunidade pelos discentes, acompanhados/orientados pelos docentes dos cursos.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As novas diretrizes da Extensão para o ensino superior têm causado longas discussões acerca da implementação, pois até dezembro de 2018, as IES se utilizavam do termo “extensão” para designar qualquer atividade desenvolvida fora de sala de aula, inclusive cursos extracurriculares nos quais somente os discentes seriam beneficiados. Com os princípios da Extensão, estabelece-se a nova concepção voltada para a interação dialógica entre as instituições de ensino superior e a sociedade, preferencialmente as comunidades carentes.

A troca de conhecimento no processo de interação permite a formação de cidadãos mais humanizados. Entretanto não é somente este o objetivo da Extensão universitária, promovendo uma formação acadêmica eficaz para sua atuação no mercado de trabalho. Se o discente tem na base de sua formação, a aplicação de conteúdos apreendidos em sala de aula, amparados pela pesquisa e praticados na comunidade, certamente este discente se tornará capaz de encontrar soluções para problemas em sua área de atuação profissional, com um olhar crítico analítico para a tomada de decisão no sentido de encontrar a solução para os problemas da sociedade.

A extensão, como um dos espaços que propiciam a realização de atividades acadêmicas, possibilita a interlocução entre as áreas distintas do conhecimento e o desenvolvimento de ações interprofissionais e interinstitucionais. Na medida em que investe numa nova forma do fazer científico, a extensão articula e integra conhecimentos, constituindo-se como um dos profícuos caminhos para reverter a tendência de departamentalização do conhecimento sobre a realidade.

A extensão constitui-se em canal privilegiado para que a missão social das Instituições de Ensino Superior seja cumprida, visto que, em sendo a IES concebida como um espaço aberto às discussões que contribuem para a formação técnica, para o exercício da cidadania e para a superação das formas de exclusão, ratifica-se que as ações de extensão devem ser desenvolvidas em direção à autonomia das comunidades, evitando-se qualquer forma de dependência, assistencialismo ou paternalismo.

As interações entre os saberes tradicionais e o saber acadêmico potencializam a produção do conhecimento, estendendo-a, orgânica e continuamente, à recíproca decodificação e sistematização dos resultados alcançados. Possibilita, ainda, o confronto com a realidade e a efetiva participação das comunidades tradicionais em face da atuação da IES. Ou seja, ao articular o ensino e a pesquisa de forma indissociável, a extensão viabiliza uma relação transformadora entre IES e sociedade.

## REFERÊNCIAS

- [1] CONIF-Conselho Nacional Das Instituições da Rede Federal de Educação Profissional Científica e Tecnológica. Disponível em: <http://portal.conif.org.br/br/>. Acesso em 08 de outubro de 2023. Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica.
- [2] DEMO, Pedro. Educar pela Pesquisa. 6<sup>a</sup>. ed. Campinas: Autores Associados, 2008.
- [3] \_\_\_\_\_, Educação & Conhecimento - Relação necessária, insuficiente e controversa. Petrópolis: Vozes, 2. ed., 2001. 2001
- [4] FORPROEX. Política Nacional de Extensão Universitária. 2012 Disponível em: <<https://www.ufmg.br/proex/renex/images/documentos/2012-07-13-Politica-Nacional-de-Extensao.pdf>> Acesso em 08 de outubro de 2020.

- [5] FREIRE, Paulo – Pedagogia do Oprimido. São Paulo: Paz e Terra. 1996.
- [6] GIMENEZ, Ana Maria Nunes. Tese: As Multifaces da Relação Universidade-Sociedade e a Construção do Conceito e a Terceira Missão. Universidade Estadual De Campinas-UNICAMP. 2017. Disponível em: [http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/324319/1/Gimenez\\_AnaMariaNunes\\_D.pdf](http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/324319/1/Gimenez_AnaMariaNunes_D.pdf). Acesso em 09 de outubro de 2020.
- [7] JONES, G. E.; GARFORTH, C. A História, Desenvolvimento e Futuro da Extensão Agrícola. 1997. Disponível em: <http://www.fao.org/docrep/w5830e/w5830e03.htm>. Acesso em: 08 outubro de 2020.
- [8] MAGNANI, Ivetti. Ensino, pesquisa, extensão e a nova tipologia do ensino superior brasileiro. In: REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 25., Caxambu, 2002. Anais Caxambu: ANPED, 2002. Disponível em: <http://www2.uerj.br/~anped11>. Acesso em: 25 agosto de 2023.
- [9] OLIVEIRA, Daniele Vasconcellos. Inserção da Iniciação à Educação Científica e Tecnológica no Curso de Engenharia da Produção: Ferramenta Para a Formação do Profissional-Pesquisador. Tese de doutorado. 2014.
- [10] OLIVEIRA E CHASSOT (2019), Saberes que sabem à Extensão Universitária- 1 ed. – Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2019.
- [11] RESOLUÇÃO CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018- Diretrizes para a Extensão na Educação Superior. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=1042\\_51-rces007-18&category\\_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=1042_51-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192).
- [12] SILVA, Maria das Graças. *Universidade e sociedade: cenário da extensão universitária?* In: REUNIÃO ANUAL DA ANPED, 23., Caxambu, 2000. *Anais*.
- [13] SILVA, MS. Um Pensar Sobre a Ética nas Relações Docente e Aluno no Ensino Superior Estação Científica - Juiz de Fora, nº 11, Janeiro - Junho / 2014.

# Capítulo 7

## *Contabilidade digital: a importância da Tecnologia da Informação (TI) nos sistemas contábeis e administrativos*

*Sandrelly Gomes Tavares*

*Meg Rocha da Cunha Serra*

**Resumo:** O Trabalho descreve o processo da Ciência Contábil nos inúmeros avanços que vem ocorrendo no decorrer dos anos, trazendo consigo informações e novos métodos de trabalho que se tornam indispensáveis para as tomadas de decisões. Apresenta-se, então, como objetivo geral do trabalho, identificar a importância da Tecnologia da Informação nos sistemas contábeis e administrativos empresariais, tendo em vista sua aplicação para o melhor desempenho do processo gerencial e decisório. Seus objetivos específicos são: explanar sobre o processo de evolução da informatização e tecnológico nos sistemas Contábeis; identificar de que forma a Tecnologia da Informação vem se instalando nos processos Contábeis e Administrativos e apresentar os impactos da Tecnologia da Informação para os processos gerenciais e tomada de decisões. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica descritiva e explicativa de vários artigos já publicados. Com intuito de mostrar os resultados da contabilidade digital e o quanto ela é importante para os escritórios, tendo resultados positivos para os usuários do ramo da contabilidade quanto para os clientes. Dessa forma, o processo tecnológico e a informatização são diferenciais de competitividade, no qual são consideradas ferramentas indispensáveis no processo de tomada de decisões e na solução de problemas, visto que as informações tornam-se mais precisas e conseqüentemente melhorando os serviços que são oferecidos, conseqüentemente, a adoção da Tecnologia da Informação nos sistemas contábeis e administrativos empresariais resulta na geração de informações gerenciais de alto valor para todos os setores de uma organização.

**Palavras chaves:** Contabilidade digital, Tecnologia da Informação, Sistemas Contábeis.

## 1. INTRODUÇÃO

A Ciência Contábil a cada dia passa por um processo de inúmeras mudanças significativas, trazendo consigo informações e novos métodos de trabalho que se tornam indispensáveis para as tomadas de decisões. Dessa maneira, com a informatização e as novas tecnologias colocam em evidência a indispensabilidade em se atualizar e desenvolver.

Com o processo de Informatização e expansão da Internet novos modelos de trabalho são adotados, deixando para trás velhas e ultrapassadas rotinas operacionais, consequentemente cedendo espaço para novas técnicas implementadas pela modernização sistemática dentro das instituições.

Diante deste cenário, pode-se dizer que a informatização e a tecnologia quando aliadas da Contabilidade assumem um papel fundamental na transmissão e processamento de dados de extrema relevância, gerando assim informações gerenciais valiosas para todos os setores de uma determinada organização. Com isso, surge como principal indagação do trabalho: Qual a importância da Tecnologia da Informação nos sistemas contábeis e administrativos?

A justificativa deste trabalho está baseada na possibilidade da tecnologia e a informática serem diferenciais de competitividade, no qual podem ser considerados ferramentas indispensáveis no processo de tomada de decisões e principalmente na solução de problemas, visto que as informações tornam-se mais precisas e consequentemente melhorando os serviços que são oferecidos.

A Tecnologia da Informação apresenta grandes revoluções na área contábil, proporcionando melhorias e otimização dos serviços prestados. Dessa forma, faz com que o profissional da área busque capacitações e obtenções de conhecimentos e novas metodologias de trabalho, considerando que o não acompanhamento das evoluções tecnológicas gera prejuízos financeiros para as empresas e consequentemente perdem espaço para as demais concorrentes.

Apresenta-se, então, como objetivo geral do trabalho, identificar a importância da Tecnologia da Informação nos sistemas contábeis e administrativos empresariais, tendo em vista sua aplicação para o melhor desempenho do processo gerencial e decisório. Seus objetivos específicos são: explicar sobre o processo de evolução da informatização e tecnológico nos sistemas Contábeis; identificar de que forma a Tecnologia da Informação vem se instalando nos processos Contábeis e Administrativos e apresentar os impactos da Tecnologia da Informação para os processos gerenciais e tomada de decisões.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. EVOLUÇÃO DA CONTABILIDADE

Em razão de ser uma das mais antigas ciências do mundo, a Contabilidade já havia vários registros de técnicas contábeis em períodos das antigas civilizações.

Desse modo Sá (2006) apud Oliveira e Malinowski (2016), destaca que as primeiras inscrições contábeis são da época pré-histórica, tendo também inscrições no Brasil, o que reforça a fundamentação teórica supracitada. Que leva à certeza de que a sociedade, desde que foi constituída está intrinsecamente ligada à ciência contábil e ao controle da propriedade. Cabe ainda ressaltar, que essas inscrições, segundo o mesmo autor, são primeiramente demonstradas em símbolos, e que na América do Sul datam de

mais ou menos 10 mil anos, como se observou no Peru, provando sofisticação de conhecimento.

A Contabilidade, segundo Agostine e Carvalho (2014), existe desde os primórdios da história da humanidade e tem passado por constantes evoluções em vários âmbitos como em aspectos culturais, econômicos, políticos, sociais e científicos. O seu processo de desenvolvimento e expansão se deu a medida em que o ser humano buscava novas ferramentas para se aperfeiçoar.

De acordo com Palhares e Rodrigues (1990) apud Agostine e Carvalho (2014), as primeiras movimentações de atividades comerciais ocorrem por volta de 4500 a.C., no qual as primeiras civilizações como os sumérios, assírios e etc. que povoavam a Mesopotâmia empenhavam-se em agricultura e conseqüentemente a partir desse momento as cidades começam a aparecer e desenvolver o comércio.

Com o desenvolvimento das atividades comerciais e surgimento das cidades, há a necessidade de se fazer registros de informações das riquezas dos comerciantes, logo, a contabilidade se desenvolveu a partir dessa necessidade (AGOSTINE E CARVALHO, 2014). Segundo Silva, Silva Neto, Cerqueira (s.d.) à medida que o homem ia adquirindo bens, patrimônios, produtos, se tornava complicado ter que armazenar esses dados apenas em tabuas de barro, onde se originou os primeiros registros. Esses registros eram feitos de forma simples, e com argila crua, que não tinha tanta durabilidade, depois passou a ser com argila cozida para que melhor fosse conservado esses registros.

Esses métodos de registros foram perdendo espaço, pois veio evoluindo com aumento de dados que eram necessários ser registrados, passando a ser diários, e determinados por períodos como o balancete mensal e balancete anuais, que através desses dados já era possível ver o embate do negativo e positivo (SILVA, SILVA NETO, CERQUEIRA, s.d.).

No decorrer dos anos a contabilidade foi recebendo claramente um avanço na sociedade, conforme as operações econômicas se modificavam e se tornavam mais complexas, era notável a necessidade de poder controlar seu patrimônio, no cogitar de ganhos e perdas. Com o avanço no crescimento da contabilidade, e com o aumento das necessidades das informações, abertura do comércio internacional e inclusão econômica mundial, a ligação com outros países tornou consecutivo. No ano de 2007 no Brasil as normas internacionais da contabilidade foram adotadas para acompanhar o processo das mudanças econômicas (AGNOLIN, 2017).

Foi então que surgiu a era digital, que se tornou um marco para história da contabilidade, possibilitando o melhor acesso nas comunicações com sistemas e facilitando o serviço de um profissional contábil, sucedeu uma relevante mudança nos registros primitivos, onde teve a substituição por um trabalho mais rápido, eficiente e transparente, possibilitando o avanço na administração da empresa e dessa forma ocasiona uma boa preparação até aos colaboradores da empresa, pelo fato da comunicação ser mais constante (BRASIL, 2022).

## 2.2. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

A Tecnologia da Informação, de acordo com Assis (2022), é o conjunto de todas as atividades e soluções aparelhadas por recursos computacionais que conseqüentemente possibilitam o gerenciamento e uso de informações, sejam elas pessoais, empresariais,

comerciais e etc.

Segundo Almeida e Oliveira (2018), o processo de integração da informação e a utilização de novas tecnologias resulta em uma boa comunicação entre os setores de uma empresa, assim como também no ambiente e mercado em que está inserida. A tecnologia passa a ser uma ferramenta de extrema relevância dentro do processo empresarial, visto a sua capacidade em gerar informações de confiabilidade e com rapidez.

A Tecnologia da Informação (T.I) está sempre desenvolvendo ferramentas importantes para uso em cada setor de forma específica e que possa ser realizadas atividades com mais praticidades. Profissionais e escritórios contábeis conseguem ter acessos a alguns privilégios que podem acrescentar no mercado, tendo um alcance maior de clientes, gerando um aumento na concorrência, com redução de custos e podendo usar de atividades com um maior desenvolvimento de inovação, fortalecendo o uso de alguns recursos para o desenvolvimento de conhecimentos especializado. Com a ajuda de sistemas específicos, é provável que se obtenha um possível resultado de informações com soluções mais rápidas e precisas, e permanecer a competitividade (MARTINS, 2012).

Para Sasso, Rosa E Barbosa, (2011) apud Souza (2020):

A tecnologia está a cada dia mais indispensável a contabilidade, a profissão contábil evoluiu de técnicas manuais para serviços totalmente automatizados, onde o profissional da contabilidade tem que se especializar também na tecnologia da informação para se manter no mercado de trabalho.

A (T.I) tem possibilidade de ser definida por determinado grupo de várias atividades e resultados providos dos métodos de computação, pelo fato da T.I ter tantas funções, elas são ligadas a diversas áreas, que se encontram com muitas concepções e não conseguem ter um resolutivo por completo. Esse termo da tecnologia serve para denominar um grupo de meios tecnológicos e computacionais para desenvolvimento e a utilização desses conhecimentos (ELETRA FUNDAÇÃO DE PREVIDÊNCIA PRIVADA, 2020).

A TI não se delimita somente a equipamentos, programas e comunicação de dados, tem também as tecnologias relacionadas ao planejamento da informação, o desenvolvimento do sistema, do suporte ao software, dos processos na produção e execução, também relacionada ao suporte do hardware e assim por diante, isso é um conjunto de planejamentos, tem que ser observado qual o melhor sistema a desenvolver para que venha suprir a necessidade do cliente, possibilitando um maior desenvolvimento para que o operacional possa proceder de forma esperada e que esteja de acordo com a exigência do comprador do sistema (ELETRA FUNDAÇÃO DE PREVIDÊNCIA PRIVADA, 2020).

O Interessante é que através dessas tecnologias, pequenas, medias e grandes empresas, baseiam-se para melhor alcançar uma produtividade e competitividade, por meio de passos simples capacitados pelo ramo de cada empresa, muitas alcançam o êxito e conseguem maiores possibilidades. (ELETRA FUNDAÇÃO DE PREVIDÊNCIA PRIVADA, 2020).

Para Sá (2006) apud Souza (2020) A tecnologia da informação é hoje a principal ferramentas para promover o processamento de dados contábeis pela sua agilidade, confiança e eficiência na prestação de serviços contábeis para o gerenciamento das

atividades empresariais.

### 2.3. A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA CONTABILIDADE

A utilização da Tecnologia da Informação no ramo da Contabilidade disponibiliza de uma nova forma de observar processos contábeis. A organização patrimonial dependem de uma avaliação contábil para que possam ser permitidos registros de todas os fatos financeiros e econômicos que geram custos e valores mensais relacionados a empresa ou outras organizações, que necessitam desse tipo de demonstrativos financeiros, possibilitando que os administradores consigam ter uma posição da situação e da organização. Com a utilização da Tecnologia da informação, os organizações mudaram os seus procedimentos (CORAZZIM, 2017).

E no decorrer desses anos a internet vem se destacando em nosso meio e se tornando um grande instrumento de máxima importância em setores empresariais, evidentemente buscando mais rapidez e práticas nos processos contábeis e administrativos, facilitando o Trabalho dos profissionais da área. (SOUZA, TEODORO e FERRAZ, 2015).

De acordo com Girardi (2007), a Tecnologia da Informação é a principal responsável por diversas inovações em âmbitos empresariais e contábeis. Vem se consolidando com o passar dos anos como uma ferramenta determinante para a Ciência Contábil e demais organizações empresariais, sendo assim, pode ser considerada como um ponto forte de competitividade.

A tecnologia da Informação oferece mais habilidades e facilidades nas práticas de trabalho no ambiente social, empresariais e administrativas e para os profissionais contábeis não é o contrário. Como a maioria dos trabalhos contábeis antigamente eram realizados de forma manual, e com utilização de muitos papeis, atrasando o processo de envios de informações precisas para que tivessem valores ou dados essenciais que um empresa precisa, e a inovação que a TI visou para que tivesse um índice maior de produtividade e agilidade facilitou de forma clara e objetiva esses profissionais, pois esse sistema possibilita envios de dados por meio de sistemas qualificados para envio de informações, amenizando o trabalho manualmente, única preocupação que é exigida ao profissionais é compreender principalmente análises das informações para que possa ser atendida expectativas dos clientes (CORAZZIM, 2017).

Para Santana e Guimarães (2020):

A contabilidade digital contribui para o aumento da performance e ganho de produtividade. É a evolução tecnológica transformando o mercado contábil, o mundo digital está em constante evolução e era certo que chegaria aos serviços contábeis. As ferramentas digitais aumentam a capacidade dos contadores de interpretar e relatar dados com mais eficiência e rapidez.

Com o grande desenvolvimento tecnológico, a busca por excelência do desenvolvimento das informações tem tornado um dos principais objetivos nos escritórios contábeis. Na atualidade há um grande avanço dessas tecnologias, que se torna essencial para a utilização de ferramentas que tenham um maior desenvolvimento de produtividade e satisfação por parte dos profissionais, pois trabalhos que se tornavam difíceis, hoje com essas informações passam a ser de forma mais pratica, possibilitando a

agilidade nos processos que são solicitados. Para o ramo da contabilidade essas TIs se torna grandes parceiras na hora dessas execuções de trabalhos, trazendo inovação sempre para os escritórios, e esse avanço só tem a se desenvolver cada vez mais (OLIVEIRA; MALINOWSKI, 2013, p. 45).

## 2.4. SPED

Os avanços tecnológicos ocorridos no mundo, principalmente no que diz respeito a Tecnologia da Informação, e a sua aplicação no setor contábil possibilitaram a mudança de processos que eram realizados manualmente para o que se chama hoje de padronização das informações (RUSCHEL, FREZZA e VTZIG, 2011). Com relação a padronização das informações, os autores Ruschel, Frezza e Vtzig, (2011) afirmam:

Essa padronização se deve aos grandes avanços tecnológicos, principalmente no que diz respeito à tecnologia da informação (TI), que possibilita a integração de todas as informações geradas pelas organizações, permitindo que contadores e empresários mantenham softwares adequados, capazes de suprir as exigências impostas pela legislação fiscal, e, conseqüentemente, tornarem estas informações úteis para a tomada de decisão. (p.10).

Estabelecido pelo Decreto nº 6.002, de 22 de Janeiro de 2007, o Sistema Público de Escrituração Digital (SPED) onde faz parte de um Programa de Aceleração do Crescimento do Governo Federal (PAC 2007 - 2010) estabelece em mais um crescimento de informação em relação ao fisco e os contribuintes. O Sistema Público de Escrituração Digital (SPED) pretende melhorar o ambiente de negócios no País, com redução dos Custos no Brasil, desenvolvendo uma alta qualidade de modernização nos processos de registros de integração na administração pública e as empresas, visando um melhor desenvolvimento financeiro e organizado em todo o território nacional.

O SPED Fiscal, nomeado também como EFD (Escrituração Fiscal Digital), nome concedido pelo processo de escrituração digital da Receita Federal (GUERRA, 2019).

Através dele, a Receita Federal juntamente com os órgãos fazendeiros estaduais recebem informações dos contribuintes que são precisas para o aprimoramento e desenvolvimento dos Impostos sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e Imposto sobre o Produtos Industrializados (IPI). (GUERRA, 2019).

O SPED, com toda a sua dimensão, é uma ferramenta que junta as atividades de aceitação, validação, conservação e comprovações de livros e documentos que compõem as escriturações comerciais e fiscais dos empresários e dos círculos de empresários individuais, conforme ao fluxo de informações digitais únicas (ALMEIDA, 2010).

A praticidade nos acessos de escriturações, que algumas ainda não estão disponíveis em um tempo real, desenvolvem possibilidades de escolhas dos contribuintes e, quando se possibilita ações de auditorias, gerando uma redução significativa no tempo de desenvolvimento da escrituração do processo dos registro (ALMEIDA, 2010).

Conforme Guerra (2019), as informações que pertencem ao SPED Fiscal se referem a:

- Registros fiscais de entrada e saída (mercadorias, transportes, serviços comICSM);

- Apuração de impostos;
- Cadastros de produtos, estabelecimento, clientes, fornecedores;
- Informações adicionais;
- Dados de produção (o que foi produzido, o que entrou e o que saiu);
- Estoque / inventário;
- CIAP – Controle de Crédito de ICMS (Ex: quais foram os equipamentos utilizados para produção que geraram crédito para sua empresa?);
- Informações específicas de alguns setores (combustível, energia elétrica, usinas).

Antigamente no Brasil o SPED, supostamente em virtude de emissão de notas fiscais eletrônicas, e lançamentos contábeis, fiscais e de constituição e transferências de diferentes citações equivalentes, ocasionara evoluções de mudanças nas empresas e suas organizações, com um reflexo de positividade para a população que já utilizam esse software. Diante de uma evolução de grandes desenvolvimentos positivos na administrações das empresas e nas gerações do fisco, transpassando por outras profissões, principalmente nas áreas contábeis e jurídica, principalmente no direito tributário (CARLOS e SOUZA, 2019).

De acordo com Guerra (2019), para empreendedores que gerenciam suas empresas de pequeno, grande e médio ou grande porte, possuem diversas vantagens claramente visíveis, entre elas estão:

Agilidade nos processos: antigamente era necessário ir até a receita federal buscar as devidas informações sobre os documentos necessários para que fossem possível prestar as contas junto ao governo esse processo manual era desgastante, mas chegou ao fim com o SPED. Hoje empresas com o auxílio desse software conseguem resultados mais precisos e certos dessas informações e com uma boa praticidade, com um tempo de espera bem menor, pois para o arquivo ficar pronto e ser enviado ao PVA tem uma duração de mais ou menos 2 horas de download (GUERRA, 2019).

Redução de custos: pois o uso desnecessários de papéis que eram entregues na receita, passam a ser processos totalmente digitais, facilitando a rotina da empresa, consequentemente sendo algo economicamente positivo para a empresa (GUERRA, 2019).

Praticidade na Rotina empresarial: a rotina do dia a dia nas empresas tornam mais ativos, por fim, ela contribui para certificar da otimização de métodos, auxiliando e ampliando a taxa de produção dos colaboradores possibilitando a diminuição de gastos que não são necessários em uma organização empresarial (GUERRA, 2019).

De acordo com Martins et al. (2016), o SPED é um recurso tecnológico, com o finalidade de mudar os desempenhos mecânicos, autenticando os arquivos digitais dentro de um modelo padrão e exclusivos, com o intuito de limitar a complexidade. O SPED modernizou a sistemática no comportamento das obrigações acessórias pelos contribuintes às administrações tributárias e aos órgãos competentes.

### 3. METODOLOGIA

Com relação aos aspectos metodológicos a pesquisa classifica-se quanto aos meios como bibliográfica e quanto a natureza como qualitativa, uma vez que serão utilizados materiais publicados referente ao tema. Quanto aos fins, a pesquisa é considerada como e explicativa. No que diz respeito ao Instrumento de Coleta, aplica-se o método de análise de materiais. O instrumento de análise de dados a serem utilizados na pesquisa é a Análise de Conteúdo, na qual serão feitas interpretações e análises dos processos de implementação da informatização e internet nos sistemas contábeis e administrativos, assim como também seus impactos nas tomadas de decisões gerenciais.

A Tecnologia da Informação é um sistema que vem gerando grandes impactos e mudanças no setor contábil e administrativo, trazendo como consequências melhorias e otimização dos serviços prestados. Nesse sentido, há necessidade que os profissionais da área busquem capacitações e conhecimento das novas metodologias.

Tendo em vista este cenário, pode-se dizer que a informatização e a tecnologia quando aliadas da Contabilidade assumem um papel fundamental de extrema relevância na transmissão e processamento de dados, gerando assim informações gerenciais valiosas para todos os setores de uma determinada organização.

A metodologia, segundo Bloise (2020), é um auxílio que orienta nas normas de investigação para a tomada de decisão oportunas na busca do saber e da formação crítica e hábitos necessários a investigação específica, é uma ferramenta indispensável para que seja capaz de atingir o objetivo do trabalho.

De acordo com Goldenberg (2009) apud Bloise (2020), a metodologia busca ensinar o pesquisador a dispor de uma visão crítica e científica, consequentemente ampliando seu pensamento científico, criativo, organizado e claro.

Este trabalho acadêmico será explanado com base em pesquisas em artigos científicos a quais demonstram o avanço e a melhoria da contabilidade com a tecnologia da informação, assim como também a utilização de livros, dissertações e teses que já foram publicados a respeito dos impactos do processos tecnológicos na área contábil.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Contabilidade é uma ferramenta de gestão que existe desde os primórdios da história da humanidade. O seu desenvolvimento e expansão se deram a medida em que o ser humano buscava novos meios para se aperfeiçoar. A expansão das atividades comerciais e o crescimento das cidades, houve uma preocupação em se fazer registro das informações referentes às riquezas dos comerciantes, consequentemente, a contabilidade se desenvolve a partir dessa necessidade.

Com o passar dos anos a contabilidade veio passando por inúmeros processos de transformações, consequentemente trazendo consigo novos métodos de trabalho capazes de influenciar positivamente o processo de tomada de decisões. Devido aos avanços que a sociedade veio passando no decorrer dos anos, as operações econômicas passaram também por modificações e se tornavam mais complexas, percebeu-se a necessidade de controlar o patrimônio, evitando as perdas e o aumento dos ganhos.

Diante desse contexto, pode-se dizer que a informatização e o surgimento de novas tecnologias colocam em evidência a indispensabilidade em se atualizar e desenvolver-se. A Tecnologia da Informação é um sistema que gera grandes impactos no setor contábil,

consequentemente trazendo melhorias, otimização e agilidade nos serviços prestados, dessa forma os profissionais que atuam na área precisam estar capacitados e conhecer as novas métodos de trabalho.

O surgimento da Era Digital, torna-se um grande marco para a história da humanidade e da contabilidade, uma vez que possibilitou o melhor acesso nas comunicações com sistemas e facilitando a mão-de-obra do profissional contábil, foi um grande passo para o processamento de novos métodos de registros, deixando para trás os registros primitivos e dando espaço para um trabalho mais rápido e eficaz.

O processo de Informatização e a Tecnologia da Informação quando aliadas a Contabilidade assumem um papel fundamental de grande relevância na transmissão e processamento de dados, com isso gera informações gerenciais valiosas para todos os setores das empresas e organizações de modo geral. Assim como também possibilitaram a mudança de processos que eram realizados manualmente para o que se chama hoje de padronização das informações.

Com os avanços e desenvolvimentos tecnológicos, a busca por excelência no processamento das informações tem se tornado um dos principais objetivos nos escritórios de contabilidade. Esses avanços trazem como consequência, para as empresas e a sociedade, aumento da produtividade e com eficiência, além de trazer satisfação por parte dos profissionais, uma vez que trabalhos que eram considerados complexos, passam a ser resolvidos com mais agilidade.

O grande exemplo da aplicação da Tecnologia da Informação na contabilidade é o Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), estabelecido pelo decreto nº 6.002, de 22 de Janeiro de 2007, esse sistema que tem como objetivo estabelecer o crescimento de informações em relação aos fiscos e os contribuintes.

O SPED busca melhorar os ambientes de negócios no Brasil, visando a redução de custos, assim como também desenvolvendo uma alta qualidade de modernização nos registros de integração na administração pública e as empresas, buscando melhorar o desenvolvimento financeiro e organizado em todo o território nacional.

## 5. CONCLUSÃO

O presente artigo buscou descrever a importância da Tecnologia da Informação nos sistemas contábeis e administrativos empresariais, levando em consideração a sua aplicação para o melhor desempenho do processo gerencial e decisório.

Um exemplo prático da importância da Tecnologia da Informação nos sistemas contábeis e administrativos empresariais é a adoção de softwares de contabilidade integrados. Esses sistemas permitem que as empresas automatizem tarefas rotineiras, como lançamento contábeis, conciliação bancária e elaboração de relatórios financeiros.

Realizou-se uma explanação referente a evolução da Contabilidade, as definições de Tecnologia de Informação, sua aplicação na setor contábil e a apresentação sobre o Sistema Público de Escrituração Fiscal, visando a mostrar os resultados da contabilidade digital e o quanto ela é importante para os escritórios, tendo resultados positivos para os usuários do ramo da contabilidade quanto para os clientes.

Com o uso desses softwares, as informações contábeis ficam mais organizadas, acessíveis e precisas. Isso facilita o trabalho dos profissionais contábeis, economizando tempo e reduzindo erros manuais. Além disso, os gestores têm acesso a relatórios

atualizados em tempo real, permitindo uma visão mais clara da situação financeira da empresa e auxiliando na tomada de decisões estratégicas. Percebe-se, então, durante a execução do trabalho o processo tecnológico e a informatização são diferenciais de competitividade, uma vez que são consideradas ferramentas indispensáveis no processo de tomada de decisões e na solução de problemas.

Além disso, durante os avanços da tecnológicos a busca por excelência no processamento das informações se tornaram um dos principais objetivos dos escritórios contábeis. A Era Digital trouxe novos meios e técnicas na realização de trabalho do setor contábil, assim como também geram informações mais precisas e conseqüentemente melhorando os serviços que são oferecidos, dessa forma originando informações gerenciais valiosas para todos os setores de uma organização. De modo geral, pode-se dizer que a Tecnologia da Informação é um sistema que vem gerando grandes impactos e mudanças no setor contábil, trazendo como conseqüências melhorias e otimização dos serviços prestados.

## REFERÊNCIAS:

- [1] AGOSTINI, Carla; CARVALHO, Joziane Teresinha de. **A Evolução da Contabilidade: seus avanços no Brasil e a harmonização com as normas Internacionais.** *s.l., s.n.*, 2014.
- [2] AGNOLIN, Tatiane Daniela. **A importância da Tecnologia da Informação na Contabilidade: Um Estudo em uma empresa de Prestação de Serviços Contábeis em Caxias do Sul – RS.** Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação. Departamento de Ciências Sociais, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2017.
- [3] BRASIL. Casa Civil. **Decreto RFB n. 6022, de 22 de janeiro de 2007.** Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6022.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6022.htm)>. Acessado em: 28/11/2022.
- [4] BLOISE, Denise Martins. A importância da metodologia científica na construção da ciência. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento.** Ano 05, Ed. 06, Vol.06, pp. 105-122. Junho de 2020.
- [5] CORAZZIM, Giovanni. A Tecnologia da Informação na Contabilidade. **Revista Gestão em Foco,** Edição nº 9, Ano: 2017.
- [6] ELETRA Fundação de Previdência Privada. **Tecnologia da Informação,** 2020. Disponível em: <[http://eletra.org.br/tecnologia-da-informacao/#:~:text=A%20Tecnologia%20da%20Informa%C3%A7%C3%A3o%20\(TI,consegue%20determin%C3%A1%20Dla%20por%20completo](http://eletra.org.br/tecnologia-da-informacao/#:~:text=A%20Tecnologia%20da%20Informa%C3%A7%C3%A3o%20(TI,consegue%20determin%C3%A1%20Dla%20por%20completo)>. Acessado em: 23/11/2022
- [7] GIRARDI, José Clayton. **Utilização de Tecnologia da Informação nos escritórios Contábeis da grande Florianópolis/SC.** Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Agosto de 2007.
- [8] GUERRA, Feliipe. **Sped Fiscal: o que é e como funciona?.** Blog IPOG, 2019. Disponível em: <<https://blog.ipog.edu.br/contabilidade/sped-fiscal/>>. Acessado em: 23/11/2022.
- [9] MARTINS, K. et al. Sistema público de escrituração digital (SPED): como as principais universidades da grande Florianópolis estão preparando os acadêmicos para a era digital da contabilidade? **Revista Unemat de Contabilidade,** v. 7, n. 13, p. 22–36, 2018.
- [10] MARTINS, Pablo Luiz Martins *et al.* Tecnologia e Sistemas de Informação e Suas Influências na Gestão e Contabilidade. *In:* Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, IX SEGet, 2012. **Anais:** São João Del Rei, 2012.
- [11] OLIVEIRA, Diego Bianchi de; MALINOWSKI, Carlos Eduardo. A Importância da Tecnologia da Informação na Contabilidade Gerencial. *Revista de Administração. Paraná,* v. 14, n.25, 2016. Disponível em: <<http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/view/1596/2249>>. Acessado em: 23/11/2022.

- [12] OLIVEIRA, André Luiz Martins de; PEREIRA, Daiane Aparecida. **A Evolução da Contabilidade na era da Tecnologia da Informação**. Univás- Pouso Alegre/MG., *s.n., s.d.*
- [13] PRDANOV, C. C.; FREITAS, E.C. **Metodologia do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa do trabalho acadêmico. 2ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- [14] RUSCHEL, Marcia Erna; FREZZA, Ricardo; UTZIG, Mara Jaqueline Santore. O impacto do sped na Contabilidade: desafios e perspectivas do profissional contábil. **Revista Catarinense da Ciência Contábil** – CRCSC – Florianópolis, v. 10, n. 29, p. 9-26, abr./jul. 2011.
- [15] SILVA, Eleandra Holander da; SILVA NETO, Isauro Ferreira da; CERQUEIRA, Claudia Cleomar Araújo Ximenes. **Evolução e Teoria da Contabilidade**: Análise da Concepção Acadêmica a luz da Ciência Contábil *s.l., s.n., s.d.*
- [16] SOUZA, Dalva Inês de; MULLER, Deise Margô; ROMEIRO, Solange Bianco B. **Manual de orientações para projetos de pesquisa**. Fundação Escola Técnica Liberato Salzano Vieira da Cunha. Novo Hamburgo, 2013.
- [17] SANTANA, Rodrigo; GUIMARÃES, Tiago Fernandes. **Contabilidade digital**. Disponível em: <https://cutt.ly/VgQHKjd>. Acessado: 28/11/2022.
- [18] SOUZA, Carlos Eduardo Dias. **A Importância da Tecnologia da Informação nos Serviços Contábeis e seus Impactos**. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação. Faculdade de Educação e Meio Ambiente – FAEMA, Ariquemes, 2020.
- [19] SOUZA, Elenice Santos de; TEODORO, Juliane; FERRAZ, Luciana Maria Santos. A Importância da Tecnologia da Informação na Contabilidade. **Anais**: 13º Encontro Científico Cultural Interinstitucional – 2015, ISSN 1980-7406.

# Capítulo 8

## *Proposta e estratégia para a qualidade de atendimento ao cliente: treinamentos em equipe*

*Renata Carvalho Torres*

*Maisa Caxias Sores*

**Resumo:** A qualidade de atendimento ao cliente e treinamentos em equipes, é de fundamental importância para as organizações, devido ao alto grau de competitividade do mercado e de grandes exigências dos consumidores. Diante deste contexto a pesquisa tem como problemática: De que forma os treinamentos em equipes podem contribuir para a qualidade de atendimento e desenvolvimento dos colaboradores e redução da insatisfação dos clientes da empresa M C Torres Ltda? Dessa forma tem como objetivo geral, analisar como os treinamentos de equipes contribuem na melhoria de atendimento aos clientes. Assim o artigo buscou compreender os conceitos de treinamento e desenvolvimento de equipes na satisfação dos clientes, por meio de pesquisa qualitativa e bibliográfica, a partir dos dados coletados e aplicação das ferramentas gerenciais, visando os melhores resultados. A partir da coleta de dados pode-se identificar ações primordiais e propostas para aplicação na empresa; treinamentos em vendas, captação de recursos, contratação de funcionários. A proposta contribui para a melhoria da empresa, tornando os colaboradores mais capacitados para contribuir no desenvolvimento da organização.

**Palavra-chave:** Qualidade, treinamentos, motivação, planejamento, competitivo.

## **1. INTRODUÇÃO**

Atualmente o mercado apresenta alto grau de competitividade, as empresas, organizações, os comércios em geral, necessitam estar cada vez mais atentos as modificações e ao alto grau de exigências dos clientes. Pois fidelizar, manter a carteira de clientes sempre ativos, satisfeitos, conquistar novos, requer que as empresas inovem em treinamentos, cursos, palestras, para qualificar os colaboradores e assim eles possam estar sempre motivados a recepcionar bem a cliente.

Um cliente bem atendido, tem vontade de voltar e ainda pode ajudar a divulgar os serviços das organizações, levando boas informações de atendimento, dos produtos, preços, serviços, ambiente, e assim ajudar positivamente na imagem da empresa. Nesse sentido formula-se a seguinte problemática: De que forma os treinamentos em equipes podem contribuir para a qualidade de atendimento e desenvolvimento dos colaboradores e redução da insatisfação dos clientes da empresa M C Torres Ltda?

O presente artigo tem como objetivo geral: Analisar como os treinamentos de equipes contribuem na melhoria de atendimento aos clientes. Tendo como objetivos específicos: Compreender como os treinamentos e desenvolvimento em equipes influenciam na qualidade de atendimento e satisfação do cliente; identificar os tipos de treinamentos associados a qualidade no atendimento ao cliente e sugerir ações de treinamentos na empresa que contribuam na melhoria do atendimento e qualificação dos colaboradores.

O treinamento em equipes dos colaboradores, pode resultar em melhorias na qualidade de atendimento aos clientes, satisfação, motivação dos colaboradores. Pois os clientes são de fundamental importância para manter o comércio ativo, e os colaboradores são peças primordiais para contribuir na qualidade de excelência e ajudar a manter a clientela fidelizada. Assim o treinamento tem o objetivo de capacitar, qualificar os colaboradores a ter uma visão mais moderna e ativa para executar tarefas com maiores habilidades, além de contribuir para o desenvolvimento pessoal, e conseqüentemente contribuir nos ganhos financeiros da empresa, conquistando novos clientes.

O método da pesquisa foi realizado através da aplicação de entrevista com o gestor, além disso apresenta uma abordagem qualitativa e tem caráter exploratório, realizado na empresa M C Torres Ltda, com o objetivo de identificar fatores que afetam a insatisfação do cliente e utilizando as ferramentas gerenciais como forma organizar as ações de melhoria para a empresa.

O artigo será estruturado em três capítulos: O primeiro foi pesquisado artigos no google acadêmico sobre a temática de treinamentos, a sua importância, os tipos de treinamentos e seus benefícios. O Segundo apresenta a metodologia, onde são apresentados os procedimentos metodológicos e a caracterização do objeto da pesquisa e no terceiro a análise dos pontos fracos da organização e as propostas de soluções em relação ao treinamento.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE**

Para Silva (2019), a qualidade pode ser interpretada de diversas formas, dependendo da observação de cada um, pois os clientes estão cada vez mais exigentes e sempre procuram por ambientes limpos, com bom atendimento, organizados,

diversidade de produtos, preços baixos, e contribui como uma alerta as instituições a melhorar cada vez mais.

Dessa forma, qualidade é a maneira para chegar ao máximo da perfeição, torna-se uma obrigatoriedade da rotina diária das instituições, no atendimento, ambiente, produtos disponibilizados, preços, ofertas, que poderá levar a resultados satisfatórios aos clientes. É perceptível que a qualidade no atendimento ao cliente implica em várias circunstâncias, e assim motiva o empreendedor a se preparar na qualificação e aperfeiçoar-se, para concorrer com as constantes mudanças e transformações do mercado.

Além disso, Pasqualotto e Beduschi (2022), explana que a uma boa comunicação é de grande relevância para que haja um atendimento de qualidade, está relacionado a abordagem ao cliente, a forma como é repassada e interpretada, entre as pessoas, tornando-se uma prática comum. O compartilhamento de ideias certas dentro das empresas, contribui para o seu desenvolvimento, pois a comunicação despertará o cliente a ser comprometido e assim aumentará a carteira de clientes, trazendo créditos as instituições.

Sendo assim, comunicar-se adequadamente, chamará atenção do cliente, tornando-se um dos referenciais da instituição, a transmissão de informações, é um dos pilares para que as instituições possam se destacar perante o cenário de grande concorrência no mercado atual. Essa prática tem grande importância para que os colaboradores possam desempenhar um atendimento adequado e satisfatório, superando as expectativas do cliente.

Segundo Las Casas (2021), o atendimento apresenta vários fatores para ser considerado um serviço de qualidade que satisfaça os anseios dos clientes. Assim sendo, o marketing é um fator, pois tem condições para contribuir e ajudar a melhorar a imagem das instituições, pois ele cria, entrega, comunica, distribui, e proporciona valor que possa satisfazer as necessidades o público desejado.

Em vista dos argumentos apresentados, a qualidade pode ter diferentes interpretações e entendimentos, sendo assim, a estrutura do local, ambiente higienizado, climatizado, profissionais com boa aparência, motivados, também são características da qualidade. Portanto, faz-se necessário que as empresas programem, organizem, promovam eventos para desenvolver atividades que aumente a capacidade e desempenho dos profissionais, isso implica no ramo operacional, recursos humanos, e assim chegar ao objetivo de grandes resultados. Abaixo quadro 1 com critérios de avaliação da qualidade em serviços:

**Quadro I - Critérios de Qualidade em Serviços**

Critérios	Conceito
<b>Comunicação</b>	Troca de informações entre receptor e emissor.
<b>Cordialidade</b>	Manifestação de simpatia, tratar bem uma pessoa.
<b>Credibilidade</b>	Confiança repassada, credito depositado nas empresas, pessoas, organizações.
<b>Oportunidade</b>	Situação favorável, que possa trazer melhoria, como acontecimento a uma situação que traga benefícios.
<b>Receptividade</b>	Característica de uma pessoa compreensiva que expressa uma boa disposição, atenção no atendimento.
<b>Fidelidade</b>	Que tem compromisso, que dão preferência pelos produtos, serviços de uma determinada empresa.

Fonte: Adaptado LAS CASAS (2021).

Os critérios e conceitos apresentados no Quadro I são frequentemente utilizados por organizações de diversos setores para avaliar a qualidade dos serviços que oferecem aos seus clientes. Esses critérios incluem aspectos como Comunicação, Cordialidade, Credibilidade, entre outros. Além disso, a avaliação da qualidade de serviços é um processo contínuo que requer o monitoramento e a análise constante do desempenho da organização em relação a esses critérios, a fim de identificar áreas de melhoria e garantir a satisfação do cliente.

## **2.2. TREINAMENTOS E DESENVOLVIMENTOS DE EQUIPES**

Azeredo (2019) fala que treinamento é uma realidade que não pode ser interrompida, pois são saberes adquiridos, para quem pretende alcançar um propósito, criando condições favoráveis no ambiente de trabalho das organizações. Com treinamentos contínuos, possibilita criar uma equipe com conhecimentos mais avançados, profissionais que possam amparar um ao outro quando necessário, além de trabalhar e agir de forma independente.

Por meio do treinamento, as pessoas melhoram suas aptidões, desempenhos em todo tipo de atividade que irá desenvolver. Investir na qualificação dos profissionais, em bons equipamentos, cursos, otimizará na decadência das instituições, na perda de clientes, na baixa lucratividade, levará ao reconhecimento e sucesso, perante ao comércio da localidade. Tendo em vista a grande concorrência, competitividade que o cenário do mercado atual está exigindo.

De acordo com Carmo e Abbad (2021), o treinamento em equipe traz respostas com mais facilidades e com maior eficiência, pois possibilitará cada um a aumentar sua produtividade nos trabalhos designados, e assim alcançar resultados de satisfação para ambas as partes. Com o passar dos anos dentro da mesma função de uma empresa, os colaboradores ficam acomodados, com conhecimento defasado, assim, uma reciclagem faz-se necessário, um programa de treinamentos para preencher essa necessidade.

Pode-se afirmar que treinar o colaborador é um investimento de grande valia, pois quando os colaboradores se sentem valorizados, conseqüentemente trará resultados positivos e expressivos para as instituições, logo fará um atendimento apropriado ao cliente, atendendo seus desejos, anseios, necessidades. Por isso faz-se necessário elaborar ferramentas para padronizar, controlar, avaliar comportamentos, competências, no processo de atendimento.

Menegon e Zambarda (2019) fala que atualmente as empresas realizam atividades de integração, treinamentos específicos, principalmente a novas contratações, para adequar o profissional, conforme os padrões das empresas. Ações que podem trazer o aumento da produtividade, eficácia nas tarefas designadas, sem treinamentos as empresas podem produzir menos e os funcionários podem estar causando prejuízo, gerando perdas perante as instituições.

Deste modo, é necessário padronizar o atendimento ao cliente, com normas, técnicas, eventos, realizar mudanças no marketing, treinamentos de vendas, motivação, atendimento ao cliente e atividades de capacitação ao quadro funcional das empresas. Tendo visão, foco para conduzir negócios, de forma comprometida com a inovação, criatividade, coragem para satisfazer as necessidades das pessoas. Pois o mercado exige a reciclagem e motivação para manter-se competitivo e com referência no cenário atual.

Conforme quadro II abaixo são apresentadas sugestões de ações de capacitação que estão relacionadas aos processos organizacionais:

**Quadro II – Tipos de treinamentos**

Treinamento	Descrição
<b>Foco no cliente</b>	Atender e superar suas expectativas
<b>Liderança</b>	Melhorar a eficiência, comunicação para conduzir as equipes
<b>Engajamento de pessoas</b>	Pessoas engajadas, é essencial para aumentar a capacidade da organização na inovação e agregar valor
<b>Abordagem de processo</b>	Coordenar as atividades para alcançar os objetivos da qualidade da organização
<b>Aprimoramento</b>	Foco contínuo no aprimoramento
<b>Decisões baseadas em evidências</b>	Tomar decisões com base na análise e avaliação de dados e informações
<b>Gestão de relacionamentos</b>	Gerenciar relacionamentos com consumidores, colaboradores e organizações

Fonte: Conforme Lima e Maranhão (2020), adaptado.

Tendo em vista o quadro II acima, são apresentados benefícios que as empresas terão caso faça a implantação dos métodos, pois trará maior satisfação na qualidade do atendimento ao cliente e colaboradores no cotidiano das instituições.

Além disso, Lins (2023) enfatiza que a capacitação e qualificação do colaborador é um recurso essencial na gestão de pessoas, sendo um fator que leva a satisfação do colaborador, um processo de aprendizagem na organização que leva a adequação em conformidade dos requisitos das instituições. Pois um colaborador e equipe com relevante grau de satisfação, levará as instituições colherem frutos satisfatórios.

Sendo assim, desenvolvimento de equipes, planejado com recursos e forma correta, consequentemente levará a satisfação dos colaboradores. É relevante treinamentos eficazes, que possam identificar e ouvir suas necessidades, desta forma, demonstrará que a empresa se preocupa com seu bem estar e sua qualificação e promoção dentro das instituições, gerando e dando liberdade para o desenvolvimento pessoal, intelectual, pois o colaborador é um patrimonial dentro da organização, sendo motivado e valorizado, levará um alto nível de satisfação.

## 2.3. FERRAMENTAS GERENCIAIS

### 2.3.1. ANÁLISE SWOT

Segundo Lima, (2021) análise SWOT consiste em fazer análise internas e externas, no qual pode identificar os pontos fortes e fracos, logo como oportunidades e ameaças, orientando a melhor decisão para as organizações. Essa análise é importante para que a empresa possa minimizar as fraquezas, dando a possibilidade de identificar falhas, planejando estratégias e assim alcançar seus objetivos, trazendo melhorias para a empresa não perder espaço no mercado.

### 2.3.2. MATRIZ GUT

De acordo com Freire et al. (2021) matriz GUT é utilizada na tomada de decisões, priorizando as tarefas e estratégias com a finalidade de analisar os problemas das empresas, priorizando o que deve ser resolvido em imediato. A sigla é definida como gravidade, urgência e tendência, critérios utilizados para demonstrar o que é prioridade, mapeando tarefas necessárias, para trazer soluções, fazendo-se necessário elaborar planos de ações para sanar os problemas identificados.

### 2.3.3. POR QUÊS

Para Figueiredo, (2020) os cinco por quês possibilitam encontrar a raiz de um problema das empresas, questionando por que ocorre tal situação, ferramenta utilizada para a qualidade, que pode ser aplicada em qualquer situação, até chegar à causa da raiz. A aplicação é indicada para problemas de poucas variáveis, com objetivo de ajudar a detectar a principal causa e assim buscar eliminar questões dos problemas, através de perguntas, possibilitando ações mais assertivas.

### 2.3.4. 5W2H

De acordo com Castelani (2019) a ferramenta 5W2H é uma lista de ações, onde apontará o que deverá ser feito, questões que propõe ações de maneira rápida e eficiente, como porque, quem irá realizar, quando, quanto custará e quando será realizado. É frequentemente utilizada como método eficiente, pois esclarece a real situação do caso, proporcionando informações consistente, eficientes para que a empresa consiga executar o que é importante em um prazo mínimo determinado a tomada de decisões.

## 3. METODOLOGIA

A pesquisa buscou primeiro compreender os conceitos de treinamento e desenvolvimento de equipes na satisfação dos clientes, por meio de pesquisa bibliográfica, no qual foram pesquisados artigos a partir do ano de 2019, acerca de treinamentos nas organizações, temática para que pudesse fomentar na pesquisa através do *Google Acadêmico*.

Segundo Moreira (2021), pesquisa qualitativa procura entender as atitudes dos usuários, cenário do mercado atual, colaboradores, considerando suas características, individualidades. Deste modo, a abordagem da pesquisa é qualitativa, pois foi realizada entrevista com a proprietária Maristela Carvalho Torres, no qual foram analisados os processos quanto o atendimento ao cliente, a fim de coletar informações sobre a empresa e coletar dados sobre a problemática que vem enfrentando.

A pesquisa assume o formato de estudo de casos, onde pode-se fazer a observação detalhada das dificuldades que a empresa sempre enfrentou quanto ao atendimento de qualidade e satisfação ao cliente no ambiente comercial. Além disso, quanto aos objetivos caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, pois o foco principal foi analisar como os treinamentos de equipes podem contribuir na melhoria de atendimento aos clientes na empresa M C Torres Ltda.

A partir de interpretações sobre a problemática da qualidade de atendimento ao cliente, quais ações de treinamentos podem ser aplicados aos colaboradores e como pode

contribuir na qualidade de satisfação dos consumidores da Empresa M C Torres Ltda. As ferramentas como análise SWOT indicaram as problemática da organização, a matriz GUT permitiu destacar e priorizar tais problemáticas, os cinco porquês auxiliaram na identificação da causa raiz e, enquanto a 5W2H contribuiu para a explicação dos procedimentos da proposta.

### 3.1. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA

A Empresa M C Torres Ltda, é um comércio pequeno que trabalha com variedades de produtos de estivas e gêneros alimentícios em geral, e atua no ramo comercial há mais de 30 anos, e tem como objetivo a qualidade no atendimento ao cliente, eventos e atividades e integração.

A empresa iniciou nos anos 90, no Bairro do Abial, na cidade de Tefé - Amazonas, com pouco investimento e poucas estivas. O proprietário teve a visão da necessidade de um comércio nessa localidade tendo em vista a necessidade dos moradores, no qual o mesmo era responsável por toda administração da loja, como realização de compras, atendimento, financeiro, estoque, e assim o comercio está sobrevivendo ao mercado. Atualmente o comercio é administrado pelo proprietário e mais dois colaboradores.

A Empresa está resistindo ao mercado, por ser o comércio mais antigo e não ter concorrência adequada e qualificada nas proximidades, pois é a única que possui grande variedades de produtos de estivas de gêneros alimentícios em geral para a comercialização e seu funcionamento é de segunda a segunda no horário de 06:30 as 22:30 horas. A empresa possui como:

**Missão:** Desenvolver um trabalho com referência, ser recomendada por seus clientes pela eficiência, comprometimento e excelência no atendimento e pelos serviços prestados na comunidade local.

**Visão:** Ampliar a estrutura do seu comercio com mais variedades de produtos, aumento da lucratividade, satisfação aos clientes, colaboradores e oferecendo produtos de qualidade.

## 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da entrevista com o gestor da empresa foram identificadas algumas problemáticas a partir da análise SWOT, problemáticas que foram explanadas pelo gestor e serão demonstradas no quadro III abaixo:

**Quadro III – Análise SWOT**

		FORÇAS	FRAQUEZAS
FATORES INTERNOS		<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiência acumulada de muitos anos no mercado.</li> <li>Público variado.</li> <li>Boa localização no bairro.</li> <li>Produtos variados e de qualidade.</li> <li>Nome forte no mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baixa motivação dos funcionários.</li> <li>Não aplica treinamentos aos colaboradores.</li> <li>Atendimento não qualificado.</li> <li>Quadro de funcionários insuficiente</li> <li>Poucas habilidades para vendas.</li> </ul>
	FATORES EXTERNOS	<th>OPORTUNIDADES</th> <th>AMEAÇAS</th>	OPORTUNIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investir em redes sociais, publicidade</li> <li>Investimento em sistema de gestão e estoque</li> <li>Realizar atividades e treinamentos qualificados</li> <li>Expandir o comercio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Surgimento de concorrentes próximo.</li> <li>Aumento no valor dos produtos no mercado.</li> <li>Perda de clientes</li> <li>Redução nas vendas dos produtos</li> <li>Baixa carteira de clientes.</li> <li>Mudança de comportamento do consumidor.</li> </ul>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Conforme o quadro III acima, é constatado que a empresa possui muitas forças e vantagens, mas possui fraquezas, no qual são cinco, onde precisa ter maior atenção, principalmente na baixa motivação dos funcionários e assim trazer melhorias a instituição.

A partir das problemáticas identificadas será feita uma priorização dos problemas, a partir da matriz GUT, no qual o gestor poderá solucionar os problemas de acordo da gravidade, urgência e tendência, conforme o quadro IV abaixo:

**Quadro IV – Matriz GUT**

Lista de Problemas	G	U	T	Pontuação	Prioridade
Baixa motivação dos funcionários	4	5	4	80	1º
Pouca habilidade para vendas	5	3	5	75	2º
Não aplica treinamentos aos colaboradores	4	5	3	60	3º
Quadro de funcionários insuficientes	4	4	3	48	4º
Atendimento não qualificado	5	3	3	45	5º

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

De acordo com o quadro IV acima da matriz GUT, a empresa apresenta três prioridades principais, sendo a terceira a não aplicação de treinamentos aos colaboradores, segunda pouca habilidade para vendas, e a primeira e principal problemática é a baixa motivação dos funcionários.

Diante do exposto, a ferramenta dos cinco porquês demonstrará que a empresa precisará, criar programas de incentivos e elaborar treinamentos semanais. Segue quadro V abaixo:

**Quadro V – Cincos Por quês**

O que?	1 Por quê?	2 Por quê?	3 Por quê?	4 Por quê?	5 Por quê?	Contra medida
Baixa motivação dos funcionários	Falta de bom relacionamento	Insatisfeitos	Tempo tumultuado	Prioridades a outras demandas	Falta incentivo	Criar programas de incentivos
Pouca habilidade para vendas	Não conseguem negociar com os clientes	Não se comunicam de forma adequado com os clientes.	Colaboradores não foram treinados adequadamente e em vendas.	A empresa não oferece treinamentos em vendas para seus colaboradores.	Não vê o treinamento em vendas como uma prioridade ou não tem recursos para investir em treinamentos	Treinamento em vendas
Não aplica treinamentos aos colaboradores	Os gestores não dão importância aos treinamentos.	Não entendem a importância dos treinamentos para o desenvolvimento dos colaboradores e para o sucesso da empresa.	Não foram treinados ou orientados adequadamente e sobre a importância dos treinamentos.	Falta de orientação adequada		Qualificar o gestor sobre importância dos treinamentos
Quadro de funcionários insuficientes	A empresa está com um volume de trabalho maior do que a capacidade atual dos funcionários.	A demanda pelos produtos ou serviços da empresa aumentou, mas a empresa não contratou novos funcionários para acompanhar o aumento da demanda	Conta apenas 2 colaboradores	Falta de recursos financeiros		Captar recursos para investimentos
Atendimento não qualificado	Falta empatia	Agilidade no atendimento	Integração na equipe	Falta de controle emocional	Habilidade técnica	Treinamento sobre atendimento de excelência

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

O quadro dos cinco porquês acima, demonstra a causa principal do problema em seguida demonstra o porquê da problemática, consequentemente apontando a raiz e logo vem sugerindo a contramedida para ajudar a sanar o que vem prejudicando a empresa, e que essas sugestões ajudem a melhorar o crescimento profissional, pessoal dos colaboradores e assim reparar as problemáticas da instituição.

#### 4.1. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

A ferramenta 5W2H demonstrará o planejamento, eventos e ações com datas e prazos, com o intuito de apontar opções que tragam melhorias, como o que, por que, onde, quando, quem, como, e quanto, com o propósito de expor as atividades a serem praticadas, com base nas informações obtidas para que possa alcançar seus objetivos, conforme quadro VI abaixo:

### Quadro VI – 5W2H

O Que?	Por Que?	Onde?	Quando?	Quem	Como?	Quanto?
Criar programas de incentivos	Pela necessidade de motivar os colaboradores.	Na Empresa	Início: 07/08/2023 Fim: 11/08/2023	Gestor	Através de reconhecimento, elogios.	R\$ 600,00 Gratificação por destaque
Treinamento em vendas	Para Reciclagem do Gestor e aumento de vendas	Na Empresa	Início: 04/09/2023 Fim: 08/09/2023	Gestor e Funcionários	Curso de capacitação em vendas pelo site Senac	R\$ 405,00 para 3 colaboradores
Qualificar o gestor sobre importância dos treinamentos	Aprimorar o conhecimento sobre atual exigência dos clientes, para promoção da satisfação	SEBRAE	Início: 10/07/2023 Fim: 14/07/2023	Diretoria	Participar de cursos quinzenais online pelo site do Sebrae com emissão de certificados	R\$ 1.500,00
Captar recursos para investimentos	Investir em variedades dos produtos, promover melhores salários aos colaboradores	Financiamento Bancário ou pela AFEAM	Início: 24/07/2023 Fim: 28/07/2023	Diretoria	Buscar junto aos gerentes de Bancos, orientações e ver as opções para conseguir o capital	R\$ 20.000,00
Treinamento sobre atendimento de excelência	Diminuir o déficit de insatisfação da clientela	Na Empresa	Início: 02/10/2023 Fim: 06/10/2023	Todos os colaboradores	Cursos online de competências e habilidades pelo site do Sebrae	R\$ 360,00 para 03 colaboradores

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Conforme as informações do quadro acima, identifica-se que a empresa tem a necessidade de investir em cursos de qualificação aos gestores, diretores e funcionários, buscar recursos financeiros para investir em variedades dos produtos, reconhecer os esforços dos colaboradores. Foram apresentadas sugestões a empresa, para pôr em prática e assim conseguir sanar eventuais situações do seu cotidiano, aplicando, planejando e que possa trazer resultados de melhorias futuras.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

Com base nas propostas sugeridas para a Empresa M C Torres Ltda, espera-se que com os treinamentos os colaboradores possam ter uma qualificação melhor e com isso possam atender de forma satisfatória e com qualidade aos clientes gerando satisfação, por exemplo aumento da lucratividade, reduzir os custos, perdas da carteira de clientes, motivando-o, desenvolver suas competências, estimular habilidades, aperfeiçoando o modo de comunicação, a empatia, encantando e fidelizando os clientes, o modo pessoal e profissional, padronizar os procedimentos da organização dos produtos, evitando as falhas operacionais, acelerar o aprendizado, trazendo benefícios direto ao profissional e a organização, trazendo soluções e inovando no dia-a-dia o atendimento, tornando o ambiente agradável e chamativo.

Além disso, possibilitará desenvolver a interação entre os colaboradores e gestor, condições para exercer suas atividades, tornando-se aptos a agregar mais valores aos produtos e serviços oferecidos, o aprimoramento do conhecimento técnico, qualificando-o para adequação e principais tendências do mercado, mantendo a equipe entusiasmada, tornando a empresa mais competitividade e com futuro prospero de crescimento, de

referência e durabilidade dentro do mercado. Os benefícios são de grandes relevâncias, tanto na produtividade quanto na qualidade de atendimento e desenvolvimento das competências para a empresa e para os colaboradores.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, o objetivo da pesquisa realizada, demonstrou a necessidade da realização de treinamentos para a organização, pois atualmente é uma atitude imprescindível para atualidade da empresa e das exigências do mercado. A qualidade de atendimento ao cliente é vista como um valor agregado aos produtos, sendo um diferencial favorável, de marca, e de grande referência para a empresa.

Na atualidade das exigências do mercado, as organizações que investem na qualificação e treinamentos para o aprimoramento dos colaboradores, tornam-se fortemente competitiva, sendo fundamental para a otimização da administração e assim alcançar seus objetivos e resultados esperados.

A pesquisa optou por diagnosticar os pontos fracos da instituição e assim observou a falta de qualidade de atendimento, e sugere investimentos em treinamento de qualidade, pois os treinamentos é a melhor opção para ajudar nas conquistas de novos clientes, na fidelização da clientela, nos lucros, motivação dos colaboradores, contratação de funcionários, qualificação do gestor, investimentos em produtos, com objetivo de aprimoramento pessoal e profissional dos colaboradores, para que possam ter um olhar comprometido e contribuir para permanência duradoura da organização.

Neste contexto, conclui-se que para alcançar o sucesso e objetivos e tornar-se em uma empresa de destaque e ativa, sugere que a empresa se disponibilize a investir em treinamentos de qualidade aos colaboradores e gestor como prioridade, e assim atender adequadamente seus clientes, para que possa alcançar com mais facilidade e de forma organizada o crescimento da instituição.

Este artigo poderá contribuir para novas pesquisas, relacionado a temática em questão, sendo como uma alternativa para o conhecimento de um estudo qualitativo e de referencial bibliográfico, de grande relevância para o mercado exigente e que vive em constantes mudanças.

## REFERÊNCIAS

- [1] AZEREDO, Fabiana Capella. Treinamento e desenvolvimento como instrumento de retenção de talentos nas organizações. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v. 10, n. 1, p. 14-30, 2019.
- [2] CASTELANI, Danilo Garcia et al. Aplicações de conceitos e ferramentas de gestão da qualidade em uma empresa de análises clínicas: Estudo de Caso. *Creare-Revista das Engenharias*, v. 2, n. 1, 2019.
- [3] CARMO, Eliane; ABBAD, Gardênia da silva. Treinamento de Equipes: uma revisão sistemática de literatura. *Revista Pretexto*, 2021.
- [4] FIGUEIREDO, Danielle Lima de. *Gestão da Manutenção: Metodologias e Ferramentas para Análises de Falhas*. 2020.
- [5] FREIRE, Rogério José Belfort et al. *Utilização da matriz Gut na análise de manifestações patológicas no prédio de uma Instituição de Ensino Superior em São Luís do Maranhão*. 2021.
- [6] LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Excelência em atendimento ao cliente: atendimento e serviço ao cliente como fator estratégico e diferencial competitivo*. M. Books, 2021.

- [7] LIMA, Thayza Priscila Matos Arruda; MARANHÃO, Thércia Lucena Grangeiro. Atendimento com Excelência e as Competências Profissionais do Colaborador: Revisão Sistemática da Literatura, 2020.
- [8] LIMA, Marcelo Augusto Aleixo de. Análise da evolução estratégica de uma empresa de confeitaria após a adoção do conceito 'private label'. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso.
- [9] LINS, Nicolly Fernandes. Clima organizacional: análise da satisfação dos operadores de telemarketing quanto ao treinamento e desenvolvimento em uma empresa de Call Center. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso
- [10] MENEGON, Elizangela Maria Pas; ZAMBARDA, Andrea Bencke. Percepção de colaboradores sobre as ações de treinamentos em uma indústria têxtil. Navus: Revista de Gestão e Tecnologia, v. 9, n. 1, p. 7-20, 2019.
- [11] MOREIRA, Angélica Santos. A qualidade do atendimento como fator de crescimento empresarial. 2021.
- [12] PASQUALOTTO, Suélen; BEDUSCHI, Eliane Fátima Strapazzon. ABORDAGEM E ATENDIMENTO AO CLIENTE. Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc São Miguel do Oeste, v. 7, p. e30474-e30474, 2022.
- [13] SILVA, Júlio César Ferreira da. QUALIDADE E EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE. 2019.

# Capítulo 9

## *O papel ético do profissional contábil no cenário econômico atual*

*Alexssander Trindade Marinho  
Meg Rocha Serra*

**Resumo:** O papel ético do profissional contábil no cenário econômico atual é o tema deste trabalho, onde têm como objetivo geral fundamentar-se na ética contábil, provando sua importância para os profissionais da área contábil. Para atingir o objetivo geral acima mencionado, foram formulados os seguintes objetivos específicos, onde buscam demonstrar a importância dos valores éticos na vida do profissional contador, discutindo sobre as aplicações, autorizações e obrigações relacionadas ao departamento de categorização de infrações e penalidades cometidas pelos profissionais contábeis. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o tema central investigado. Assim, os principais resultados apresentados neste estudo, visam destacar o papel fundamental da ética, em especial na área da contabilidade, discutindo sobre as infrações e penalidades, onde o profissional deve seguir os preceitos do código de ética que rege a profissão, devendo respeitar e agir com imparcialidade, para que haja uma tomada de decisão correta e eficaz. Portanto, a ética se torna indispensável na vida do profissional e no comportamento humano.

**Palavras-chave:** Ética, contabilidade, ética profissional.

## 1. INTRODUÇÃO

A ética profissional tem um papel muito importante, principalmente quando se trata da área contábil. A contabilidade está se tornando cada vez mais importante para registrar informações úteis e verdadeiras para a tomada de decisão. Através do vasto conhecimento interligado da ética com normas e valores, o profissional contábil tem buscado seu espaço para se manter e se regularizar no meio social.

A ética na área contábil foi definida como a delimitação do tema da pesquisa pela lealdade, transparência e integridade para com a profissão. Os objetivos financeiros estão cada vez mais presentes na vida das pessoas, o que acaba gerando uma concorrência desleal por novos clientes e fazendo com que alguns profissionais se esqueçam dos princípios éticos e morais.

É importante que o aluno, ao escolher a área contábil, saiba a importância da ética no seu trabalho diário. Aprofundar os conhecimentos técnico-teóricos permitidos e proibidos durante a formação, especialmente durante o estudo da disciplina de ética profissional organizacional. As situações a que os alunos foram expostos são comuns no dia a dia do profissional contador. Com isso, este estudo tem como objetivo demonstrar ao profissional contador o quanto importante e útil é utilizar os princípios e valores éticos em sua vida pessoal e profissional.

O objetivo geral deste trabalho é fundamentar-se na ética contábil, provando sua importância para os profissionais da área contábil. Para atingir o objetivo geral acima mencionado, foram formulados os seguintes objetivos específicos, onde buscam demonstrar a importância dos valores éticos na vida do profissional contador, discutindo sobre as aplicações, autorizações e obrigações relacionadas ao departamento de categorização de infrações e penalidades cometidas pelos profissionais contábeis. Com o objetivo de aumentar a valorização do profissional contábil, a ética na área contábil foi definida como a delimitação do tema de pesquisa pela lealdade, transparência e integridade para com a profissão.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Dentro deste referencial teórico, serão apresentados conceitos de diferentes autores sobre ética e responsabilidade do profissional contábil. Segundo Marion, Dias e Traldi (2002), o referencial teórico deve conter um panorama do que há de mais atual na abordagem da escolha do tema mesmo que as teorias atuais não façam parte de suas escolhas.

## 3. A CONTABILIDADE

A contabilidade surge da necessidade humana de recontar a riqueza e declarar seu sucesso. “Pode-se dizer, com alguma certeza, que a origem do campo de conhecimento do que então se baseia na contabilidade (Accounting em inglês, Ragioneria em italiano) é por volta do ano 4000 a.C. Ç.” (IUDÍCIBUS e MARION.2018 p.10). Com o passar do tempo a contabilidade evoluiu seus registros obrigatórios, o objetivo de fornecer informações que permitam ao gestor planejar e administrar o negócio com eficiência e segurança.

Para Iudícibus e Marion (2018, p. 10), “A contabilidade não é uma ciência exata. É uma ciência social aplicada, pois é a ação humana que gera e modifica o fenômeno dos direitos autorais.” No entanto, a contabilidade utiliza métodos quantitativos (matemática

e estatística) como sua principal ferramenta para fornecer informações que podem ajudar os usuários a tomar decisões informadas.

Para realizar os lançamentos contábeis, utiliza-se o método de dupla entrada, considerado de uso universal, apresentado pela primeira vez pelo frade franciscano Luca Pacioli. Isso dá total controle sobre a composição das ações. O mesmo se aplica a alterações no patrimônio líquido que podem levar a um ganho ou perda. Os intentos da contabilidade são listados de várias maneiras, mas os mais importantes são os planejamentos, a gestão e o apoio à decisão.

O planejamento é uma maneira objetiva de determinar o caminho mais ideal para o futuro. O controle é o meio utilizado para gerenciar e verificar o cumprimento das ações realizadas pela organização, conforme previsto e descrito pela política da empresa e seus proprietários. No processo decisório, é o conjunto de procedimentos que possibilita o alcance de metas pré-definidas no planejamento (IUDÍCIBUS et al., 2010).

Pode-se observar que, a contabilidade faz parte do cotidiano das organizações, uma ferramenta que, ao aplicar determinadas técnicas e procedimentos, é capaz de produzir as informações necessárias para o resultado mais próximo da realidade econômico-financeira das empresas.

### 3.1. A ÉTICA NA CONTABILIDADE

As palavras gregas "ethos" (ética) e o latim "mores" (moralidade) referem-se a hábitos e costumes. Moralidade é sinônimo de ética, que consiste em um conjunto de normas em um espaço específico que são reconhecidas no comportamento das pessoas. A ética e a moral conduzem à concepção natural do comportamento humano expressa através dos princípios do pensamento normal e sadio (LISBOA, 1997).

As diretrizes éticas profissionais mostram quais direitos e deveres você tem no campo de trabalho, que tem regras e condutas a serem seguidas pela profissão, que desempenha um papel importante na manutenção do equilíbrio na sala de aula. Assim, a imposição de normas torna-se essencial para uma boa conduta ética, e assim, o profissional tem o dever de se engajar na prática de atos e normas de conduta, que não só prejudicam a si mesmo, mas também a todo um grupo de pessoas ali representado.

Para Sá (2019), a consciência ética evoca um sentimento de satisfação. Podemos chamá-lo de "dever moral" ou dever moral, por sua vez, chama a atenção para o cumprimento do que é útil e necessário para a sobrevivência harmoniosa de si e do grupo, dos pares, da sociedade neste contexto o autor acredita ser um "dever" ou obrigação perante as regras de convivência.

Com o objetivo de demonstrar a convivência em sociedade, foi criado um código de conduta profissional que possibilitaria regular a área de atuação de cada profissional, estabelecendo regras, pautadas na moral e na ética. Esse código pode servir de guia para os profissionais contadores sobreviver aos problemas e dificuldades do dia a dia, contribuindo para a consolidação da ordem (WACHHOLZA et al., 2014).

O objetivo do código de ética profissional é garantir que os profissionais possam agir com bom senso e profissionalismo para com seus colegas.

Borges e Medeiros (2007, p. 64) afirmam que a ética profissional pode ser conceituada como normas tecnológicas e normas sociais estabelecidas pelas classes envolvidas. A adesão a essas normas define a natureza de um

profissional ético atingir os objetivos e o consenso da sociedade e da classe, levando em conta o que já foi apresentado.

A reflexão sobre a ética contribui para o desenvolvimento humano, nesse sentido pode-se destacar que a ética tem seu significado em atitudes, comportamentos e fundamentos, que se trata de criar ações, reflexões e controvérsias sobre seu significado, sua importância e suas relações com o homem e o mundo. Sendo de fundamental importância para a vida humana, o estudo da ética como conduta visa estabelecer níveis aceitáveis de convivência entre a sociedade e os indivíduos que a compõem (LISBOA, 1997).

Segundo Silva (2016, p.10): “No entanto, o esclarecimento do certo ou errado, bom ou ruim, ajuda a servir de guia para quem, em algum momento se encontra perdido.” Não se pode obrigar alguém a ser ético, vai depender dos valores morais de cada um, mas o que se pode fazer é deixar explícito o que é certo e o que não é, então caberá a cada um escolher o caminho a seguir.

Para Sá (2019, p. 111), “Dentro de uma mesma classe, as pessoas físicas podem exercer suas atividades como empresários, autônomos, sócios, etc. e também dedicar-se a saberes mais ou menos referenciados”. Nesse sentido, o autor destaca que para o profissional contador e (ou) a mesma classe, eles podem atuar em diversas áreas e não se limitar a uma atividade específica. É útil lembrar que a ética tem diferentes significados em seu próprio contexto perante a sociedade no tempo e no lugar que rege o comportamento humano nas relações pessoais e profissionais. Qualquer profissão é regulamentada por um código de ética profissional que determina o padrão de comportamento das pessoas.

Em relação ao comportamento Lopes de Sá (2010) afirma que em qualquer atividade, o comportamento de um especialista será reconhecido como impecável. Se a prática que rege a profissão for seguida e fazê-lo respaldada pelos costumes profissionais. Uma vez escolhida a profissão o indivíduo fica vinculado a todos os deveres morais próprios da categoria profissional a que pertence (CORRÊA; FERRIERA; SHINZAKI, 2005).

No Brasil, foi publicado o código de ética do profissional contador com a resolução nº 803/96, cujo objetivo é regulamentar e controlar a profissão o que, juntamente com os códigos de ética empresarial, torna o trabalho dos profissionais mais ético ou instituições corretas (NASCIMENTO et al., 2010). Conseqüentemente, o debate ético ganha importância no atual contexto do mercado de trabalho capitalista (LISBOA, 2006).

O Conselho Federal de Contabilidade - CFC destaca no Art. 2º - são deveres do contabilista:

- I. - exercer a profissão com zelo, diligência e honestidade, observar a legislação vigente e resguardados os interesses de seus clientes e/ou empregadores, sem prejuízo da dignidade e independência profissionais;
- II. - guardar sigilo sobre o que souber em razão do exercício profissional lícito, inclusive no âmbito do serviço público, ressalvado os casos previstos em lei ou quando por autoridades competentes, entre estas os Conselhos Regionais de Contabilidade;
- III. - zelar pela sua competência exclusiva na orientação técnica dos serviços a seu cargo;  
IV - comunicar, desde logo, ao cliente ou empregador, em documento reservado, eventual circunstância adversa que possa influir na decisão daquele que lhe formular

- consulta;
- IV. ou lhe confiar trabalho, estendendo-se a obrigação asócio e executores;
  - V. - inteirar-se de todas as circunstâncias, antes de emitir opinião sobre qualquer caso;
  - VI. - renunciar às funções que exerce, logo que se positive falta de confiança por parte de cliente ou empregador, a quem deverá notificar com trinta dias de antecedência, zelando, contudo, para que os interesses dos mesmos não sejam prejudicados, evitando declarações públicas sobre os motivos da renúncia;
  - VII. - se substituído e suas funções, informar ao substituto sobre fatos que devam chegar ao conhecimento desse, a fim de habilitá-lo para o bom desempenho das funções exercidas;
  - VIII. - manifestar, a qualquer tempo, a existência de impedimento para o exercício da profissão;
  - IX. - ser solidário com os movimentos de defesa da dignidade profissional, seja propugnando por remuneração condigna, seja zelando por condições de trabalho compatíveis com o exercício ético-profissional da contabilidade e seu aprimoramento técnico.

Assim, Oliveira (2005) afirma que responsabilidade significa responder por algo, que ele considera responsável por seus atos, estabelece obrigações de reparar as violações cometidas e aponta que em termos de culpa ou dolo e dano, são elementos essenciais para responsabilidade do profissional da contabilidade.

Para Alves (2017, p. 85): O profissional contábil adquiriu grande importância no mercado ao longo do tempo, o que o levou a estar mais comprometido com o desempenho de suas funções, pois esta profissão também passou a exercer funções eminentes, como supervisor, por exemplo, sendo responsável por transmitir as informações relevantes.

Quando uma pessoa ou entidade procura um contador, busca acima de tudo confiar nesse profissional, pois é esse profissional que terá acesso a tudo o que há de mais sigiloso na organização. O sigilo empresarial das instituições é da maior responsabilidade do contador, pois é algo muito importante eticamente, o sigilo assume o papel de algo atribuído e cujo silêncio é obrigatório. (SÁ, 2019). No caso de documentos, documentos contábeis, pesquisas científicas, enfim, que por sua natureza devem permanecer sigilosos, sua divulgação pode representar sérios problemas para a empresa ou para o cliente do profissional” (SÁ 2019, p. 186).

Consequentemente, é necessário compreender os conceitos relacionados à ética e à responsabilidade do profissional contábil, no que diz respeito ao acesso a informações privilegiadas em diversas áreas da empresa que é prestada ao profissional contábil. O sigilo dessas informações corrobora a conduta ética do profissional contábil para um trabalho contínuo de confiança ao colaborar nas tomadas de decisão da empresa.

### **3.2. INFRAÇÕES E PENALIDADES PREVISTAS NO CÓDIGO DE ÉTICA CONTÁBIL**

Historicamente, segundo Barreto (2015), em 1950, na cidade-estado de Lindo Horizonte, em Minas Gerais, foi realizado o V Congresso Brasileiro de Contabilidade, que teve grande importância no tratamento da codificação de ética profissional na área de contabilidade, e dos debates traçados surgiu a primeira norma ética para controladores e técnicos contábeis. Após esse período, em 1970, o Conselho Federal de Contabilidade

aprovou a resolução nº 290, que instituiu o Código de Conduta Profissional do Contador, visando orientar a conduta dos controladores para que possam prestar convenientemente seus serviços à sociedade conforme prevê a legislação vigente (BARROS, 2010).

O código de ética do contador está dividido em seis capítulos, a saber: Capítulo I - Propósito; Capítulo II - deveres e proibições; Capítulo III - Do valor dos serviços dos profissionais; Capítulo IV - deveres para com os acompanhantes e a classe Capítulo V – Das sanções e Capítulo VI – Disposições Gerais (CFC, 2010).

Os 15 artigos que compõem a codificação de ética do contador visam apresentar o modo de conduta da classe contábil no exercício de sua profissão. A ética está diretamente ligada à conscientização do comportamento humano na sociedade e quando se destina à classe profissional a área da ética limita-se à caracterização. Isso porque os controladores são obrigados a seguir honestamente os princípios dessas diretrizes (LIMA, 2017).

Em relação ao capítulo II do código de ética, o verbo deve significar a existência de um padrão absoluto de eficiência, sendo o contador obrigado a seguir os quatro artigos deste capítulo sob pena de cometer infração ética, pois, se não cumprir em caso de cumprimento de qualquer exigência prevista nesta norma, serão aplicadas sanções ao profissional por meio do Conselho Regional de Contabilidade.

O capítulo III trata do valor dos serviços prestados, no qual todas as práticas que forem desenvolvidas em conexão com o exercício de sua função devem ser corretamente cumpridas, respeitando o relacionamento entre o cliente e o contador.

No Capítulo IV, em relação aos pares e à turma a educação a cortesia e o profissionalismo, são atributos fundamentais para o fortalecimento dos controladores, pois demonstram uma característica de união entre as partes em prol da excelência contábil (LIMA, 2017). Dito isso, com base no capítulo V sobre as sanções, estabelece que qualquer atitude que contraria qualquer aspecto desta regra receberá uma penalidade correspondente à gravidade da infração (LIMA, 2017).

Segundo Fortes (2002), o conselho de contas da associação acompanha e fiscaliza o desenvolvimento da atividade profissional dos processos de trabalho dos auditores, especialmente no que diz respeito ao cumprimento das diretrizes éticas. Quando um profissional age como uma infração, deve ser punido de acordo com este regulamento. As penalidades para os contadores que cometerem as infrações consistem em: advertência com moderação, crítica comedida, crítica pública, suspensão e coima (CALEGARO, 2010).

A advertência reservada, segundo Fortes (2002), ocorre quando o profissional é advertido sobre uma imprudência cometida, e sua atenção é chamada de forma reservada, portanto, não é publicada para que outras pessoas vejam. Ainda para o autor a censura reservada é uma comunicação do Conselho Regional de Contabilidade ao profissional contábil infrator, alertando para o cometimento de falta de ética e censurando-o de forma restrita, apenas para seu conhecimento.

A censura pública, por outro lado, é uma forma de sanção aplicada ao autor do crime que é dada a conhecer através de publicação na imprensa oficial, indicando a finalidade o nome da pessoa censurada e o motivo da aplicação da sanção (FORTES, 2002). Além da penalidade revelada, também há suspensão e multas. A primeira destina-se a disciplinar e auxiliar a conduta profissional de acordo com o código e os requisitos de classe, e pode ser utilizada após uma advertência no cumprimento dos requisitos no momento da ocorrência e aplicação. Por fim, as multas são consideradas sanções impostas

a quem violar a lei, o contrato ou a decisão de uma organização podendo ser aplicadas pelo descumprimento de qualquer norma que tenha sido estabelecida, possuindo natureza pecuniária (IANCZKOVSKI, 2012).

Observa-se, portanto, que para atuar no setor contábil é necessário competência e conhecimento da legislação que rege sua atividade, inclusive o cumprimento dos critérios estabelecidos na codificação de Ética Profissional do Contador (FORTES, 2002). Vale ressaltar que as sanções expostas são aplicadas de acordo com a gravidade da infração ética cometida.

### **3.3. BENEFÍCIOS DA APLICAÇÃO DA CONDUTA ÉTICA NA CONTABILIDADE**

Contabilidade é uma profissão que existe em todos os setores, incluindo assuntos corporativos. Porque toda organização precisa de assistência contábil para desenvolver convenientemente suas operações e gerenciar seus ativos. É considerada uma profissão cujo resultado do trabalho influi o meio social, bem como os usuários da informação e inclui investidores, acionistas, instituições financeiras, empresas públicas ou privadas, trabalhadores, entre outros (LISBOA, 2011).

Os contadores profissionais lidam com o que é diretamente considerado um grande problema para uma organização ou seja, a informação. Essa área é considerada um grande apoio nas entidades pois auxilia na tomada de decisão, observando a oportunidade e disposição dos recursos que a empresa controla. Dessa forma, o contador deve ter uma visão global que seja capaz de transformar seu conhecimento em benefícios para a instituição e, além disso, deve atuar com diligência na extração das informações necessárias à elaboração do relatório e das demonstrações financeiras, pois as mesmas o fazem disponíveis aos usuários interessados (GARCIA et al, 2007 ).

Diante dos diversos problemas que surgem no dia a dia do profissional contador, ele deve mostrar perseverança, honestidade e determinação para evitar cometer enganos que possam prejudicar sua imagem. Além disso, no desenvolvimento de suas atividades, devem estar atentos à codificação de ética, que é um refúgio para elucidar dúvidas e necessidades de informações que devem ser trazidas aos usuários (VIEIRA, 2015).

Nesse sentido, Barros (2010) afirma que a primeira característica que o profissional deve apresentar é a sua qualificação legal para o exercício de suas funções e caso o contador não atenda às condições previstas na codificação de ética do profissional contador, estará sujeito a penalidades e/ou sanções. Além disso, Lisboa (2011) destaca que o contador deve manter uma atitude confidencial, não podendo revelar coisas relacionadas à sua função, bem como apresentar um comportamento pessoal impecável; uma ação serena para apresentar ao usuário informações reais e confiáveis sem tentar manipular nenhuma decisão.

Na perspectiva de Marques (2014), um profissional contábil que atue com ética terá clareza, objetividade, imparcialidade e garantirá que os usuários e clientes tenham confiança nos serviços prestados. Além disso, recebe respeito e reconhecimento do departamento bem como credibilidade dos usuários internos e externos (MARQUES, 2014). Discutir esse comportamento é uma atividade intrincada dada a abrangência do tema pois envolve múltiplos princípios e valores. Essas atitudes nem sempre condizem com o conjunto de regras que devem ser assistidas por todos (CFC, 2003).

No entanto, no desempenho de suas funções, os contadores devem assimilar as noções éticas que devem seguir no contexto de suas atividades e colocá-las em prática durante sua carreira profissional (CFC, 2003). Entretanto, é importante que os contabilistas no dia-a-dia assegurem bons procedimentos técnicos, éticos e legais, uma vez que a prática de atos ilícitos está sujeita à fiscalização de acordo com as normas profissionais e tais infrações são analisadas e julgadas pelo conselho de ética, câmara e a disciplina do Tribunal Regional de Contas (FORTES, 2002).

Os autos de infração são elencados por um assessor que dará seu parecer e votará em uma câmara que avaliará a proposta do relator. Após decisão da câmara de ética e disciplinar, todo o processo é aprovado pelo Tribunal Regional de Ética e Disciplinar (TRED) do Conselho Regional de Contas, que manterá ou reformulará a decisão desta instância coletiva (CFC, 2003). A partir do momento em que é comprovada a culpa do contador, com o TRED, o profissional pode utilizar recursos e métodos para que os processos sejam reavaliados, mas em outros casos, como recurso interposto perante o Tribunal Superior de Ética (TSED) e do CFC.

Assim, habitando em um país com elevado número de crimes, é importante que o contador assegure bons procedimentos técnicos, éticos e legais, pois caso sejam aplicados atos ilícitos, serão passíveis de fiscalização, abrindo assim brechas para possíveis sanções, os quais estão previstos na legislação contábil (FORTES, 2002).

#### **4. METODOLOGIA**

Para o alcance dos objetivos, este trabalho se caracteriza em uma pesquisa bibliográfica por analisar tanto as normas da classe contábil como também se baseia em outros artigos científicos com temas semelhantes ao deste trabalho. A pesquisa bibliográfica ou fontes secundárias, incluem todas as citações atualmente publicadas relacionadas ao tema incluindo revistas eletrônicas, livros, pesquisas, monografias, artigos, etc.

Esse método por meio de levantamentos bibliográficos sobre temas relacionados a serem investigados, busca-se destacar os diferentes aspectos que devem ser levados em consideração em relação à profissão contábil, provando que a avaliação do profissional ocorre quando o contador atua legalmente seguindo princípios éticos e, portanto, aproveitando cada vez mais sua carreira.

Desta forma, o objetivo desta pesquisa é uma pesquisa explicativa, pois trata desenvolver explicações acerca da ética, tendo a utilização da coleta dos dados elaborada mediante a aplicação dos temas estudados, aprofundando e tratando de questões diversificadas acerca da ética. Para Arruda (2001), ética são as condições sob as quais as pessoas mantêm sua sobrevivência, porque sem ética a vida pública seria instável, sem confiança e sem transparência nas transações, cada um buscando apenas o seu próprio benefício.

## 5. DISCUSSÕES E RESULTADOS DA PESQUISA

### 5.1. ANÁLISES PRELIMINARES

No Brasil, há total autonomia, pois os cursos de contabilidade são totalmente independentes, e essa situação também se estende aos mestrados e doutorados. Segundo Coliver (2009), a profissão contábil é desestruturada nos Estados Unidos. Mas existem algumas diferenças notáveis. Essa diversidade se deve à evolução e o cosmo é resultado dela.

O contador deve ter perfil e formação humanística, além de visão global, capaz de compreender o ambiente social, político, econômico e cultural em que se encontra. Deve possuir formação técnico-científica para desenvolver atividades específicas do exercício profissional, com capacidade de expressar valores de responsabilidade social, justiça e ética. (KUBIAK, 2012).

O mercado de trabalho para controladores é um dos mais promissores, principalmente devido à demanda das empresas em aprimorar o controle e planejamento das atividades. Devido à sua formação profissional, os controladores podem ser classificados em duas categorias: Contador, que aufero o subtítulo de Bacharel em ciências Contábeis por meio de curso superior ou Técnico em Contabilidade, formado pelo ensino médio. (FREITAS, 2021).

A tarefa do contador é orientar as empresas rumo à prosperidade com base na teoria científica. Os praticantes devem estar sempre atentos às mudanças, sempre atentos a novas informações. É necessária uma mudança de atitude para que haja maior reconhecimento profissional. Quem não acompanhar essa evolução da ciência contábil logo será excluído do mercado de trabalho. (BERTÊ, 2019).

Sá cita alguns dos maiores e mais óbvios usos da contabilidade, são eles: a) orientação para a gestão do patrimônio de empresas e instituições desde uma mercearia até o patrimônio público de um país Sá menciona disposições para auditorias financeiros de todos os tipos de azienda, independentemente de suas dimensões. (LEMES et al, 2020).

A Contabilidade Financeira é a contabilidade geral necessária para todas as empresas. Contabilidade de custos: concentra-se em calcular, interpretar e controlar o custo dos bens produzidos ou vendidos. A Contabilidade Gerencial foca em metas internas, para dar ao gerente uma variedade de informações apenas para tomada de decisão. O Auditor Independente é o profissional que não é funcionário da empresa que realiza a auditoria. (BERTÊ, 2019).

As auditorias forenses são inspiradas em questões legais estabelecidas pelos tribunais. Auditor Interno: um auditor em tempo integral. Analista econômico-financeiro: analisa a situação financeira e econômica de uma empresa. Consultores Contábeis: a consultoria bem desenvolvida em nosso país não se limita à parte contábil e financeira. (FREITAS, 2021).

O papel dos controladores na vida da sociedade está se tornando mais importante a cada dia, conhecendo a fundo a empresa o profissional contábil é incessantemente chamado a destacar o que já aconteceu. Os controladores desempenham um papel importante na sobrevivência de uma empresa apoiando a tomada de decisões. O seu papel social revela-se através da cooperação na manutenção do emprego e mesmo na criação de novos postos de trabalho. (BERTÊ, 2019).

O curso de graduação em contabilidade deve fornecer conhecimentos, aptidões e valores profissionais. A globalização e a necessidade constante de inovação incentivam os empregadores a contratar pessoas empreendedoras. O contador tem a capacidade de avaliar eventos traspassados, perceber eventos presentes e antecipar atitudes passíveis de gerar eventos futuros que comprometem a boa gestão e o sucesso da empresa. (LEMES et al, 2020).

A formação humanística é essencial para a configuração de um saber permanente. Deve contemplar o domínio dos preceitos da ética geral e profissional. Proporciona uma visão clara, integrada e ampla, essencial para a solução racional de qualquer questão contábil específica de interesse profissional. (BERTÊ, 2019).

A profissão deve ser exercida de forma estável e digno. Quando você acompanha a realização de projetos de vida, via de regra, essa profissão dura para sempre. Os fatores internos são fornecidos com base no potencial individual, analisados pelas partes interessadas de forma objetiva. Muitas dessas qualidades podem ser realizadas por esforço pessoal e boa vontade. (FREITAS, 2021).

A ética profissional hoje é de grande valia para a gestão organizacional. Para que a organização alcance seus objetivos, é necessário satisfazer os desejos e necessidades dos clientes. Nos escritórios de contabilidade, a utilização do código de ética torna-se um elemento diferenciador na estratégia competitiva profissional. (LEMES et al, 2020).

Um emprego de verdade depende de vários fatores internos: personalidade, tendências, aptidões, temperamento e fatores externos como mercado de trabalho, desenvolvimento profissional e possibilidade de uma boa retribuição. Se não for feito profissionalmente, essa rotina de trabalho se torna um “peso”, por isso deve ser uma escolha consciente. . (FREITAS, 2021).

O papel do contador é fornecer informações para planejamento, controle e tomada de decisão. Com as mudanças na legislação societária, o contador assumiu uma importância até então não apreciada. Para que exista uma ética de trabalho, você deve ter um negócio. (BERTÊ, 2019). Uma profissão consiste em um grupo de pessoas com certas aptidões, representadas por conhecimentos e aptidões específicas, além da consciência de classe. Na maioria dos países incluindo o Brasil, seus deveres e privilégios são regulamentados por lei (LEMES et al, 2020). A coexistência em sociedade proporcionará benefícios usuais assim que todos estiverem dispostos a proteger os valores éticos.

## 5.2. ÚLTIMAS ANÁLISES

Neste trabalho, ética significa trabalhar com honestidade, transparência, integridade, seguindo as normas e regras que a lei impõe aos profissionais, independente da área que tenham que seguir na profissão significa fazer um bom trabalho, pensando sempre na satisfação de clientes, colegas, parceiros e fornecedores, é a forma que as pessoas usam para organizar suas vidas em sociedade. . (FREITAS, 2021).

A ética é o processo realizado pelo ser humano para transformar em normas / regras práticas os valores que surgem no grupo e na cultura em que vive, a ética elucida a consciência humana, sendo condição necessária para a interação social. Portanto, pode-se perceber que a ética está relacionada com as decisões em que o ser humano é obrigado a tomar, a competição, as mudanças que ocorrem rapidamente, deve manter os

profissionais sempre atualizados onde todos os profissionais devem seguir a codificação da ética, que você tenha um futuro promissor valorizando a profissão e o ser humano, sendo o guia do profissional para conquistar prestígio e confiança na sociedade. (BERTÊ, 2019).

Identificou-se que a ética profissional é uma regra de conduta que deve ser posta em prática no exercício de qualquer profissão e deve orientar o profissional em seus deveres e obrigações, bem como nas sanções. Praticar uma conduta ética no exercício da profissão é inevitável, pois envolve princípios e valores das pessoas, provando que ser ético é tão importante quanto saber valorizar a classe contábil.

Com isso, foi apresentada a importância de seguir a legislação em qualquer profissão, principalmente na profissão contábil, a codificação de ética profissional do contador está vinculado aos problemas que surgem no exercício da profissão, envolvendo as opiniões dos órgãos competentes e associações profissionais. O código é a fonte onde os profissionais tentam resolver todos os problemas que possam surgir. (LEMES et al, 2020).

Transparência, integridade e lealdade são requisitos para um bom contador, pois demonstram conduta profissional na sociedade desde o comportamento social até o comportamento individual. Esta pesquisa nos mostra a importância e necessidade da contabilidade em diversas áreas de empresas públicas ou privadas, o profissional contábil transpassa a exercer diversas funções, devido múltiplas tarefas em que está autorizado a exercer. (FREITAS, 2021).

Portanto, é necessário que o profissional se mantenha atualizado e cumpra as normas e padrões da legislação que vem sendo reformulada para cumprimento dos deveres e obrigações dos profissionais para que mantenham honestamente sua profissão e assim permaneçam no mercado que trabalha e cresce a cada dia. (BERTÊ, 2019).

Este trabalho apresentou evidências de que a ética na profissão contábil é prioridade, através de pesquisas realizadas, observa-se que a ética na profissão é essencial e que por meio da transparência e a seriedade da classe profissional é apreciada. Assim, quando todos os profissionais se unem em torno de um bem comum, o de realizar seu trabalho com total segurança e honestidade, a sociedade tem o importante papel de diferenciar os bons profissionais e conseqüentemente mantê-los no mercado de trabalho por meio da divulgação em favor da classe contábil. (LEMES et al, 2020).

Pode-se apontar que para o ser humano, seja qual for a profissão quem opta por seguir a ética é importante para todas as situações da vida em sociedade, por meio da ética e do cumprimento da legislação é possível alcançar tudo aquilo que o ser humano aspira, ou seja, a valorização de si, da classe e da sociedade a ser valorizada em termos de retribuição quando o próprio trabalho é realizado com respeito, confiança e ética. (LEMES et al, 2020).

Ao longo dos séculos a contabilidade tem passado por um processo de melhoria contínua tendo em conta a necessidade de cumprir os desenvolvimentos e requisitos tecnológicos. Antes, o contador realizava ações manuais que exigiam aptidões sensório-motoras e tinham como única função redigir e manter em ordem as obrigações fiscais; com a evolução dos processos, precisou adquirir aptidões cognitivas para realizar tarefas complexas. Isso significa ser um agente crítico e inovador que ajuda a moldar uma visão estruturada compartilhada e um processo de tomada de decisão. (BERTÊ, 2019).

Nesse contexto, o contador passou a ser uma pessoa do mercado de trabalho caracterizada como cérebro da obra ou mestre do conhecimento. Para possibilitar a modernização das atividades contábeis, do processo manual e rudimentar ao processo digital e ágil, acompanhando o fator tecnológico. (FREITAS, 2021).

O termo sociedade pode ser definido de várias formas, mas pode ser simplificado e entendido como uma união entre duas pessoas ou milhares de pessoas. O homem trespassa a viver em sociedade desde o nascimento, condição inerente à espécie humana, característica que compreende a garantir a sobrevivência e conseqüentemente a continuidade da própria espécie. A ética é um ramo da filosofia que lida com o que é bom e mau, moralmente certo e errado. Freitas (2021, p. 24) interpretou: “A moral como sinônimo de ética pode ser conceituada como o conjunto de normas que, em determinado ambiente, aprovam o comportamento das pessoas”.

A contabilidade é uma profissão muito invasiva, pois conhece todos os detalhes financeiros de um negócio. Antônio López de Sá diz: “Um contador precisa de uma consciência profissional que oriente seu trabalho e virtudes que possam servir de padrão, dada a enorme responsabilidade que esses cargos carregam. (BERTÊ, 2019).

A contabilidade visa observar, registrar e relatar o maior número possível de eventos econômicos e financeiros no patrimônio da empresa. Acredita-se que a contabilidade seja tão antiga quanto a origem do homem pois desde que o homem transpassou a possuir bens era necessário controlá-los. O campo das atividades contábeis abrange todas as formas organizacionais ou econômicas e administrativas.

Todos os fatos ocorridos na capital da empresa são tirados por meio de documentos como notas fiscais, que são descontinuados pelo departamento de contabilidade da empresa. Os usuários dessas informações podem ser internos, como diretores e gerentes que tomam decisões internas, e externas, como órgãos governamentais que utilizam informações contábeis para fins tributários. (LEMES et al, 2020).

Um contador sempre lida com informações muito importantes e fundamentais sobre uma empresa. Um profissional capacitado ou mesmo um técnico na área facilita muito a entrada no mercado de trabalho. Em momentos de crise, ela também tem um papel muito importante, que é orientar o empreendedor nas melhores escolhas, buscando o crescimento. (BERTÊ, 2019).

O código de ética profissional pode ser entendido como um importante documento que traz tipos de regras que devem ser seguidas pelos profissionais. Pretende-se que esses profissionais venham adquirir hábitos e um caráter específico, e assim trabalhem sempre tendo como prioridade a ética, evitando a prática de crimes. (BERTÊ, 2019).

Podemos concluir através desta análise que a profissão contábil é de extrema importância nos dias atuais, ela tem acesso aos dados cruciais de uma empresa e seu profissional tem o dever de analisar esses dados e interpretá-los para auxiliar os empresários na tomada de decisões. Portanto, a profissão contábil deve sempre ser exercida pautada nos princípios éticos que são impostos ao contador no “Código de Ética do Contador”, não só para engrandecer a classe, mas também para apresentar não só à população em geral, mas para a todos os seus clientes e usuários, a confiança e credibilidade para a tomada de decisões que possam ter um impacto positivo, privado ou público, nas entidades empresariais.

Graças às análises realizadas pelos trabalhos relacionados ao código de ética, podemos perceber que o contador, por meio deste documento, tem uma orientação do que seguir em relação aos desafios que enfrenta em sua rotina profissional, como uma requisição pelo empregador, que, vendo que se sua empresa paga uma alta carga tributária, pleiteia sonegação fiscal, o que, além de ser crime, pode prejudicar o contador no campo ético de sua profissão. O código de ética neste exemplo orienta o contador a orientar o cliente na direção certa, mesmo que isso o perturbe.

Durante a análise pode-se observar que o contador tem pleno conhecimento do código ético e deontológico da profissão, mas no seu dia a dia profissional, muitas vezes não pauta sua atuação pela ética e só aplica o código quando considera necessário. Um dos motivos para esse fato citado é a concorrência existente no mercado atual, onde muitas empresas tentam lucrar por meios ilícitos como a sonegação de impostos. Ideias como essas também vêm de empresários que omitam anotações e informações, impossibilitando que os controladores declararem valores corretos, o que pode criar problemas complexos tanto para os controladores quanto para os próprios empresários.

Foi confirmado através das pesquisas feitas nos meios utilizados no trabalho, que a profissão é valorizada quando é exercida de forma honesta e transparente mesmo com a competitividade atual. Com as respostas da pesquisa realizada nesses meios, chega-se a resposta à questão de pesquisa, respondendo enquanto a relação da ética com a avaliação do profissional contador é o desempenho do seu trabalho diário com honestidade, transparência, integridade, lealdade e sigilo, de forma que os pesquisados afirmem que ao se dedicar e tratar com respeito a sociedade clientes e colegas, a profissão contábil é valorizada e terá permanência diante da concorrência e sucesso no mercado de trabalho.

Com isso, foi possível constatar que ainda existem empresas e contadores que não possuem ética, mas que auferir lucros ou aumentar por meio de fraudes, sonegação fiscal, propina e outros atos antiéticos, faz com que a classe contábil perca a confiança, credibilidade e respeito em sociedade e a decadência torna-se maior que o crescimento adquirido, além de correr grave perigo de ser castigado de diversas formas e penas, das mais fracas às mais difíceis. Por fim, espera-se que esta pesquisa sirva de estímulo aos leitores, profissionais da contabilidade e demais interessados em seguir e praticar a ética em qualquer área de sua profissão que escolherem, pois no decorrer deste trabalho é realçada a importância deste tema, que nos deixa ser profissionais com seriedade, pelo que a profissão é reconhecida e valorizada através da boa conduta.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado ao longo do trabalho, é possível realçar a importância do tema em consideração, pois pode influir fortemente a atuação do profissional contador. As informações e dados apresentados neste artigo contribuem significativamente para o campo de estudo cujo objetivo geral foi analisar a importância e o conhecimento da ética e responsabilidade do profissional contador.

Os objetivos específicos basearam-se em comparar a percepção e o conhecimento do corpo discente que atua e não atua na área contábil sobre a regulamentação da profissão contábil propriamente dita e sua aplicação. Buscou-se à percepção do profissional sobre a aplicabilidade da ética e da responsabilidade perante o profissional contábil no dia a dia, bem como a valorização dos princípios morais e éticos.

Com base nas análises do material consultado, percebe-se que, de maneira geral, os alunos consentiram que a ética e a responsabilidade profissional contribuem para o bom desempenho dos contadores, que favorecem o fortalecimento da imagem do profissional contador perante as empresas e o mercado de trabalho.

Com maior concordância por parte dos artigos, observam as questões referentes à avaliação da ética profissional, a prática da ética no dia a dia do contador, o comportamento ético e atitude do órgão e a importância para o conhecimento do código de ética contábil, considerando que a maioria dos graduandos estão satisfeitos com o programa de treinamento, conclui-se que o resultado foi satisfatório por apresentar maior número de concordâncias entre os graduandos.

Dessa forma, pode-se dizer que para um curso de ciências contábeis, os conceitos de ética devem ser introduzidos desde o início, pois o objetivo é aprofundar conhecimentos e formar profissionais em ética, preparados para lidar com conflitos que possam surgir no exercício prático do ofício. É muito importante que os alunos estejam cientes da importância das diretrizes de ética empresarial das instituições de ensino superior.

Portanto, o conteúdo aqui apresentado mostra que muitos outros estudos ainda podem ser realizados sobre a ética e a responsabilidade do profissional contador, dada a importância do tema e múltiplas contribuições para o meio acadêmico. Com isso conclui-se a busca por este trabalho onde os objetivos propostos foram alcançados, pois agir com ética é um ato importante para o profissional contábil, que tem como referência o código de ética que deve ser seguido com zelo, diligência e honestidade, adquirindo assim a confiança de seus respectivos clientes.

## REFERÊNCIAS

- [1] BERTÊ, Carla Regina. A importância da Ética Contábil: uma percepção dos alunos do curso de ciências contábeis. UNIVATES. Lageado – RS. 2019
- [2] FREITAS, Lucas Miranda. Ética do Contador Conteudo Juridico, Brasilia-DF: 09 dez 2021, 04:13. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/57865/tica-do-contador>. Acesso em: 09 maio 2023.
- [3] KUBIAK, Vera Lúcia. A importância da ética na valorização do profissional contábil. Universidade de Caxias do Sul. Farroupilha – RS. 2012
- [4] LEMES, Jênifer Aparecida da Silva; COSTA, Letícia Chrystal Frutuoso; GUERRA, Renata Sousa, CAMPANHOL, Edna Maria Campanho. Ética na profissão contábil em tempos de pandemia – CONVID – 19. Diálogos em Contabilidade: teoria e prática (Online), v. 8, n. 1, edição 1, jan./dez. 2020.
- [5] MARION, J.C.; DIAS, R.; TRALDI, M. C. Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia. São Paulo: Atlas. 2002.
- [6] IUDÍCIBUS, Sérgio; MARION, J. Carlos; FARIA, A. C. Introdução à teoria da contabilidade: para graduação – 6. ed. – [2. Reimpr.]. – São Paulo: Atlas, 2018.
- [7] LISBOA, Lázaro Plácido. Ética Geral e Profissional em Contabilidade. São Paulo: Atlas, 1997. SÁ, Antônio Lopes de. Ética Profissional. São Paulo: Atlas. Abril 2019. SÁ, Antônio Lopes de. Ética Profissional. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010
- [8] VIEIRA, A. O. Ética na profissão contábil. 2015. Disponível em: <<http://www.dspace.feituverava.com.br/jspui/handle/123456789/1250>>. Acesso em: 21 nov. 2022.
- [9] WACHHOLZA, A. B. L.; BELOTOA, J. N.; RECHA, M.; BERLATTO, O. As contribuições que o código

de ética exerce nas instituições contábeis. In: VIII Seminário de Iniciação Científica de Ciências Contábeis da FSG, v. 5, n. 1, p. 474-483, 2014.

[10] BORGES, Erivan; MEDEIROS, Carlos. Comprometimento e ética profissional: um estudo desuas relações juntos aos contabilistas. Revista Contabilidade e Finanças USP, São Paulo, n. 44, p. 60-71, mai. /ago. 2007.

[11] SILVA, Antonio Carlos Ribeiro et al. Abordagens éticas para o profissional contábil. 2016. CORRÊA, D. V.; FERREIRA, C. R.; SHINZAKI, K. Uma breve reflexão sobre a importância da ética na profissão contábil. Revista Contemporânea de Contabilidade, v. 2, n. 3, p.57-72,2005.

[12] LISBOA, Lázaro Plácido. Ética Geral e Profissional em Contabilidade. São Paulo, SP: 2ª ed. Editora Atlas, 2006.

[13] OLIVEIRA, Celso Marcelo de. Responsabilidade Civil e Penal do Profissional de Contabilidade. São Paulo: IOB-Thomson, 2005.

[14] ALVES; W. ALVES; SOUZA. Normas e Éticas Contábeis. SAGAH EDUCAÇÃO S.A., 2017.

[15] BARRETO, L. M. S. F. Formação ética do profissional de contabilidade. Revista Eletrônica da FANESE, vol. 4, n. 1, set. 2015. Disponível em: <<http://app.fanese.edu.br/revista/wpcontent/uploads/ARTIGO-13-Luciana-TEXTOC3%89TICA.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2022

[16] BARROS, M. R. F. A ética no exercício da profissão contábil. 2010. 52f. Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais, Curso de Ciências Contábeis, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte MG, 2010. Disponível em: <[http://sinescontabil.com.br/monografias/trab\\_profissionais/rosiane.pdf](http://sinescontabil.com.br/monografias/trab_profissionais/rosiane.pdf)>. Acesso em: 22 nov. 2022.

[17] CFC - Conselho Federal de Contabilidade. Resolução CFC nº 1.494/15. Dispõe sobre o Registro Profissional dos Contadores. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 27 de novembro de 2015. Disponível em: <[http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/RES\\_1494.pdf](http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/RES_1494.pdf)>. Acesso em: 21 nov. 2022.

[18] LIMA, A.O. R. Comentários os Código de Ética Profissional do Contabilista 2017. Disponível em: <https://www.classecontabil.com.br/comentarios-ao-codigo-de-etica-profissional-docontabilista>. Acesso em 21 nov. 2022.

[19] FORTES, J. C. Ética e responsabilidade profissional do contabilista. Fortaleza: Fortes, 2002. LISBOA, L. P. Ética geral e profissional em contabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

[20] CALEGARO, J. M. Profissionais da Contabilidade: Infrações éticas cometidas, punições aplicadas e percepções acerca da importância do ensino de disciplina sobre ética e legislação profissional. 2010. 30f. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas. Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/25728>>. Acesso em: 21 nov. 2022.

[21] IANCZKOVSKI, E. O tributo e a multa: Alguns Pontos de Convergência e Divergência. 2012. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,o-tributo-e-a-multaalguns-pontos-de-convergencia-e-divergencia,37477.html>> Acesso em: 23 nov. 2022.

[22] GARCIA, E.; CORBARI, E. M.; JUNIOR, D. A.; CISLAGHI, P.; TORRES, A.A importância da divulgação contábil mensurada ao fair value. Ciências Sociais em Perspectiva, (6) 11: 127- 138,2. sem. 2007. Disponível em: <<http://erevista.unioeste.br/index.php/ccsaemperspectiva/article/view/1505/1223>>. Acesso em: 22 nov. 2022.

[23] MARQUES, T. M. C. Mecanismo único de supervisão: uma análise retrospectiva e prospectiva da sua implementação. 2016. 146f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Especialização em Ciências Jurídico-Políticas/Menção em Direito Administrativo, Faculdade de Direito, Universidade de Coimbra, Coimbra (Portugal). 2016. Disponível em: <<https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/42012>>. Acesso em: 21 nov. 2022.

[24] DE CONTABILIDADE, Conselho Federal. Resolução CFC nº 803/96. Aprova o Código de Ética do Profissional Contador-CEPC. Disponível em: <[www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/br/sisweb/sre/docs/RES\\_803.DOC](http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/br/sisweb/sre/docs/RES_803.DOC)> Acesso em, v. 13, 2015. Dutra, J. S. Competências: Conceitos e Instrumentos para a Gestão de Pessoas na Empresa Moderna. São Paulo: Atlas, 2001.

# Capítulo 10

## *Implementação da ferramenta 5'S na gestão de qualidade: estudo de caso na empresa Construbrás*

*Kaelly Gonçalves Mendes*

*Maísa Caxias Soares*

**Resumo:** A gestão de qualidade é uma área muito importante para as empresas, pois através dela a organização poderá identificar as necessidades dos clientes e acompanhada da ferramenta 5'S traz um ambiente prazeroso para os consumidores e colaboradores. Diante deste contexto a pesquisa tem como problemática: Qual a importância da gestão de qualidade e de que forma a metodologia 5'S pode contribuir na organização e otimização do trabalho na empresa Construbrás? Para responder essa problemática o trabalho tem como objetivo geral: Promover a contribuição da metodologia 5'S na organização e otimização do trabalho na empresa Construbrás. Dessa forma, o estudo de caso foi realizado em uma empresa de materiais de construção no município de Tabatinga, tendo como construção do artigo um levantamento bibliográfico, sobre os temas de qualidade e padronização da organização, baseado por meio de informações qualitativa e, este levantamento foi realizado através de uma entrevista com o gestor da empresa, este trabalho trata-se de uma pesquisa exploratória, pois foi desempenhado um estudo de caso executado na empresa e com os resultados alcançados espera-se uma melhoria na organização na área de layout. Diante do exposto conclui-se que essas ferramentas ajudam a melhorar o ambiente, para que os consumidores e colaboradores se sintam bem em um ambiente organizado e limpo.

**Palavras-chaves:** Ferramenta 5'S, qualidade, ferramentas gerenciais, necessidades dos clientes.

## 1. INTRODUÇÃO

No mercado atual sabe-se que anda cada vez mais competitivo, portanto, se a organização não buscar melhorias ela acaba ficando atrás de outras empresas. Então entra a necessidade de buscar um melhor ambiente para os consumidores, pois eles são de fundamental importância para a organização, sem eles a empresa não funciona, o consumidor procura um ambiente agradável e padronizado com produtos de qualidade e a custo preço, então tendo um cuidado para com eles a empresa se destaca entre as demais.

Posto isto, o presente artigo tem como análise uma organização apresentável ao cliente e com produtos de excelentes qualidades, o que possui grande relevância no mercado atual, portanto a problemática desta pesquisa é: Qual a importância da gestão de qualidade e de que forma a metodologia 5'S pode contribuir na organização e otimização do trabalho na empresa Construbrás?

E para que se obtenha as respostas para tal questionamentos, foi estabelecido o objetivo geral deste artigo: Promover a contribuição da metodologia 5'S na organização e otimização do trabalho na empresa Construbrás. E tem como objetivos específicos: Compreender os conceitos de gestão de qualidade e a metodologia 5'S; Identificar como a metodologia 5'S influencia na gestão de qualidade dentro da organização e; Propor ações para que a empresa mantenha uma boa gestão de qualidade e padronização na empresa Construbrás.

Este artigo está sendo realizado para que se possa ter uma melhoria na qualidade da empresa e conseqüentemente ter um ambiente padronizado na organização, assim atraindo mais consumidores, pois os clientes são uma parte fundamental da empresa. Portanto, aplicando essas metodologias, a empresa ganha credibilidade com seus consumidores e uma fidelização dos mesmos, pois os clientes buscam um lugar onde seja atrativo, limpo e com uma qualidade excelente.

A construção deste trabalho consiste em um levantamento bibliográfico, sobre os temas de qualidade e padronização da organização, baseado por meio de informações qualitativa e, este levantamento foi realizado através de uma entrevista com o gestor da empresa. Este artigo trata-se de uma pesquisa exploratória, pois foi desempenhado um estudo de caso executado na empresa Construbrás.

A pesquisa está estruturada da seguinte forma, primeiramente é apresentada a fundamentação teórica, os conceitos referentes a gestão de qualidade e os cinco sentidos, logo em seguida é exposto a metodologia utilizada na pesquisa e após isso é apresentado o uso das ferramentas gerenciais, depois foi submetido os resultados e discussões identificados na organização com o auxílio da análise SWOT, matriz GUT e os 5 PORQUÊS onde foi realizado um planejamento da proposta e por fim explicado os resultados esperados.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. GESTÃO DA QUALIDADE

A Gestão da Qualidade é o ato e os processos de supervisionar a qualidade dentro de uma empresa e, garantir a satisfação do cliente, ou seja, é organizar todas as atividades que os colaboradores estão fazendo que garantam a entrega de um produto que irá

satisfazer as necessidades do consumidor. Para entender melhor na prática o que é gestão de qualidade, é necessário entender o que é qualidade.

Para Mainardes et al (2010) definir qualidade é desafiador, pois é fácil reconhecer, porém difícil definir, pois surgem diferentes definições de qualidade e para ele é considerado como algo que afeta a vida de cada indivíduo. E é importante a compreensão de todos os profissionais dentro de uma empresa.

Embora se acredite que Qualidade é sinônimo de perfeição, na verdade ela é a ciência que trata de otimizar os processos e promover a melhoria continua das atividades, garantindo assim o sucesso das organizações. Consiste principalmente na preocupação que a empresa possui em garantir que seus produtos ou serviços estejam dentro dos padrões de qualidade considerados ideais.

Segundo Lopes (2014) as organizações podem definir o seu posicionamento estratégico, sendo assim Qualidade consiste na adequação das atividades empresariais, com base nos parâmetros e requisitos definidos, visando sempre a satisfação do cliente.

Portanto, umas das definições de qualidade é garantir que o produto que a empresa entrega para o cliente, tenha um valor para ele. É parte de um pressuposto que todo mundo trabalha para alguém e, esse alguém é um cliente, toda empresa só existe por que tem um consumidor que vai comprar aquilo que a empresa está fabricando.

Para Depexe e Peladini (2008) a empresa que utiliza a Gestão de Qualidade reduz o número de reclamações por parte dos clientes, assim reduzindo o tempo de entrega e, conseqüentemente aumentando o processo produtivo. É muito importante colocar em prática essa gestão por que gera muitas situações favoráveis a organização, como por exemplo, agregar valor ao produto final.

Portanto, para Lobo (2019) o conceito de garantia está associado ao risco potencial de não qualidade, ou seja, um produto ou serviço tem garantia de qualidade quando seu fornecedor estabelece um processo para seu fornecimento, tornando a probabilidade de falhas do produto ser nula.

A empresa deve concentrar a sua atenção na qualidade do que é entregue ao cliente, mantendo tanto o controle quanto a garantia da qualidade funcionando. Essa ferramenta não gera custos, pelo contrário, ela diminui os custos, por que trabalhar com qualidade faz com que tenha menos erros, menos geração de resíduos e menos descarte e, assim desse modo a organização consegue fidelizar seus clientes.

## **2.2. CINCO SENSOS**

O termo Cinco Sensos foi desenvolvido no Japão, fundamentada nos princípios educacionais, por isso é o acrônimo de cinco palavras Japonesas, que adaptada para o Brasil são conhecidas como sensos, tem o significado de discernimento, o ato de raciocinar, ter atenção desse processo, cada senso tem o seu significado, conforme mostra o quadro 1 abaixo:

**Quadro 1: Os Cinco Sentos**

Sentos	Traduções	Conceitos
Seiri	Utilização	Deixar somente o necessário, na quantidade necessária. A questão não é deixar bonito, porém mais produtivo
Seiton	Organização	É colocar os itens de trabalho ordenados e organizados, de modo que estejam guardados com segurança e seja fácil localiza-los, sem perder tempo
Seiso	Limpeza	O ambiente sujo, impede que seja encontrado oportunidades de melhorias
Seiketsu	Padronização e Saúde	Tem como objetivo manter a evolução e consistência dos três primeiros critérios, todos fazem da mesma maneira
Shitsuke	Autodisciplina	Reforça a necessidade de todos se comprometerem pessoalmente com o programa 5'S, devendo trabalhar em sinergia e com respeito mútuo

Fonte: Adaptado de Mendonça et al (2010).

Segundo Vieira (2020) a utilização da ferramenta Cinco Sentos (5'S) é ideal para empresas que necessitam organizar suas estruturas e, manter um ambiente organizacional saudável, organizado, limpo e com uma boa produtividade, assim mantendo a sobrevivência da empresa, pois é um atrativo para os clientes.

Dessa forma, o objetivo da ferramenta Cinco Sentos é ter mais agilidade, produtividade e visibilidade na organização, um ambiente mais organizado e produtivo melhora o clima organizacional e a forma de trabalhar, aumentando a produtividade, pois sendo limpo e organizado, pode gerar melhores resultados para a empresa.

Para Campos et al (2005), modificar o espaço físico, e gerar um ambiente de trabalho agradável através do descarte de coisas desnecessárias, alterando os layouts é mais rápido e menos complexo que mudar valores, crenças e hábitos dos indivíduos. Portanto, fazer uma mudança na estrutura da empresa, retirando o que não se utiliza no momento é uma ótima opção de melhoria para o ambiente.

Nesse contexto, a metodologia 5'S não possui relação direta com questões financeiras, sendo possível implementar um ambiente limpo, organizado e padronizado sem a necessidade de grandes investimentos. Portanto, ter uma ferramenta de organização e, uma sistemática bem estruturada é essencial para as empresas que querem ser competitivas e, o 5'S vem para isso, para agregar e promover um ambiente integrado e saudável.

De acordo com Silva e Trigueiro (2016), os cinco sentos tem como finalidade melhorar as pessoas individualmente e consequentemente, melhorar o local de trabalho, frisam que as empresas funcionam porque antes de qualquer atividade gerencial, existem pessoas e, então por isso a ferramenta tem o foco na mudança do comportamento de seus colaboradores.

## 2.3. FERRAMENTAS GERENCIAIS

### 2.3.1. ANÁLISE SWOT

Segundo Valim (2010) SWOT é um método de planejamento estratégico e gerenciamento de empresa, que engloba a avaliação de cenários para a tomada de decisão e, devido a sua simplicidade pode ser usada para qualquer tipo de análise de cenário. Porém, para fazer o uso correto dessa ferramenta é importante entender que ela faz uma

análise interna e externa, no qual é identificada os pontos fortes e fracos, assim como oportunidades e ameaças da organização.

### **2.3.2. MATRIZ GUT**

Para Cevada (2021) matriz GUT é uma ferramenta de qualidade utilizada para definir em que ordem os problemas devem ser resolvidos e, esses problemas são classificados a partir de três elementos, são eles a gravidade, ou seja, o impacto do problema para os envolvidos, a urgência que trata o tempo disponível para resolver o problema e a tendência, ou seja, a tendência do problema piorar com o tempo. Para essa análise é realizada uma pontuação de 1 a 5 para estes três aspectos, essa ferramenta pode ser usada em situações estratégicas, em processos de tomada de decisão ou desenvolvimento dos projetos.

### **2.3.3. 5 PORQUÊS**

Segundo Oliveira (2018) 5 porquês é uma metodologia que consiste em fazer uns questionamentos sucessivos do “porque” de um problema a partir da resposta de um, gera outro “porque” e, com essa sequência de “porquês” é encontrado a causa raiz do problema, a técnica tem o objetivo de levantar as relações de causa e efeito de uma questão para descobrir sua raiz e elimina-la de vez.

### **2.3.4. 5W2H**

Para Mota (2014) a ferramenta 5W2H é basicamente como um checklist de determinadas atividades que precisam ser desenvolvidas com máxima clareza possível por parte dos colaboradores da empresa. Ela funciona como mapeamento dessas atividades, onde ficará estabelecido o que será feito, quem realizará o quê em qual período de tempo e em qual área da empresa e, todos os motivos pelos quais as atividades devem ser feitas, essa ferramenta auxilia a fazer planos de ações depois que se encontra a causa raiz de um problema.

## **3. METODOLOGIA**

A presente pesquisa foi realizada na empresa Construbrás, no qual foi efetuado uma entrevista com o gestor da empresa, afim de coletar informações a respeito das problemáticas vivenciadas na organização. Segundo De Mattos (2005) entrevista é um diálogo e, consiste em uma conversação entre duas pessoas, na qual a linguística se interessa, e essas duas partes trocam informações entre elas.

Este artigo consiste em uma pesquisa exploratória, pois trata-se de um estudo de caso realizado na empresa. A estrutura desta pesquisa consiste em um levantamento bibliográfico, pois foi feita uma leitura de informações de pesquisas já realizadas, nessa pesquisa foram identificados artigos no google acadêmico sobre o tema de gestão de qualidade e a ferramenta 5'S, quanto a abordagem este trabalho caracteriza como qualitativa, por que foi realizado interpretação acerca das problemáticas da empresa.

Na presente pesquisa primeiro foi utilizada a análise SWOT como forma de identificar as fraquezas da organização, após isso foi utilizada a matriz GUT para priorizar os problemas da organização, logo em seguida os 5 PORQUÊS para encontrar a causa raiz dos problemas e, o planejamento das soluções foi utilizada a ferramenta 5W2H.

### **3.1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

A empresa que é objeto deste projeto é a loja Construbrás Materiais de Construção em Geral, a qual foi inaugurada em março de 1999 no município de Tabatinga-AM. O proprietário é o Senhor Raimundo Nonato Gomes, oriundo do Ceará e que chegou em Tabatinga no ano de 1982. Inicialmente, a empresa atuava no ramo da alimentação, contudo, percebeu que havia uma grande demanda por produtos na área de materiais de construção, tendo em vista que existiam muitas casas de madeira na região. A partir desse cenário, surgiu a ideia de trabalhar nesse segmento, uma vez que se trata de um material que não é perecível e de fácil armazenagem. O nome "Construbrás" surgiu a partir da antiga empresa Fiobrás.

A missão da Construbrás é vender materiais de qualidade com preços acessíveis, fidelizando seus clientes. Já a visão da empresa é tornar-se a melhor loja de materiais de construção em Tabatinga, oferecendo qualidade e conforto aos clientes e, consequentemente, expandir seu alcance para outros municípios.

A empresa é pioneira no fornecimento de materiais de construção em Tabatinga, trabalhando com diversos produtos dessa área. A maioria dos produtos é adquirida de fornecedores externos ao estado, mas a areia e o seixo utilizados pela empresa são extraídos de locais mais próximos, sendo retirados do rio Javari e de Jutuí, respectivamente. Para transportar esses materiais até o município, a empresa conta com uma balsa própria.

A Construbrás é classificada como uma empresa de pequeno porte, contando com um quadro de cinquenta (50) colaboradores, sendo trinta e seis (36) do sexo masculino e quatorze (14) do sexo feminino, que atuam em diferentes setores, tais como Recursos Humanos, Fiscal, Olaria, Balsa, Repositor de Estoque e Atendimento ao Cliente.

### **3.2. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

A partir da entrevista com o gestor da empresa, foram identificadas algumas problemáticas através da análise SWOT. Problemáticas essas que foram relatadas pelo gestor e são demonstradas no quadro 2 abaixo:

**Quadro 2: Análise SWOT**

	FATORES POSITIVOS		FATORES NEGATIVOS	
	FORÇA		FRAQUEZAS	
FATORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Está a vários anos no mercado</li> <li>Atendimento rápido e de qualidade</li> <li>Realiza entrega de materiais</li> <li>Tem seu próprio depósito de areia e seixo</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Não possui uma padronização no layout da empresa</li> <li>Escritório da gerência é desarrumado</li> <li>Produtos mal distribuídos</li> <li>Salão da empresa tem muita poeira</li> </ul>	
FATORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitação para os colaboradores</li> <li>Expansão para a Colômbia</li> <li>Fornecedores novos</li> <li>Abrir contas no crediário para clientes fieis</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Concorrência, crescimentos de outras lojas no ramo</li> <li>Inflação na economia</li> <li>Atrasos nos produtos devido aos meios de transportes</li> <li>Preços de produtos que outras lojas atribuem nos seus</li> </ul>	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Conforme o quadro 2 acima, a empresa possui muitas forças e vantagens, mas apesar disto, apresenta muitas fraquezas, principalmente na área de um ambiente agradável ao cliente. A partir das problemáticas identificadas, será feita uma priorização dos problemas a partir da matriz GUT, no qual o gestor poderá solucionar os problemas de acordo com a gravidade, urgência e tendência, conforme o quadro 3 abaixo:

**Quadro 3: Matriz GUT**

PROBLEMAS	G	U	T	GxUxT	PRIORIDADE
Produtos mal distribuídos	5	5	5	125	1
Não possui uma padronização no layout da empresa	4	5	5	100	2
Salão da empresa tem muita poeira	3	5	4	60	3
Escritório da gerência é desarrumado	3	2	4	24	4

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Conforme o quadro 3 acima com a ajuda da matriz GUT foram detectadas as ordens dos problemas, sendo elas produtos mal distribuídos, a empresa não possui uma padronização no layout, o salão da empresa é muito empoeirado e o escritório da gerência é desorganizado.

A partir das prioridades encontradas com o auxílio dessa ferramenta, será questionadas essas prioridades, onde será encontrada a causa raiz do problema da organização, conforme o quadro 4 abaixo:

**Quadro 4: 5 PORQUÊS**

O QUE?	POR QUE?	POR QUE?	POR QUE?	POR QUE?	POR QUE?	CONTRA MEDIDA
Produtos mal distribuídos	Não tem uma organização	Falta iniciativa dos funcionários	Não tem fiscalização do gestor	O gestor está com acúmulos de funções	Não distribui as tarefas	Distribuição adequada de tarefas
Não possui uma padronização no layout da empresa	Porque cada departamento tem liberdade para organizar	Porque não há diretrizes ou políticas corporativas	Porque não houve uma iniciativa para desenvolver e implementar tais diretrizes	Porque não houve uma conscientização sobre padronização no layout		Organização do Layout
Salão da empresa tem muita poeira	Não é limpo com frequência	Os funcionários não tem disposição	Estão cansados das tarefas diárias	Estão sempre fazendo a mesma coisa	Não há uma distribuição de tarefas entre eles	Cronograma de limpeza
Escritório da gerência é desarrumado	Porque não há um sistema ou processo de organização.	Porque não foi atribuída essa atividade específica.	Porque não houve uma clara definição de papéis para a equipe.	Porque não houve uma revisão adequada dos processos internos.	Porque não foi dada prioridade à organização do escritório.	Etiquetar e organizar os documentos

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

**4. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA**

Conforme a identificação das causas raiz das problemáticas da empresa evidenciadas nos 5 porquês, esta pesquisa propôs algumas soluções para que a empresa possa implantar futuramente, afim de trazer melhorias em seus processos conforme detalhamento no quadro 5 abaixo:

**Quadro 5: 5W2H**

O QUE?	POR QUE?	ONDE?	QUANDO?	QUEM?	COMO?	QUANTO?
Distribuição adequada de tarefas	Para uma melhor organização dos produtos	Vendas	17/07/2023	Esther Armas	Realocando um funcionário para outro setor	R\$300,00
Organização do Layout	Melhorar a estética da empresa, e chamar a atenção do cliente para um lugar agradável	Área do salão da empresa	04/09/2023	Setor financeiro	Com matérias de construções para uma pequena reforma e materiais de limpeza para deixar a empresa limpa	R\$7.976,00
Cronograma de limpeza	Para o trabalho não ficar repetitivo e cansativo	Setor de atendimentos	05/06/2023	Verônica Nascimento	Fiscalizando para verificar se estão seguindo o cronograma	R\$450,00
Etiquetar e organizar os documentos	Para deixar o escritório organizado	Gerência	12/06/2023 até 16/06/2023	Celiane Ramirez	Com balde, panos e pastas para documentos	R\$250,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Conforme o quadro 5 acima, o planejamento das soluções fará com que a empresa possa implementar e, assim obter as melhorias em seus processos.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

O presente artigo tem como finalidade contribuir para que a organização citada se torne referencial em seu polo de atuação, afim de obter uma melhoria interna na empresa, para que ajustando os problemas internos possa seguir adiante e, assim se estabelecer ainda mais no mercado em que atua.

Assim, espera-se que as ferramentas, as análises e propostas sugeridas para a organização tenha colaborado para uma melhoria no ambiente da empresa, levando um ambiente organizado, limpo e padronizado, onde o cliente sintam-se bem e que suas necessidades sejam atendidas.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gestão de qualidade é um aspecto muito importante para garantir que as necessidades dos clientes sejam atendidas, garantindo assim uma forma de satisfazer-los e fidelizando, a ferramenta 5'S ajuda a melhorar o ambiente, para que os consumidores se sintam bem em um ambiente organizado e limpo.

A pesquisa tinha como objetivo específico: compreender os conceitos de gestão de qualidade e a metodologia 5'S, e foi esclarecido cada uma destas ferramentas, e através dos conceitos apresentados foram identificados a importância dessas ferramentas para a empresa.

O artigo tinha como objetivo geral: Promover a contribuição da metodologia 5'S na organização e otimização do trabalho na empresa Construbrá. No qual foi promovido através das sugestões sugeridas, que é de extrema importância essas ferramentas, tanto para os clientes, quanto para os colaboradores, pois com um ambiente agradável de se trabalhar torna-se mais produtivo e, menos desgastante para eles.

O presente artigo tinha como problemática: Qual a importância da gestão de qualidade e de que forma a metodologia 5'S pode contribuir na organização e otimização do trabalho na empresa Construbrás? A presente pesquisa respondeu essa problemática, pois foi investigado que com uma atenção nas necessidades dos consumidores e um ambiente agradável, os clientes se satisfaziam e se fidelizavam a organização.

## REFERÊNCIAS

- [1] CAMPOS, Renato et al. A ferramenta 5S e suas implicações na gestão da qualidade total. **Simpep-Simpósio de Engenharia de Produção**, v. 12, p. 685-692, 2005.
- [2] CEVADA, Luana Zanini; PATRICIA DE CARVALHO, DAMY-BENEDETTI. USO DA MATRIZ DE PRIORIZAÇÃO (MATRIZ GUT) COMO ALIADA EM AUDITORIAS. **Revista Científica**, v. 1, n. 1, 2021.
- [3] DE MATTOS, Pedro Lincoln CL. A entrevista não-estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise. **Revista de Administração Pública-RAP**, v. 39, n. 4, p. 823-846, 2005.
- [4] DEPEXE, Marcelo D.; PALADINI, Edson P. Benefícios da implantação e certificação de sistemas de gestão da qualidade em empresas construtoras. **Revista Gestão Industrial**, v. 4, n. 2, 2008.
- [5] LOBO, Renato Nogueirol. **Gestão da qualidade**. Saraiva Educação SA, 2019.

- [6] LOPES, Janice Correia da Costa. **Gestão da qualidade**. 2014. Tese de Doutorado.
- [7] MAINARDES, Emerson Wagner; LOURENÇO, Luis; TONTINI, Gerson. Percepções dos Conceitos de Qualidade e Gestão pela Qualidade Total: estudo de caso na universidade. **Gestão. Org**, v. 8, n. 2, p. 279-297, 2010.
- [8] MENDONÇA, Magno Da Silva et al. Análise da eficácia da implantação do programa 5s: um estudo de casos em uma indústria moveleira. **Perspectivas Online**, v. 4, n. 13, p. 20-35, 2010.
- [9] MOTA, Edmarson Bacelar. **Sucesso aplicando a ferramenta 5W2H como metodologia em projetos de curto prazo–Implatação de metodologia de gerenciamento de projetos pequenos na indústria siderúrgica**. 2014. Tese de Doutorado. Fundação Getúlio Vargas.
- [10] OLIVEIRA, Felipe Ferreira. Utilização de conceitos de confiabilidade com a aplicação de ferramentas da qualidade: melhoria da ferramenta do robô de entrada. 2018.
- [11] SILVA, Italo Ferreira Barbosa; TRIGUEIRO, Fernando Guilhobel Rosas. O Programa 5S: Influência nas Organizações. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v. 3, n. 1, 2016.
- [12] VALIM, Alexandre et al. MODELO SWOT. **Acesso em**, v. 26, 2010.
- [13] VIEIRA, Antônia Regina. Como Inovar Usando o Método dos Cinco Sentos (5'S) para Obter Bons Resultados no Ambiente Organizacional? 2020.

# Capítulo 11

## *Contabilidade gerencial: o impacto econômico da Covid-19 nos hotéis durante o período de realização do Festival Folclórico de Parintins*

*José da Silva Brasil Neto*

*Meg Rocha da Cunha Serra*

**Resumo:** Com o surto pandêmico da Covid em 2019 diversos fatores fizeram com que diversas entidades econômicas públicas e privadas obtivessem impactos, e na sua grande maioria negativo pela falta de acessibilidade ao público. As dificuldades não só atingiram as entidades como a população que dependia dessas entidades para subsistência, o impacto da Covid-19 é desde a empregabilidade da população, ao aumento da inflação, impostos indiretos com aumentos recorrentes ao dia a dia em produtos básicos entre outros fatores. O presente trabalho tem como características principais analisar quais os impactos econômicos que a Covid-19 gerou para os hotéis no período do Festival Folclórico de Parintins - AM. Abordando o público local da época como universo de pesquisa, através de pesquisas bibliográficas e pesquisa de campo foi aplicado um questionário com a finalidade de levantar dados e explorar as soluções dos impactados pelas redes de hotelaria de Parintins - AM, enfatizando os problemas associados ao Covid-19.

**Palavras-Chaves:** Impactos econômicos, entidades econômicas, festival folclórico, redes de hotelaria.

## 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, o município de Parintins - AM comporta a segunda maior população do Estado do Amazonas. Ela é responsável por sediar o segundo maior festival cultural do mundo com sua atração regional do boi-bumbá, que proporcionou desenvolvimento econômico e social ao longo dessas décadas. Os principais órgãos regionais, agência bancárias nacionais, agência de crediários nacionais, instituto de educação federal, universidades públicas e privadas do Estado do Amazonas se encontram no presente universo de pesquisa, esses patrimônios locais que valorizam e proporcionam expectativa para a população local.

Diante desses fatos, o setor hoteleiro de Parintins-AM notou uma grande sensibilidade local em investir nesse setor. Atualmente, Parintins-Am disponibiliza uma rede de hotelaria que se tornou de ilustre importância no atendimento turístico, principalmente em época do festival cultural regional. Esse evento proporcionou uma grande necessidade no uso da contabilidade gerencial para redução de prejuízos e impactos, especialmente em momentos de racionamento de capital e crise socioeconômica como do Covid-19.

O presente trabalho tem como objetivo analisar os prejuízos econômicos para o setor hoteleiro na cidade de Parintins - AM, de acordo com as premissas da contabilidade gerencial que servirá de apoio para a atual pesquisa. Identificar quais estratégias utilizadas pelos proprietários dos estabelecimentos para amenizar o impacto econômico em eventos futuros dessas características. Assim, evidenciamos os resultados da pesquisa a fim de detectar incentivos e responsabilização.

Segundo Padoveze (2012), a Contabilidade Gerencial congrega todos os demais instrumentos de contabilidade que complementam a Contabilidade Financeira para tornar efetiva a informação contábil dentro das empresas em todo o processo de gestão. A contabilidade gerencial tem características fundamentais da contabilidade como registrar, estimar, organizar e resumir dados financeiros e operacionais. A contabilidade gerencial tem as mesmas características da contabilidade financeira, adjunto de outros indicadores que complementam a contabilidade financeira. Segundo Ray Garrison (2013), a contabilidade gerencial divulga informações para gerentes da organização com o propósito de: Planejamento, Controle, Tomada de Decisões. Enfatizando decisões que afetarão o futuro, a relevância, concluir as coisas no tempo hábil, relatórios no nível de segmento, não tem necessariamente que seguir os GAAP(Generally Accepted Accounting Principles)/IFRS(International Financial Reporting Standards), não é obrigatório relatórios externos.

A principal motivação desta pesquisa? É tornar útil aos interessados pelo evento turístico que mais move a cidade de Parintins-AM a curiosidade sobre como a pandemia da Covid-19 conseguiu atingir economicamente o setor de hotelaria do município, quando não foi possível a realização do festival folclórico.

Para Rasoto (2012), as decisões financeiras de curto, médio e longo prazos normalmente são interdependentes, podendo atingir, de forma mais ou menos previsível, a rentabilidade e alavancagem financeira das empresas. Suas funções financeiras, segundo Rasoto (2012, p.18) envolvem todas as atividades vinculadas às atividades gerenciais. Dessa forma conseguimos segregar pelo menos três importantes funções financeiras: investimento, financiamento e operação.

Para Rasoto (2012, p.18) a função financeira, investimento é:

“A operação, que na contabilidade é chamada de demonstrativo de resultados, resume as fontes que são receitas, impostos, custos e despesas (os dois últimos são as aplicações dos recursos, as quais geram lucro ou prejuízo como resultado).”

Segundo Rasoto (2012), os financiamentos, denominados passivos o líquido, são necessários para que haja investimentos, os quais demonstram como a organização financia seus ativos. Estímulos financeiros em empresas são consequência de problematizações internas ou novos investimentos, essa prática é muito adotada no território brasileiro para desenvolver o capital interno e/ou ampliar a estrutura da empresa. Efeitos de políticas tributárias de estímulos ao investimento também são consequências da gestão de políticas públicas levianas [...] não existe literatura que busca avaliar o impacto específico dessas políticas sobre o custo de capital privado e, em especial, sobre o nível de investimentos das firmas. De tal forma, busca-se aqui apenas analisar alguns desses exemplos e suas condições para implementação, como período de validade do incentivo e características dos ativos qualificados.

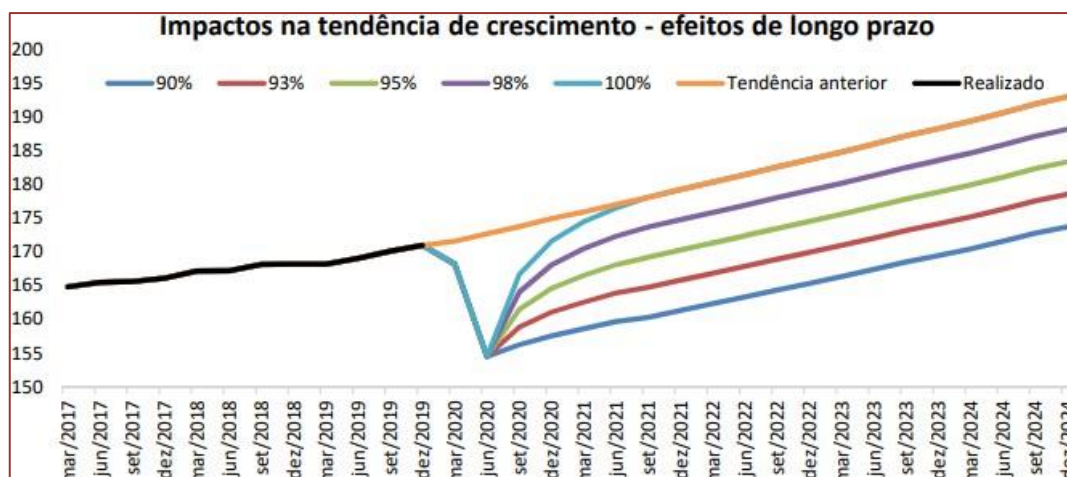
## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Destaca-se que todas as crises sanitárias ao longo dos séculos e décadas tiveram sim um impacto social e econômico, sendo localizado ou globalizado pelo network constante das populações mundiais. Nota-se que com o aumento e desenvolvimento dos transportes e formas de deslocamento mais rápidos, ágeis e acessíveis para a classe trabalhadora. Denotamos que as diversas formas de pagamentos facilitaram a viabilidade do acesso e melhoraram muito em prol da qualidade de vida básica.

O setor do turismo é um dos mais afetados pela pandemia em 2020. Segundo cálculos feitos pela United Nations World Tourism Organization (UNWTO), os fluxos internacionais de turistas devem ter uma queda de 22% no ano, enquanto as receitas geradas no segmento serão entre 20% e 30% menores na comparação com 2019. Segundo a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), só o Brasil perdeu R\$ 46,7 bilhões em faturamento ao longo do ano. FORBES (2021).

O impacto recente da COVID não possibilita estimar os efeitos em desemprego, falência e outros indicadores que podem afetar o PIB de longo prazo. No entanto, considerando a heterogeneidade dos resultados, avaliamos 5 cenários alternativos de perda de produto para estimar o potencial impacto econômico de longo prazo que a nova pandemia pode ter no Brasil, a saber: quedas de 10%, 7,5%, 5%, 2,5% e 0% sobre o produto per capita de longo prazo.

O gráfico abaixo mostra o comportamento do PIB com redução dos diferentes cenários utilizados em comparação a tendência de crescimento anterior da economia brasileira. Importante notar que a retração gera perdas do sistema produtivo que não serão recuperados. Ministério da Fazenda (2020).



Autor: Ministério da Fazenda (13 de maio de 2020) - Nota Informativa.

Segundo os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de empregados cadastrados na cidade de Parintins em 2021 foi 6.973, o que representa uma variação de 68,4% em relação ao ano anterior. A remuneração média do trabalhador no ano de 2021 foi R\$ 1798,25, e o número de estabelecimentos cadastrados foi 1.099, o que representa uma variação de -5,58% em relação ao ano anterior. SEBRAE, (2021).

O impacto da Covid-19 não só afetou a rede de hotelaria de Parintins-AM, como a população e a comunidade em modo geral que dependia desses trabalhos e/ou serviços para subsistência. As redes de hotelaria e outros setores se abstiveram de alguns de seus funcionários por conta da folha de pagamento não estarem de acordo com a receita mensal e semestral da época. Mesmo Parintins- AM passando pela época de restrição socioeconômica, a maioria das redes de hotelaria continuaram com alocação de clientes, assim como as reservas antecipadas. Na busca por viver em uma sociedade de classes, o indivíduo busca a todo instante um novo lugar para viver, em decorrência da classe social que ocupa se faz necessário um determinado espaço que o mesmo escolhe para se efetivar, pois o espaço sempre está em constante dinamicidade, sendo modelado de acordo com as normas de cada grupo social. FILHA (2018, pág. 6).

## 2.1. O FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS-AM

Parintins, município que fica localizado no interior do Amazonas, à margem direita do rio Amazonas. Sua população estima-se em 102.033 habitantes, sendo 69.890 residentes em área urbana e 32.143 em área rural, é considerado o segundo município do estado em grande quantidade populacional, perdendo apenas para a capital, Manaus. (IBGE, 2010).

Pires (2014) afirma que, os bumbás de Parintins foram inspirados na cultura maranhense e juntos realizam uma das maiores manifestações culturais da do Norte do Brasil e demonstra o aspecto criativo de um povo miscigenado, que, como brasileiro recebeu influência de outras culturas decorridas do processo de colonização do país.

O Festival de Parintins é tradicionalmente adado no último fim de semana do mês de junho, é uma festa que atrai cerca de 60 mil turistas por ano para a pequena ilha situada no baixo Amazonas, foi suspensa por dois anos sem previsão de uma nova data para

acontecer, devido ao alto risco de contaminação no evento que além dos turistas reúne mais de 17 mil pessoas no bumbódromo onde é realizado o espetáculo (PRESTES, 2020).

Segundo Gomes apud. Souza (2017, p.128) impulsionados pela festa, os parintinenses se preparam para receber os visitantes. A prefeitura local faz entregas do cartaz do festival, que é resultado de um concurso de telas que ocorreu nos meses de março e abril junto aos artistas locais. Os vendedores ambulantes chegam em profusão nas praças que exercem centralidade nas festas: A da catedral e a da antiga prefeitura, montando suas barracas de comida, artesanato e diversas mercadorias que contribuem para o comércio e economia local. Entre esses vendedores estão os membros de grupos indígenas e moradores das redondezas, cujos artistas dos bois recorrem a suas barracas na última hora para completar um ou outro adereço de suas tribos.

Espelha-se que o Festival Folclórico de Parintins-AM é responsável pelo desenvolvimento econômico local, que por mais de décadas vem se expandindo com empresas privadas e órgãos de fiscalização e desenvolvimento público. Esses fatores agregam visibilidade e tendência nos investimentos locais, Parintins-AM sendo palco do 2º Festival Folclórico do Mundo é alvo de investimentos nacionais e internacionais. Exemplo da multinacional Coca-Cola que é reconhecida mundialmente pela cor vermelha da embalagem, porém em meados do Festival, ela troca as cores de vermelho para azul por conta do fator cultural, impedindo que o contrário tenha contato com a cor oposta.

Através da formação discursiva dos bois-bumbás, o Festival se transforma metaforicamente em uma guerra, o Bumbódromo em um campo de combate e os torcedores em guerreiros – que vestem seus uniformes da cor dos bois, que se transmutam em tribos indígenas ou se tornam protetores de uma “nação”: “Somos o povo Garantido/Preparado eu tô/Pra guerra agora eu vou/Armado até os dentes/De cara pintada na arquibancada/Vou me entregar/E ser um só com a nação do Boi Garantido/É o clã vermelho esse povo<sup>24</sup>” e “Com a cara pintada de azul/Preparados pra guerra na arena/No sangue a garra de ser campeão/É de raça a galera tribal/Toda tribo bate o pé no chão/Todos preparados pra guerra das cores<sup>25</sup>”. É possível observar que o discurso de guerra se apoia em elementos simbólicos, de duas nações defendendo seus territórios (neste caso específico, suas territorialidades), e não de um discurso de violência ou confronto corporal – como é comum de se encontrar em músicas de torcidas organizadas de futebol. Trata-se de uma “disputa por legitimidade”, de ser “o genuíno representante da cultura popular” (FERNANDO apud. SILVA, 2011, p. 236).

## **2.2. O SURTO DA COVID-19 PREJUDICA A REALIZAÇÃO DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS- AM**

De acordo com Fauci et al (2020), a doença da COVID-19 se tornou um perigo à saúde mundial, pois se trata de um surto contínuo de doenças que estão estruturalmente associadas à Síndrome Respiratória Aguda Grave (SRAG). Segundo dados gerados pelo Ministério do Turismo (2020), as buscas referentes a “passeios em” e “O que fazer em”, visa representar o comportamento do consumidor brasileiro quanto ao seu interesse/desejo sobre informação e planejamento de viagens. No Gráfico 1, verifica-se que entre 2017 e 2019, havia um relativo padrão de buscas de informações por viagens e retrata bem a sazonalidade do setor de turismo, apresentando um aumento das buscas nos meses de janeiro, junho, julho e dezembro. Em 2020, as buscas iniciaram-se seguindo o padrão dos anos anteriores, porém a partir de março observa-se uma queda expressiva. Na tabela 1, pode-se verificar que em março de 2020 iniciou-se uma queda das buscas de

43,3% destes termos, se comparados aos anos anteriores. Esta queda expressiva segue até julho de 2020 (-62,1%).

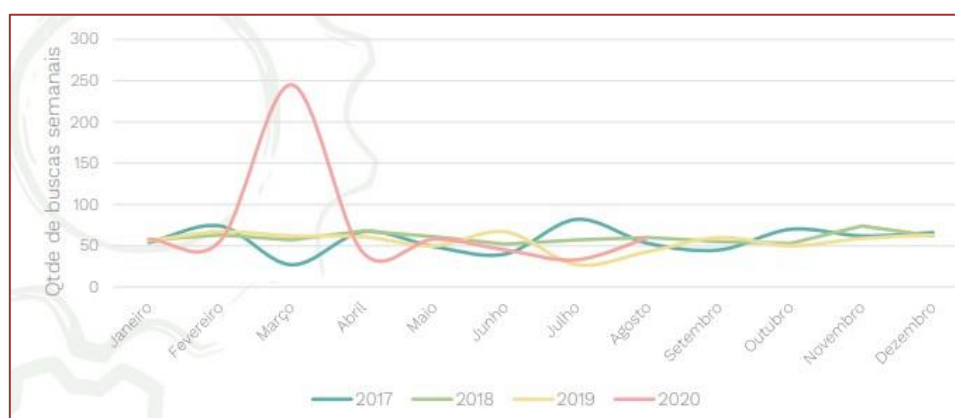
**Gráfico 1** - Distribuição dos termos “Passeio em” e “O que fazer em” no Google - janeiro de 2017 a agosto de 2020 no Brasil



Fonte: Google/Ministério do turismo.

No Gráfico 2, também se verifica um relativo padrão de buscas de informações de “cancelamento de viagens” entre 2017 e 2019. Nestes anos, a busca por este termo não ultrapassou mais de 100 buscas por semana. Em 2020, as buscas também iniciaram seguindo o padrão dos anos anteriores, porém nos meses de março observa-se um aumento expressivo de buscas por estas informações. A tabela 1 mostra um aumento de 324,7% em março de 2020, se comparados ao mesmo mês dos anos anteriores.

**Gráfico 2** - Distribuição do termo “Cancelamento de Passagens” no Google - janeiro de 2017 a agosto de 2020



Fonte: Google/Ministério do turismo.

No ano de 2020, os participantes do festival foram surpreendidos com dois meses de antecedência da realização da festa pelos primeiros casos de covid-19 no Estado. A pandemia impactou, diretamente, a realização de grandes eventos. Artistas plásticos,

músicos, dançarinos, costureiras, tricicleiros, hoteleiros, todos foram impactados pela falta de um festival que movimentava a economia de uma cidade inteira (BESSA, 2022).

### **2.3. POTENCIAL ECONÔMICO PARA A CIDADE DE PARINTINS DURANTE A REALIZAÇÃO DO FESTIVAL**

O sucesso da atividade turística está diretamente relacionado ao envolvimento da comunidade local, pois a percepção do turista em relação ao município é geral, desde a limpeza das ruas até a hospitalidade da comunidade. Normalmente, quando os turistas chegam à cidade, costumam perguntar para os moradores locais sobre os lugares de lazer e entretenimento, melhores restaurantes e hotéis, etc. E, em função disso, se a população local estiver consciente e preparada para receber os visitantes, haverá uma significativa contribuição para melhoria da estada do turista na localidade. BRAGA (2005, p.78).

A disputa entre os Bois foi crescendo, e se converteu de uma simples brincadeira para alegrar o povo, em um imenso Festival. E dessa vez, intensamente vinculada ao segmento econômico, mobilizando turistas dos mais variados lugares que acabaram por modificar a dinâmica da cidade durante esse período. Esse Festival obteve nos últimos anos dimensões massivas, conjugando, de modo inesperado e criativo, padrões e temas culturais tradicionais a procedimentos e abordagens modernizantes. Atualmente constitui uma das maiores manifestações populares do Norte do Brasil, atraindo milhares de pessoas não só de Manaus (a capital do estado) e cidades próximas como também de diversas partes do país (CAVALCANTE, 2000).

É de suma importância ressaltar as características e cultura da cidade de Parintins-AM, e como elas potencializam a economia para cidade nos períodos de Festival e na ausência do mesmo. Não só a cultura folclore de Parintins-AM chamam atenção, sua raiz indígena Kagwahiva ou bocas-pretas como eram conceituados no passado, são referenciais para populações turísticas em contato com o estado do Amazonas dentro ou fora de época festiva. Considera-se que o fato do universo de pesquisa ser palco do maior Festival Folclórico do Brasil, influência direta e indiretamente na popularidade cultural tribal da região e sua população como todo se beneficia desse potencial.

Anunciado oficialmente pelo governador Wilson Lima no dia 24 de março, na arena do Bumbódromo, o 55º Festival Folclórico de Parintins (a 369 quilômetros de Manaus), vai injetar entre R\$ 80 e R\$ 100 milhões na economia do município, segundo dados da Prefeitura de Parintins. A festa, que é o principal motor da economia local, deixou de ser realizada durante dois anos, em razão da pandemia de Covid-19. Com o avanço da vacinação e a queda nos indicadores de novos casos e mortes pela doença, o evento vai acontecer nos dias 24, 25 e 26 de junho. CULTURALDOAM (2022).

### **3. METODOLOGIA**

No presente estudo foi utilizado o método de pesquisa de campo, com a finalidade de levantar dados e explorar como se desenvolveu soluções no ramo hoteleiro da cidade de Parintins durante o período em que não foi possível a realização do Festival Folclórico da cidade, especificamente por problemas associados ao Covid-19. Partindo de uma revisão bibliográfica em fontes primárias baseadas em estudos de outros autores que relatam a importância desta festa para o movimento da economia local até as consequências que a mesma traz para os profissionais e autônomos devido a alta

demanda turística e também em procedimentos ex-post-facto no qual institui as soluções buscadas por proprietários de hotéis da cidade.

É importante salientar que se trata também de uma pesquisa básica estratégica, pois segundo Verena (2005) a finalidade deste estudo é avaliar a influência da maior festa Folclórica do Estado do Amazonas pelo prisma do turismo e, específicos, apontar a importância do Festival de Parintins para o desenvolvimento do turismo na região. Este trabalho servirá de subsídio para reflexões e debates, tanto para os profissionais envolvidos, quanto para a população em geral.

### **3.1. DELINEAMENTO DA PESQUISA**

Quanto aos mecanismos técnicos, foi realizado um estudo de caso relacionado a uma rede de Hotelaria situada no município de Parintins/AM, visando identificar o impacto da pandemia causada pela disseminação do vírus da COVID-19 em seu faturamento. De acordo com Gil (2018), o estudo de caso é um tipo de pesquisa bastante desfrutada nas ciências sociais. Consiste numa pesquisa profunda e cansativa de um ou poucos casos, de maneira que auxilie um grande e detalhado conhecimento. Yin (2013) conceitua que, presentemente, o estudo de caso sobrevém da necessidade de investigar um fenômeno dentro de sua realidade, tendo conhecimento sobre as objeções de percepção dos extremos entre o fenômeno e o meio que o cerca. Logo, encontrar a profundez da conclusão da pandemia no faturamento da Rede Hoteleira, que disponibilizou os dados para análise, e assim trazer um cenário do setor hoteleiro da cidade de Parintins-AM.

### **3.2. PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS**

No começo, foram coletados através de questionário online individualmente por unidade hoteleira, compreendendo além do período em que se estende a pandemia, o ano anterior para efeitos comparativos. Os atestatórios foram pedidos às empresas, junto a permissão dos administradores e identidade da Rede de Hotelaria ficará oculta, com o propósito de manter o sigilo das informações contábeis presentes. Como citado anteriormente, as unidades dos hotéis que constam presentes neste trabalho estão situadas exclusivamente em Parintins, interior do Amazonas, e são pertencentes à Rede Hoteleira distintas. O número de unidades analisadas é de cinco unidades, e para questão organizacional, que delibera de seu núcleo contábil separado dos demais hotéis, as unidades que farão parte do estudo serão chamadas de “A” à “E”.

Com relação ao período de realização da temporada do Festival de Parintins, para que seja possível compreender o amplitude no impacto do Coronavírus desde sua chegada, as temporadas tem início no mês maio e se estende até o mês de julho, uma vez que a temporada das festividades se estendem até a tradicional festa da padroeira da cidade.

## **4. DISCUSSÃO E RESULTADOS DA PESQUISA**

É de fato importante a análise e desenvolvimento de pesquisas que geram métricas e resultados sobre fatos específicos. Abordagem, discussões que venham especificar os acontecimentos naquele universo de pesquisa. A delimitação do tema abordado pode especificar as adversidades e soluções aplicadas como esquemática das organizações

aplicadas.

Nossa abordagem conteve, uma revisão bibliográfica e uma pesquisa de campo para catalogar as necessidades e barreiras adquiridas naquele evento pandêmico. Ela pode confirmar que, assim como todas as regiões cobertas pela Pandemia da Covid-19 sofreram de forma negativa os impactos das leis de vigilância sanitária, diminuindo o fluxo de consumidores de seus serviços e afetando direta e diretamente na renda, folha salarial e progresso de seus interesses.

Um ponto determinante a ser referenciado sobre a Covid-19 são os impactos em todos os setores durante o período de duração da Pandemia, não somente o festival folclórico de Parintins-AM foi afetado, diante de tal premissa e fatos presenciados conosco pelo jornais, telejornais e mídias sociais. Concluímos que o todos serviços extensionais aos consumidores foi prejudicado em todos os pontos delivre comercialização.

Detalhamos os principais impactos econômicos da Covid-19 nos hotéis durante o período de realização do festival folclórico. E os desdobramentos realizados pelos proprietários as suas análises, estratégias para conter e minimizar os impactos sofridos diante desse fato. Nota-se, que os problemas gerados pela pandemia Covid-19 reforçou as prevenções sanitárias.

#### **4.1. ANÁLISE CONSOLIDADA DE ACORDO COM O QUESTIONÁRIO LANÇADO AOS EMPREENDEDORES DOS HOTÉIS PARTICIPANTES DA PESQUISA QUANTO AOS PREJUÍZOS CAUSADOS PELA NÃO REALIZAÇÃO DO FESTIVAL DE PARINTINS NOS ANOS DE 2020 E 2021**

Verificamos através do questionário a procedência dos indicadores de desempenho relacionados aos prejuízos, faturamento, condutas que os responsáveis dos hotéis participantes da pesquisa obtiveram durante este período comparado ao ano anterior e ao ano seguinte, retorno da realização do evento na cidade.

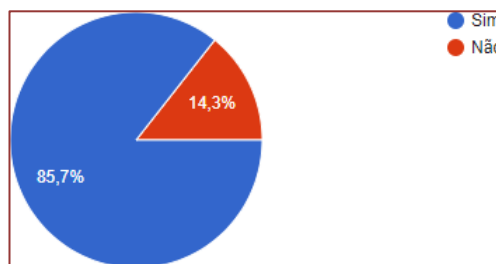
As questões aplicadas aos responsáveis foram:

##### **4.1.1. DURANTE O ANO DE 2020 E 2021, QUANDO NÃO FOI POSSÍVEL A REALIZAÇÃO DO FESTIVAL DE PARINTINS DEVIDO A PANDEMIA DA COVID-19, VOCÊ SE SENTIU PREJUDICADO NO SEU EMPREENDIMENTO PELA FALTA DE VISITANTES NA CIDADE?**

Por conta das medidas rigorosas tomadas pelos poderes mundiais para diminuir o risco de contágio do vírus da Covid-19, não foi possível a realização de diversos eventos tradicionais em todo o mundo, inclusive o Festival de Parintins, no Amazonas. Por ser uma festa que atrai turistas de todos os lugares é considerado o maior em caráter de renda para a população local. Sendo assim, muitos tiveram perdas financeiras quando foi possível a realização do evento na cidade.

O Hotel A, B, C, D, E e G informaram que se sentiram bastante prejudicados pela falta da realização do evento na cidade com a baixa visitação turística, já o Hotel F afirma que mesmo que a ausência dos visitantes não se sentiu prejudicado. Sendo assim, 85,7% dos hotéis pesquisados se sentiram prejudicados quando 14,3% não.

**Figura 1** - Número de hotéis que se sentiram prejudicados do Festival de Parintins nos anos de 2020 e 2021



Fonte: próprio autor.

#### **4.1.2. MEDIDAS BUSCADAS PELOS RESPONSÁVEIS PARA AMENIZAR OS PREJUÍZOS CAUSADOS DURANTE ESSE PERÍODO**

O Hotel A, relatou que, devido às restrições que foram ordenadas pelos órgãos competentes, acabou limitando de tomar alguma atitude. “Infelizmente não pude fazer nada, por conta das restrições”. O Hotel B esclareceu que o pedido de antecipação de pagamento ajudou a reduzir os prejuízos causados pelo lockdown. “Prejudicou bastante, o que amenizou mais ou menos foi as pessoas que sempre pagam 50% para garantir sua hospedagem, e quando voltou a realização do festival já faltava apenas 50% do valor total”.

O Hotel C e D, afirmou que a melhor maneira de se sentir menos prejudicado foi a organização e planejamento junto aos demais funcionários. “Organizar minhas ideias, buscar ajuda de pessoas que pudessem me orientar com medidas de organização financeira e uma melhor tomada de decisão para ter o controle da situação”. “Organizar minhas ideias, buscar ajuda de pessoas que pudessem me orientar com medidas de organização financeira e uma melhor tomada de decisão para ter o controle da situação”.

Assim também acreditou o Hotel E, gerando tomadas de decisões que amenizassem os prejuízos obtidos. “A princípio não pude fazer nada, pois fomos obrigados a fechar as nossas portas. Em seguida tivemos que comunicar nossos funcionários pois houve redução no quadro, pensar em modos de organizar as dívidas já feitas na preparação do hotel para a recepção dos hóspedes, e esperar o desenrolar da história. Tivemos que ser certos nas tomadas de decisões para que os prejuízos não fossem ainda maiores”.

Já o Hotel F, buscou uma tentativa mais direta e menos prejudicial, escolheu diálogos com seus clientes em busca de soluções. “Busquei acordos com meus clientes já hospedados para que ambas as partes não saíssem prejudicados”.

O Hotel G, também decidiu buscar respostas através de organização e planejamento. “Organizar minhas metas e planejar medidas alternativas”.

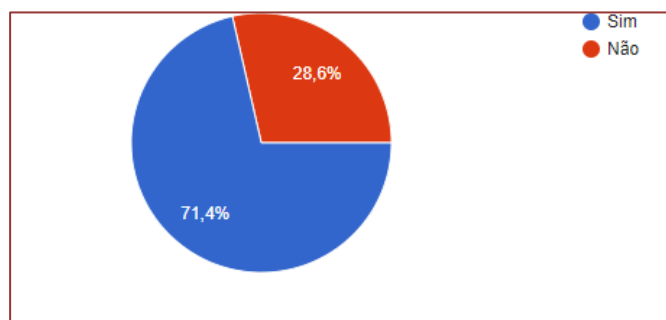
#### **4.1.3. BUSCAMOS SABER SE DEVIDO À FALTA DE HÓSPEDES DURANTE O PERÍODO DE REALIZAÇÃO DO FESTIVAL NO RESPECTIVO ANO, FOI NECESSÁRIO REDUZIR O QUADRO DE FUNCIONÁRIOS**

Os Hotéis A, B, C, D e E afirmaram que foi necessário realizar a demissão de alguns funcionários de suas equipes, já os Hotéis F e G alegam que não houve a necessidade de

reduzir o número de funcionários.

Sendo assim, 71,4% dos Hotéis participantes da pesquisa realizaram demissões durante este período, e 28,6% não precisaram se desfazer de seus funcionários.

**Figura 2** - Número de hotéis que realizaram demissões ou não durante o período de realização do Festival de Parintins no referido ano de 2021 e 2022

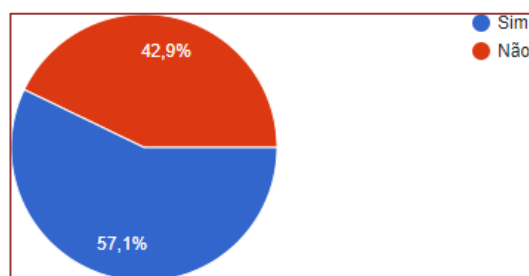


Fonte: próprio autor.

#### 4.1.4. OS HOTÉIS PARTICIPANTES DA PESQUISA REALIZARAM ANTECIPADAMENTE ALGUM TIPO DE REFORMA, E QUE SE SENTIRAM PREJUDICADOS PELA NÃO REALIZAÇÃO DO EVENTO

Os Hotéis A, F e G não se sentiram prejudicados pois não foi necessário a realização de alguma reforma antecipadamente. Já os hotéis B, C, D, E realizaram reformas para buscar melhorias de estética e conforto no ambiente, eles se sentiram prejudicados pela falta de hóspedes. Sendo assim, 57,1% dos hotéis participantes da pesquisa se sentiram prejudicados com as reformas quando 42,9% não tiveram prejuízos quanto a isso.

**Figura 3** - Número de hotéis que se sentiram prejudicados pela realização de alguma reforma no estabelecimento para o Festival de Parintins nos anos de 2020 e 2021



Fonte: próprio autor.

#### 4.1.5. PERGUNTAMOS QUAL FOI A DIFERENÇA DE FATURAMENTO COMPARADO AO ANO ANTERIOR NO MESMO PERÍODO

O Hotel A, afirmou que teve em média 5.000,00 (cinco mil reais) de diferença de faturamento comparado ao ano anterior.

O Hotel B, disse que, obtiveram uma porcentagem de lucro bem menor, devido

terem buscado fazer melhorias no estabelecimento e outros pequenos investimentos, devido ter ficado 2 anos sem a realização do festival.

O Hotel C, relatou que, teve uma diferença em média de 20.000,00 (vinte mil reais) de faturamento comparado ao ano anterior.

O Hotel D, alegou que, teve diferença em média de 10.000,00 (dez mil reais) pois buscaram por um investimento maior, tendo mais gastos com inovações para atrair mais clientes e também outras despesas com reformas e manutenção do prédio.

O Hotel E, informou que a diferença no faturamento foi 50.000,00 (cinquenta mil reais) à 70.000,00 (setenta mil reais).

O Hotel F, relata que a diferença de faturamento comparado ao ano anterior é triplicada.

O Hotel G, diz que a diferença de faturamento foi de 9.000,00 (nove mil reais).

#### **4.1.6. BUSCAMOS SABER SOBRE QUANTAS DIÁRIAS OS HOTÉIS COSTUMAVAM ALUGAR DURANTE O PERÍODO DE REALIZAÇÃO DO FESTIVAL DE PARINTINS**

O Hotel A, diz que, costumavam alugar 5 diárias por clientes em todos os quartos disponíveis.

O Hotel B, afirma que, costumavam alugar de 4 a 6 diárias por pessoa em uma suíte do hotel.

O Hotel C, alega que das 20 suítes disponíveis costumavam alugar 5 diárias por pessoa em cada.

O Hotel D, também afirma que costumava alugar 5 diárias, e que os valores dependiam de quantas pessoas ocupariam cada suíte.

O Hotel E, relata que alugava em média de 3 diárias por clientes em cada suíte.

O Hotel F, chegou a alugar suítes por uma temporada mais longa, chegando até em 20 diárias durante o período do festival de Parintins.

O Hotel G, também afirma que aluga em média 5 diárias por suíte.

#### **4.1.7. PERGUNTAMOS TAMBÉM SE DURANTE O PERÍODO DE REALIZAÇÃO DO FESTIVAL NOS ANOS DE 2020 E 2021, OS HOTÉIS REALIZARAM ALGUM ALUGUEL DE SUÍTES**

O Hotéis A, C, D, E e G afirmaram que não chegaram a realizar nenhum aluguel de suítes nos respectivos anos quando não foi possível a realização do Festival de Parintins. O Hotel B informou que não lembrava com precisão desta informação e o hotel F afirmou que, ainda realizou aluguéis de 5 suítes durante esta temporada.

#### **4.1.8. FOI NECESSÁRIO REALIZAR CANCELAMENTOS DE RESERVAS ANTECIPADAS POR HÓSPEDES QUE FORAM FEITAS ANTES DO ANÚNCIO DE CANCELAMENTO DO EVENTO NO ANO DE 2020 E 2021?**

Os Hotéis A, C, D e E afirmaram que, foi realizado o cancelamento de reservas antecipadas por hóspedes, e os hotéis B, F e G alegam que não houve cancelamento das

reservas que foram feitas, ambas foram transferidas para o ano seguinte.

#### **4.1.9. NO ANO DE 2022 FOI ANUNCIADO O RETORNO DO FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS, QUAL A MÉDIA DE SUÍTES ALUGADAS QUE O ESTABELECIMENTO TEVE COM ESSE RETORNO?**

O Hotel A, afirmou que foram alugadas todas as suítes com 5 diárias.

O Hotel B, disse que, disponibilizou 20 suítes para o período do festival e que alugou com média de 3 a 4 diárias.

O Hotel C, relatou que também disponibilizou 20 suítes e que a média de aluguel em diárias fora de 3 a 5 diárias.

O Hotel D, alegou que 30 suítes foram disponibilizadas e que ambas foram alugadas com a média de 3 a 5 diárias.

O Hotel E, informou que das 20 suítes 10 foram alugadas com 5 a 10 diárias por hóspede.

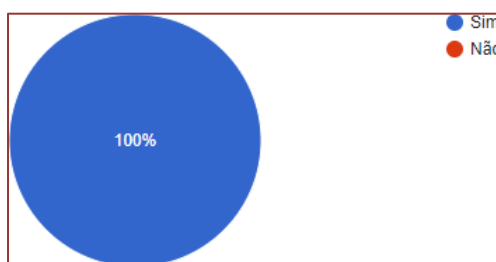
O Hotel F, relata que no total, alugou 60 diárias.

O Hotel G, diz que 15 suítes foram alugadas com média de 5 diárias.

#### **4.1.1.10. DURANTE O PERÍODO DE ISOLAMENTO, O ESTABELECIMENTO BUSCOU TOMAR MEDIDAS DE PROTEÇÃO DE ACORDO COM OS ÓRGÃOS COMPETENTES, COMO ANVISA E MINISTÉRIO DA SAÚDE**

Todos os responsáveis dos hotéis participantes desta pesquisa afirmaram que seguiram todas as orientações e protocolos indicados pelos órgãos competentes a fim de reduzir o número de contágio entre os funcionários, hóspedes e visitantes.

**Figura 4** - Número de hotéis que realizaram medidas protetivas contra a Covid-19 de acordo com os órgãos competentes



Fonte: próprio autor.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esperamos contribuir com a organização dos empreendedores responsáveis pelo ramo da hotelaria da cidade de Parintins, uma vez que o mesmo promoverá muitos impactos positivos. Sendo, inicialmente, percebidas ideias que acarretarão em uma situação financeira satisfatória, seja através de mudanças nas atividades organizacionais ou no atendimento a clientes o que proporcionará condições físicas e comportamentais

que dará boas impressões do estabelecimento para o cliente.

Passar informações que irão ajudar outras possíveis crises que poderão impedir a realização do Festival Folclórico de Parintins sem causar muitos prejuízos para o setor.

## REFERÊNCIAS

- [1] FILHA, Maria do Carmo et.al. 2018. O crescimento da cidade de Parintins: Os impactos socioambientais na comunidade do Macurany. Graduanda do 8º período de Geografia da Universidade do Estado do Amazonas – CESP Parintins. E-mail: marryfila@hotmail.com 2 Professor Especialista do Curso de Geografia da Universidade do Estado do Amazonas – CESP- Parintins. E-mail: jbosco.brasil31@gmail.com. Disponível em: <[O crescimento da cidade de Parintins os impactos socioambientais na Comunidade do Macurany.pdf \(uea.edu.br\)](#)>. Acessado: 03/04/2023.
- [2] LEMOS, Verena Cansação da Silva. O Estival Folclórico De Parintins. Uniceub. Brasília, 2005.
- [3] Garrison, Ray H. Contabilidade gerencial [recurso eletrônico] / Ray Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer : tradução: Christiane de Brito ; revisão técnica: Luciane Reginato. - 14. ed. - Dados Eletrônicos. - Porto Alegre : AMGH, 2013. ISBN: 978-85-8055-162-4. 1. Ciência contábeis. 2. Contabilidade Gerencial. I. Noreen, Eric W. II. Brewer, Peter C. II. Título. Disponível em: <[Contabilidade Gerencial - 14ed - Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer - Google Livros](#)>. Acessado: 26/03/2023.
- [4] Ministério da Fazenda. Nota Informativa Quarta-Feira, 13 de maio de 2020. Disponível em: <[Nota - Impactos Econômicos da COVID-19 \(www.gov.br\)](#)>. Acessado: 02/04/2023.
- [5] Marion, José Carlos, 1949 Introdução à Contabilidade gerencial / José Carlos Marion, Osni Moura Ribeiro. - 2. ed. -- São Paulo : Saraiva, 2014. 240 p. ISBN 978-85-02- 61975-3. 1. Contabilidade gerencial I. TÍTULO II. Ribeiro, Osni Moura. Disponível em: <[INTRODUÇÃO À CONTABILIDADE GERENCIAL - Jose Carlos Marion, Osni Moura Ribeiro - Google Livros](#)>. Acessado: 26/03/2023.
- [6] Padoveze, Clóvis Luís /Contabilidade Gerencial. / Clóvis Luís Padoveze. - Curitiba : IESDE Brasil S.A. , 2012. 376 p. ISBN: 978-85-387-3145-0. 1. Contabilidade
- [7] Gerencial. 2. Gestão Operacional. 3. Análise Financeira e de Rentabilidade. 4. Custose Orçamento. 5. Gestão por Indicadores. I. Títulos. Disponível em: <[Contabilidade Gerencial - Google Livros](#)>. Acessado: 25/03/2023.
- [8] Rasoto, Armando. Gestão Financeira : enfoque em Inovação / Armando Rasoto ... [etal.]. — Curitiba : Aymarã Educação, 2012. — (Série UFinova). ISBN 978-85-7841- 785-7 (material impresso) ISBN 978-85-7841-786-4 (material virtual)1. Administração financeira. I. Título. II. Série. Disponível em: <[gestaofinanceirainovacao.pdf \(utfpr.edu.br\)](#)>. Acessado: 27/03/2023.
- [9] VITORINO, Pedro Henrique. Efeitos de Políticas Tributárias de Estímulo ao Investimento Privado no Brasil. 2021. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Econômicas) – Universidade de Brasília. Brasília, 2021.
- [10] SEBRAE, 2021. Data MPE Brasi. Disponível em: <[Parintins: Emprego, ocupações, empresas, dados demográficos e educação | Observatório Data MPE Brasil | Observatório Data MPE Brasil \(sebrae.com.br\)](#)>. Acessado: 03/04/2023.
- [11] FORBES, 2021. Estudo mostra o impacto da pandemia em hotéis e restaurantes de regiões turísticas. Disponível em: <[Estudo mostra o impacto da pandemia em hotéis e restaurantes de regiões turísticas \(forbes.com.br\)](#)>. Acessado: 03/04/2023.
- [12] CAMPOS, FERNANDO ROSSETTO. **FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS: IDENTIDADES E MULTITERRITORIALIDADES A PARTIR DAS TOADAS DOS BOIS CAPRICHOSO E GARANTIDO.** Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) – Câmpus Chapecó Professor do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) fernando.campos@ifsc.edu.br. Disponível em: <[FESTIVAL\\_FOLCLORICO\\_DE\\_PARINTINS\\_IDENTIDADES\\_E\\_MUL.pdf](#)>. Acessado: 03/04/2023.
- [13] GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- [14] GOMES, LETÍCIA VILARINHO. **FESTIVAL FOLCLÓRICO DE PARINTINS: UMA ANÁLISE TEÓRICA DAS INFLUÊNCIAS CULTURAIS INDÍGENAS.** 27-30 jul 2021 Salvador - Bahia - Brasil. Disponível em: <[132193.pdf \(ufba.br\)](#)>. Acessado: 03/03/2023.

[15] CULTURALAM, 2022. **Festival Folclórico 2020 deve injetar R\$ 100 milhões na economia de Parintins**. Disponível em: <[Festival Folclórico 2022 deve injetar R\\$ 100 milhões na economia de Parintins - Portal Cultura do AM](#)>. Acessado: 03/04/2023.

[16] YIN. Robert K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. 3. Ed. Porto Alegre:Bookman, 2013.

# Capítulo 12

## *Marketing digital e redes sociais para fortalecimento da imagem da empresa*

*Luiza Beatriz Correa*

*Maisa Caxias Soares*

**Resumo:** O marketing de mídia social é uma forma de marketing digital que aproveita o poder das redes sociais populares para atingir seus objetivos de marketing e marca. Mas não se trata apenas de criar contas comerciais e postar quando quiser. O marketing de mídia social requer uma estratégia em evolução com metas mensuráveis. Com base nisso, o presente estudo tem como objetivo desenvolver estratégias no setor de marketing digital para fortalecer a imagem e as vendas na empresa em estudo. A metodologia adotada para atender aos objetivos propostos foi um estudo de caso, com pesquisa em campo com o recurso do instrumento de coleta de dados por meio de um roteiro de entrevistas com a proprietária. Como auxílio para a resolução do problema serão utilizadas as ferramentas da qualidade 5W2H, análise SWOT, matriz GUT e os 5 porquês. Apresentou-se também uma proposta de solução com ações que evidenciaram o marketing da empresa em estudo ao fortalecimento da sua imagem e vendas por meio das redes sociais. Conclui-se que, se todas as etapas propostas forem devidamente executadas e a empresa possa implementar as propostas desenvolvidas, o uso das redes sociais ajudará a melhorar o atendimento ao cliente, já que esses canais permitem a interação com as pessoas por meio de chat ou comentários em postagens.

**Palavras-chave:** Marketing, ferramentas, rede social.

## 1. INTRODUÇÃO

Com o advento tecnológico, o acesso à informação se expandiu substancialmente. Esse crescimento se deu tanto em quantidade de dados, quanto em qualidade, legitimidade da fonte de informações, rapidez e grau de alcance, uma vez que através de ferramentas tecnológicas qualquer pessoa, em qualquer lugar, pode ter acesso a notícias globais. Tal expansão exigiu da sociedade adequações, sobretudo, quando a aquisição de conhecimentos acerca das novas ferramentas, assim como dos benefícios e malefícios que esta alta interatividade pode trazer.

Diante desta realidade, evidencia-se que, para ingresso no mercado de trabalho, em especial aquele voltado para o *marketing*, faz-se necessário um olhar mais apurado sobre as redes virtuais, também conhecidas como redes sociais, uma vez que são nestes ambientes que as relações, seja de qualquer natureza, estão sendo estabelecidas e consolidadas, garantindo o sucesso ou a falência de muitos empreendimentos e de muitas relações interpessoais. Assim, formulou-se a seguinte problemática: Como o *marketing* digital e as redes sociais podem impactar na imagem e aumento das vendas em uma empresa X?

E, para que se alcance as respostas para tal questionamento, foi definido o objetivo geral deste artigo: Desenvolver estratégias no setor de *marketing* digital para fortalecer a imagem e as vendas na empresa em estudo. Já os objetivos específicos são: Identificar estratégias de *marketing* que possam influenciar a imagem e vendas da empresa; Analisar as alternativas de *marketing* aplicáveis ao segmento; Elaborar estratégias para implementação do *marketing* digital.

A metodologia adota para atender aos objetivos propostos foi um estudo de caso, com pesquisa em campo com o recurso do instrumento de coleta de dados por meio de um roteiro de entrevistas com a proprietária. Como auxílio para a resolução do problema foram utilizadas as ferramentas da qualidade 5W2H, análise SWOT, matriz GUT e os 5 porquês.

Este artigo está dividido em três partes: a primeira seção destaca o referencial teórico onde serão apresentados os conceitos acerca de *marketing* digital e redes sociais. A segunda evidencia a metodologia, apontando os procedimentos metodológicos e a caracterização do objeto de pesquisa e, posteriormente, a terceira seção, que revela os resultados obtidos, a discussão e a proposta de solução que respaldará os objetivos propostos.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. MARKETING DIGITAL

De acordo com Campos (2018), a evolução dos sistemas de internet o acesso a informações se tornou cada vez mais rápido, bem como a disseminação de informações através de textos, vídeos, áudios e imagens, o que torna essa ferramenta um campo vasto de atuação das estratégias de *marketing* de uma organização. O autor cita ainda a relevância do *marketing* digital para a comunicação entre consumidor final e organização, servindo de interlocutor entre ambos.

Assim, no quesito agilidade, o *marketing* digital se apresenta de extrema relevância quando analisados tanto a produção de material quanto o tempo de divulgação dos serviços ou produtos, o que influencia diretamente quando se trata dos custos

operacionais em comparação às formas tradicionais de *marketing*, pois o custeio se torna mais acessível. Outra vantagem é a possibilidade de avaliação das estratégias de *marketing* com o uso de diversas formas de mensuração, tornando o processo avaliativo mais flexível.

Para Kotler (2018) essa flexibilidade do *marketing* digital também é identificada enquanto vantagem na possibilidade de individualização das estratégias de alcance aos clientes de forma mais personalizada possível, com o *marketing* um a um, no qual o cliente é tratado conforme suas necessidades e preferências. Esta vantagem só possível graças à farta oferta de informações pessoais sobre os clientes, benefício este trazido pela era digital, o qual possibilita o acesso a informações de forma irrestrita. Da mesma forma que o número de usuários que acessam a rede, e conseqüentemente se tornam possíveis clientes, só tende a crescer, aumentando exponencialmente o mercado consumidor.

## 2.2. MARKETING NAS REDES SOCIAIS

Segundo Cavallini (2018), *marketing* de rede social é o uso de plataformas de mídia social e sites para promover um produto ou serviço. A maioria dessas plataformas de mídia social tem suas próprias ferramentas internas de análise de dados, que permitem às empresas monitorar o progresso, o sucesso e o engajamento de campanhas publicitárias. As empresas abordam uma gama de interessados através do *marketing* de mídia social, incluindo clientes atuais e potenciais, atuais e potenciais funcionários, jornalistas, blogueiros e o público em geral.

Portanto, percebe-se que sites de redes sociais permitem que indivíduos, empresas e outras organizações possam interagir uns com os outros e construir relacionamentos e comunidades on-line. Quando as empresas aderem a esses canais sociais, os consumidores podem interagir diretamente com eles. Essa interação pode ser mais pessoal para os usuários do que os métodos tradicionais de *marketing* e publicidade.

Hoyer e Macinnis (2020), evidenciam a importância das redes sociais no *marketing* reside também no fato de permitirem criar uma marca pessoal. Levando isso em conta, a verdade é que as redes sociais ajudam a construir a identidade de uma personalidade ou empresa. Assim, uma marca pessoal nas redes sociais é um bom ponto para definir uma estratégia específica.

No entanto, é preciso ter cautela, pois os tipos de conteúdo para redes sociais podem ter repercussões tanto negativas quanto positivas. Além disso, a mensagem deve transmitir confiança. Por outro lado, estar presente nas redes sociais é uma forma barata de realizar grandes campanhas publicitárias. Embora seja decisão de cada empresa se aventurar no *marketing* digital, é inegável a importância das redes sociais na hora de criar comunidades em torno de uma marca. Sem contar que essas plataformas permitem que os clientes sejam atendidos de forma personalizada.

O planejamento da estratégia de mídia social começa com seus objetivos. De acordo com Revillion (2019), as estratégias mais comuns para redes sociais criar conteúdo, criar uma estratégia de *marketing* eficiente, criar uma comunidade para seu público, aprimorar o perfil com uma estratégia de conteúdo diversificado, criar perfis em canais relevantes, estabelecer um orçamento de mídia social, executar campanhas entre canais.

## 2.3. FERRAMENTAS GERENCIAIS

### 2.3.1. ANÁLISE SWOT

Segundo Martins (2018), a análise SWOT - forças, fraquezas, oportunidades e ameaças - é uma ferramenta simples, mas útil, que os profissionais de *marketing* podem usar para entender melhor o ambiente de negócios. Por meio de descobertas feitas no SWOT, uma empresa pode penetrar efetivamente no mercado e capitalizar rapidamente as oportunidades. A análise SWOT é um modelo direto que analisa os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças de uma organização para criar a base de uma estratégia de *marketing*.

### 2.3.2. MATRIZ GUT

De acordo com Brandão (2018), a matriz GUT é uma ferramenta de apoio à priorização da solução de problemas. GUT é um acrônimo que separa os problemas por: G (gravidade); U (urgência); T (tendência). Assim como a análise SWOT, ambas as matrizes analisam os ambientes interno e externo de uma empresa. Mas a matriz GUT possui uma característica única, que é a possibilidade de quantificar as informações e classificá-las de acordo com seu nível de prioridade.

### 2.3.3. POR QUÊS

Silva (2019) salienta que os Cinco porquês (5 porquês) é um método de resolução de problemas que explora a causa e efeito subjacente de problemas específicos. O objetivo principal é determinar a causa raiz de um defeito ou problema, fazendo sucessivamente a pergunta “Por quê?”. O número '5' aqui vem da observação anedótica de que cinco iterações de perguntar por que geralmente são suficientes para revelar a causa raiz. Em alguns casos, pode levar mais ou menos porquês, dependendo da profundidade da causa raiz.

### 2.3.4. 5W2H

Conforme ensinam Marshall et al. (2018), o 5W2H é uma ferramenta de produtividade que consiste em um conjunto de sete diretrizes. A metodologia 5W2H utiliza uma série de questões, que visam auxiliar o profissional a planejar projetos, estratégias ou atividades com maior praticidade e clareza. Através de seus 7 fatores explicativos, o problema pode ser visualizado de forma clara e objetiva, favorecendo as chances do profissional tomar a decisão mais eficaz.

## 3. METODOLOGIA

O método empregado para o desenvolvimento e melhor análise do artigo refere-se ao estudo de caso, bem como pesquisa bibliográfica e documental. Conforme Andrade (2010, p. 82), “estudo de caso é uma técnica de estudo, onde se faz uma pesquisa sobre um caso particular, para tirar conclusões sobre princípios gerais daquele caso específico”. O estudo de caso foi desenvolvido por meio de 3 (três) instrumentos: análise documental, entrevista e observação direta.

A análise foi feita através de dados baseados na documentação já existente, através dos quais foi possível se fazer uma verificação de informações suficiente para realização da pesquisa. Foi desenvolvido e aplicado um check-list de todos os documentos da organização que envolvesse o objetivo do trabalho.

Foi utilizada uma abordagem qualitativa, visto que este tipo não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Deste modo, Nascimento (2018) acentua que a pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados, envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos.

Com a técnica de observação direta, utilizou-se um checklist como ferramenta de observação dos pontos relevantes que auxiliou a efetuar sugestões de melhorias no processo de implantação dos recursos humanos. Também recorreu-se ao uso de ferramentas a fim de realizar uma análise mais ampla dos resultados que compõem esse trabalho.

Primeiramente, fez-se uso da análise SWOT, aplicou-se a matriz G.U.T., que evidenciou o nível de gravidade, urgência e tendência. Para elencar a causa-raiz dos problemas encontrados por meio das ferramentas supracitadas, utilizou-se a ferramenta dos 5 porquês, que apresenta uma visão mais ampla para a aplicação imediata da ação, que será ilustrada por meio da ferramenta 5W2H.

### **3.1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

Trata-se de uma empresa de artesanato, especificamente, de crochê. Está situada na cidade de Manaus e foi fundada por uma mulher com necessidade de gerar uma renda extra e que está em atividade desde o ano de 2022. Fabrica roupas personalizáveis em crochê a pronta entrega ou sob encomenda. O principal canal de vendas da empresa são as plataformas digitais que, no período pandêmico, foi de grande valia para as vendas da empresa. No entanto, após um tempo, a fundadora e proprietária deixou de investir nesse canal, sendo assim um dos principais pontos críticos evidenciados no diagnóstico.

Por ser uma Microempreendedora Individual, ou seja, uma profissional autônoma, a empresa possui apenas uma funcionária, que é a proprietária. Ela quem gerencia, atende os clientes, vende, produz. Destaca-se que a empresa não possui missão, visão, valores definidos.

## **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Com o intuito de apresentar melhorias à empresa em estudo, apresenta-se, como proposta e com base no anteriormente exposto, a análise SWOT, elencando os pontos específicos desta identificando os principais fatores a serem trabalhados. O Quadro 1 abaixo apresenta a análise SWOT da empresa:

**Quadro 1: Análise SWOT**

<b>Fatores Internos</b>	
<b>Pontos fortes (+)</b> <b>Experiência</b> <b>Conhecimento técnico</b> <b>Variedade de produtos</b> <b>Produtos com preços acessíveis</b>	<b>Fraquezas (-)</b> Mídias sociais sem movimentação Sem identificação do público Perfil sem otimização Sem planejamento de conteúdo
<b>Fatores Externos</b>	
<b>Oportunidades (+)</b> <b>Utilizar novos canais de comunicação</b> <b>Reengenharias administrativas</b> <b>Elevar a qualidade do serviço</b> <b>Contratar pessoal com perfil de desempenho adequado</b>	<b>Ameaças (-)</b> Desaceleração da economia Novas concorrências Utilização das peças apenas por modismo

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Conforme o que ilustra o Quadro 1, é possível perceber que a empresa possui fraquezas que se tornam problemáticas para a organização, especialmente as mídias sociais sem movimentação. Assim, é possível verificar onde a organização deve ter atenção para os devidos problemas.

Em seguida, aplicou-se a Matriz G.U.T., conforme o que ilustra o quadro 2, onde envolve as fraquezas situadas no quadro 01 da Análise SWOT. Em seguida são analisados os seguintes fatores críticos: Gravidade, Urgência e Tendência destes problemas.

**Quadro 2: Matriz G.U.T**

<b>Lista de problemas</b>	<b>G</b>	<b>U</b>	<b>T</b>	<b>Pontuação</b>	<b>Prioridade</b>
Sem identificação do público	3	3	3	27	4
Mídias sociais sem movimentação	5	5	5	125	1
Sem planejamento de conteúdo	4	5	5	100	2
Perfil sem otimização	4	4	4	64	3

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Conforme o quadro 2, é possível perceber que existem quatro fatores problemáticos que estão em evidência: o primeiro é que, apesar da empresa possuir cadastro nas redes sociais, não há movimentação ou novas publicações há quase 2 anos, o que hoje, conforme o mercado, empresas que não fazem uso desses recursos acabam perdendo a evidência e clientes, que estão sempre conectados para as atualizações, especialmente no ramo da moda, onde se busca acessórios e produtos com inovação; em segundo destaca-se a falta de planejamento de conteúdo; e, por fim, perfil sem otimização.

Os cinco porquês apresentado no quadro 3, indica de forma detalhada os problemas principais e em seguida os porquês que vem causando esse problema, e em consequência se encontra a causa raiz e é sugerida uma contramedida para conter esse problema.

**Quadro 3: Cinco porquês**

O que?	1º por quê?	2º por quê?	3º por quê?	4º por quê?	5º por quê?	Contramedida
Mídias sociais sem movimentação	Não há movimentação	Não há pessoa qualificada para realizar as postagens	A gestão não vê a importância	-	-	Movimentar as mídias sociais da empresa.
Sem planejamento de conteúdo	Não há interesse por parte da proprietária, em divulgar os produtos	Não há pessoa para usar as redes sociais	Não foi alocado uma pessoa para postagem de conteúdos	-	-	Incluir conteúdo informativo e divertido, bem como coisas que promovam diretamente a marca.
Perfil sem otimização	Tudo é postado sem verificação de conteúdo	Sem informações adicionais dos produtos	A gestão não viu a necessidade de aprimorar esse quesito	Sem marcas consistentes	Imagem distorcida	Saber o que postar de conteúdo, configurar e otimizar perfil. Incluir todas as informações de que o público precisa desde o início.
Sem identificação do público alvo	A empresa não preocupou-se em obter um contexto detalhado sobre o seu público-alvo	Sem identificação do perfil dos seguidores	Não há estratégias de <i>marketing</i> eficazes			Identificar o público consumidor da empresa e direcionar as ações de <i>marketing</i> dos produtos.

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

No quadro 3, verificou-se sobre os cinco Porquês onde foram demonstrados os fatores que levam ao problema principal; diante disso, foram propostas contramedidas para esses problemas provendo ações estratégicas para que assim sejam sanados esses empecilhos que fazem com que a organização se expanda.

## 5. PLANEJAMENTO DA PROPOSTA

O quadro 4 ilustra o 5W2H criado para demonstrar o plano de ação com intuito de sanar as problemáticas que a empresa possui em evidência e conforma as ferramentas anteriores diagnosticaram, para que se possa atingir aos objetivos que, no quadro em tela, é a resolução de um problema, bastando a empresa seguir o planejamento desenvolvido para poder alcançar resultados positivos.

O 5W2H é uma das metodologias de gestão empresarial mais utilizadas. Pode ser aplicado em diversos momentos, empresas e projetos, ajuda a responder uma série de questões decisivas para tornar as ações de um negócio mais estratégicas e precisas.

**Quadro 4: 5W2H**

O quê?	Porque?	Quem?	Quando?	Onde?	Como?	Quanto?
<b>Movimentar as mídias sociais da empresa</b>	Para que a mesma seja divulgada em diversas plataformas e, assim, seus produtos possam ser adquiridos e atingir ao maior número de clientes.	Profissional de <i>Marketing</i> ou Empresa específica	Início: 01/06/2023 Fim: Sem prazo, pois requer atualizações constantes	Própria empresa	Movimentando as mídias sociais da empresa para que a mesma seja divulgada em diversas plataformas e, assim, seus produtos possam ser adquiridos e atingir ao maior número de clientes.	R\$1.000,00
<b>Incluir conteúdo informativo e divertido, bem como coisas que promovam diretamente a marca.</b>	Isso geralmente gerará um melhor engajamento e compartilhamento do que peças estritamente de vendas.	Profissional de <i>Marketing</i> ou Empresa específica	Início: 01/06/2023 Fim: Sem prazo, pois requer atualizações constantes	Própria empresa	Incluindo conteúdo informativo e divertido, bem como coisas que promovam diretamente a marca.	R\$1.000,00
<b>Saber o que postar de conteúdo, configurar e otimizar perfil.</b>	Incluir todas as informações de que o público precisa desde o início.	Profissional de <i>Marketing</i> ou Empresa específica	Início: 01/06/2023 Fim: Sem prazo, pois requer atualizações constantes	Própria empresa	Sabendo o que postar de conteúdo, configurando e otimizando o perfil. Incluindo todas as informações de que o público precisa desde o início.	R\$1.000,00
<b>Identificar o público consumidor da empresa e direcionar as ações de marketing dos produtos.</b>	Ter uma segmentação de mercado com a qual a empresa estará se comunicando.	Profissional de <i>Marketing</i> ou Empresa específica	Início: 01/06/2023 Fim: Sem prazo, pois requer atualizações constantes	Própria empresa	Analisar dados demográficos e psicográficos, além de padrões observáveis, que ajudem a formar uma imagem mental de quem provavelmente comprará	R\$1.000,00

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

## 6. RESULTADOS ESPERADOS

A importância de criar um plano de marketing digital é que a empresa em estudo conseguirá estabelecer objetivos claros e mensuráveis, e desenvolver uma estratégia para alcançá-los. Além disso, um plano de marketing digital ajudará a empresa a entender quem é seu público e quais são suas necessidades. Assim se poderá seguir as estratégias elencadas anteriormente para atingi-los de forma eficaz através dos canais digitais ideais.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao agregar teoria com a prática, é possível destacar que as aulas foram de extremo aprendizado, que possibilitaram desenvolver o presente trabalho com o que fora ensinado, contribuindo para o crescimento pessoal e profissional da autora, que utilizou os conhecimentos adquiridos e repassados para elaborar as ferramentas e planos e, conseqüentemente, servirá para outras empresas que identifiquem as mesmas problemáticas.

Devido à popularização da Internet na última década, as redes sociais passaram a ocupar um lugar central no cotidiano das pessoas, ganhando toda a sua atenção. Por isso é fundamental que a empresa esteja presente nesses canais digitais para construir comunidades em torno da marca, chamar a atenção de seus potenciais clientes e transformar as redes sociais em um canal de geração de vendas. A mídia social é um dos canais digitais mais lucrativos que existem. E em comparação com a publicidade tradicional, promover a empresa na Internet é muito mais rentável, pois permite chegar a milhares de pessoas com maior probabilidade de compra.

Com base nisso, é possível apontar que os objetivos foram plenamente alcançados visto que desenvolveu-se estratégias no setor de marketing digital para fortalecer a imagem e as vendas na empresa em estudo, bem como, identificou-se estratégias de marketing que possam influenciar a imagem e vendas da empresa, analisou-se as alternativas de marketing aplicáveis ao segmento e, por fim, elaborou-se estratégias para implementação do marketing digital.

Espera-se que a empresa possa implementar as propostas desenvolvidas pois o uso das redes sociais ajudará a melhorar o atendimento ao cliente, já que esses canais permitem a interação com as pessoas por meio de chat ou comentários em postagens. Além disso, se estamos falando de divulgar os produtos ou serviços, as redes sociais permitem que se use ferramentas poderosas para segmentar e divulgar a empresa entre as pessoas com maior intenção e probabilidade de comprar os produtos. Embora pareça muito razoável usá-los em uma estratégia digital, pouquíssimas empresas dão às redes sociais a importância que merecem para impulsionar as vendas.

## REFERÊNCIAS

- [1] ANDRADE, M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- [2] BRANDÃO, F. S. Aplicação da Matriz GUT como ferramenta de suporte na gestão da manutenção de edificações. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Especialização em Engenharia e Gerenciamento de Manutenção). Faculdade Única de Ipatinga, 2018.
- [3] CAMPOS, A. **Práticas comerciais: Marketing e técnicas de vendas**. São Paulo: Editora Saraiva Educação S. A., 2018.
- [4] CAVALLINI, R. **O Marketing depois de amanhã**. São Paulo: Ed. do Autor, 2018.

- [5] HOYER, W. D.; MACINNIS, D. J. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2020.
- [6] KOTLER, P. **Marketing 3.0**: As Forças que Estão Definindo o Novo *Marketing* Centrado no Ser Humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.
- [7] MARSHALL JUNIOR, I. et al. **Gestão da Qualidade**. 14 ed. São Paulo: FGV, 2018.
- [8] NASCIMENTO, D. **Metodologia do trabalho científico**: teoria e prática. 11. ed. São Paulo: Fórum, 2018.
- [9] MARTINS, M. Aplicação do método 5W2H em uma microempresa de artefatos têxteis. 2017. 39 f. **Dissertação** (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2017.
- [10] RÉVILLION. A. **Marketing digital**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

# Capítulo 13

## *O estudo sobre a importância de uma previdência complementar privada para profissionais autônomos no município de Parintins-AM*

*Leonardo Souza Brasil Filho  
Meg Rocha da Cunha Serra*

**Resumo:** A vida em sociedade envolve vários estímulos para um bom desempenho individual, um empreendedor é naturalmente um simples ser humano com estímulos positivos e negativos que impactam a sua capacidade individual, não muito diferente um empreendimento segue esse mesmo sentido. Por sua vez, a contabilidade e os profissionais contábeis são uma assistência essencial seja, qual for o tamanho da empresa em viés de orientação contábil, temos qualidades de previsão e determinação de processos seguros que permitam construir soluções factíveis em momentos complexos. Objetiva-se em identificar, analisar e ressaltar a importância de um profissional contábil na avaliação de estímulos ou possíveis estímulos que possam maximizar o empreendedorismo na cidade de Parintins - AM. O presente trata-se em identificar e analisar quais os indicadores que possam estimular o empreendedorismo em Parintins-AM, avaliando os parâmetros contábeis que propiciem no cenário atual um estudo crítico pelo profissional contábil, de indicadores mais plausíveis. Com finalidade em discorrer sobre os parâmetros contábeis, que permitam a viabilidade do empreendedorismo na cidade de Parintins-AM.

**Palavras-Chaves:** Empreendedor, estímulos, profissional contábil, desempenho.

## 1. INTRODUÇÃO

As ciências contábeis é uma ciência que está à disposição da comunidade acadêmica há séculos, fundamentando a contabilidade como uma disciplina tradicional do conhecimento humano. Denota-se que ela está presente desde os bens mais minimalistas do nosso cotidiano como um lápis, até os mais ilustres como uma casa ou carro. Sua importância para o desenvolvimento social é essencial, porém quando os patrimônios se concentram em um único proprietário esse desenvolvimento é retido da maioria, e se torna obsoleto.

O empreendedorismo constitui-se como uma das principais fontes de teorias administrativas, gestão empresarial, governamental, local e regional, tornando-se um dos principais agentes de mudanças quanto à formação de profissionais empreendedores no mercado de trabalho (ALENCAR, 1998). A contabilidade é uma ferramenta com frequente presença nas empresas, porém com os recursos mínimos do pequeno empreendedor é inviável para eles a contratação de profissional contábil exclusivo para sua empresa. A solução para os empreendedores, integridade das documentações e conformidades ficam a gerenciamento de consultório contábeis privados.

As redes de empreendedores estão crescendo cada vez mais, ainda mais com o impulso da internet e dos conhecimentos obtidos através da mesma. Esse conhecimento a disposição e muita força de vontade pela ascensão, instabilidade e sucesso fazem com que vários brasileiros se estimulem para investimentos pessoais em seus negócios próprios, seus sonhos, suas forças, seus patrimônios e muitas das vezes tudo o que mesmo tem naquele momento. Tropeços pelos caminhos é sempre parte da caminhada para autoconfirmação da sua dedicação, porém nem todas as qualidades de um negócio é constituído por um único ator no cenário empresarial.

Para Gomes (2017), embora as micro e pequenas empresas que absorvem grande parte da classe trabalhadora atualmente no Brasil, de maneira a contribuir com uma grande parte para o Produto Interno Bruto do país, é preocupante a sobrevivência dessas empresas nos anos iniciais de operação, de forma que a grande maioria não possui qualidades técnicos ou até mesmo estímulos do governo na realização de cursos, minicursos, workshops que possam contribuir para o sucesso desses empreendedores.

A importância do profissional contábil é desde uma simples retificação de imposto de renda até a conformidade da empresa para se enquadrar em empréstimos bancários e licitações para fornecimento de produtos e serviços para entidades públicas e privadas. Desde a empreendedora dona de casa que inicia trabalhando com vendas de churrascos, sua estrutura cresce e monta um restaurante, entra em conformidade com editais licitatórios até cobrir determinados orçamentos licitatórios. Passando de uma simples empreendedora para uma grande empresária em fornecimentos alimentícios com tendências em expandir mais e mais o seu empreendimento.

Os estímulos contábeis são bem dinâmicos, eles podem ser fatores internos aos lucros como também podem ser fatores externos aos prejuízos. É um caso peculiar, de acordo com os interesses próprios dos proprietários e empreendedores. Geralmente, o pequeno empreendedor inicia seus objetivos empresariais com pequenos lucros focados em produtos ou marcas ascendentes do momento, multiplicando exponencialmente o capital lucrativo da empresa. Se estabelecem socialmente, ganhando capital e score para financiarem e/ou comprarem seus estabelecimentos próprios.

Segundo Galvan (2014), retrato do empreendedorismo no Brasil é a falta de informação referente ao cálculo de produtividade, grau de endividamento, taxa de retorno do negócio, planejamento de caixa e entre outros fatores importantes para o sucesso empresarial, retratando de maneira situacional os principais fatores que desestabilizam o microempreendedor de maneira assertiva no contexto do desenvolvimento empresarial.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A informalidade no Brasil é um grande empecilho para o desenvolvimento empresarial de microempreendedores, dado pelo enorme quantitativo de trabalhadores informais, até a década passada, a informalidade empresarial teve participação no PIB brasileiro em até um terço, de forma que em 2019, segundo o Índice de Economia Subterrânea, esse tipo de atividade representou cerca de 17,3% do PIB (CHIARA, 2019; NOGUEIRA et al, 2017). Os empreendimentos que não possuem cadastro formal nos órgãos públicos, não usufruem dos incentivos fiscais, impossibilidade da participação de licitações públicas, limitação de acesso ao crédito e sem direito a cobertura previdenciária (MARTARELLO et al, 2022).

No Brasil, a política de participação e apoio promovida pelo governo brasileiro é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), entidade sem fins lucrativos, de direito privado e amplo interesse público, possui um dos principais disseminadores de informações quanto ao processo técnico, político e educacional, promovendo a ética empresarial e seus valores que correspondem a essa profissão (ALVES, 2016).

A preocupação e a importância em aumentar os postos de trabalho, a renda e o desenvolvimento econômico e social do país, torna relevante se pensar e estudar o empreendedorismo no Brasil. Além disso, a abertura de novas empresas impulsiona o crescimento e o desenvolvimento do país e, neste sentido, este estudo contribui com algumas discussões e dados do empreendedorismo no Brasil, isto porque, para alguns economistas, o empreendedor funciona como um motor do sistema econômico, detectando oportunidades de negócios, criando empreendimentos, que estejam associados às inovações (FILION, apud. 1999).

No contexto atual do município de Parintins-AM, analisar estímulos econômicos em pauta que tenham um grande impacto no desenvolvimento econômico local. Abordamos os 4 principais agentes, sendo eles compostos pela: família, empresa, governo e mercado externo. Cada qual, é um agente de suma importância para o desenvolvimento da microeconomia e macroeconomia local. Denotamos que a maioria das empresas se estabelecem em âmbito familiar. Desde meados da humanidade trabalhamos em Conselho Familiar, ela é a primeira entidade social na qual somos incluídos e de forma direta, esse conselho familiar é constituído por Conselheiros (Pai e Mãe), tem o papel de distribuir as funções dentro da entidade (casa). Dessa forma é gerada uma distribuição e aplicação de tarefas em um cenário fechado, iniciando a primeira forma de trabalho em conjunto.

A empresa é o primeiro ambiente formal no qual somos instruídos em nossos primeiros passos no mercado de trabalho, ela possibilita o contato direto com o mercado de trabalho antes da maioridade (18 anos), as suas dificuldades, barreiras, soluções do dia-a-dia que até aquele momento são desconhecidas.

Temos até então o estado/governo como o principal órgão governamental de organização, fiscalização, distribuição do patrimônio do seu povo, ela tem como objetividade a distribuição de todas as arrecadações de seus contribuintes. Por fim, o mercado externo é um indicador importantíssimo pois é responsável por uma grande parte do Produto Nacional Bruto (PNB) arrecadado anualmente pela federação, com o aumento das exportações do setor agrário e diminuição de exportações do setor petrolífero no período de isolamento sanitário Covid-19. O mercado externo é a visibilidade do mercado interno fora do país, as condições econômicas e políticas públicas e privadas. Possibilitando oportunidades de investimentos fora de jurisdição de um determinado país, investimentos colocados à venda em vários países ao mesmo tempo, permitindo aos investidores internacionais variadas opções de investimento.

Sobre no cenário econômico, segundo Mourão (2012, p.161) a desesperança e a desarticulação da perspectiva de um futuro melhor abre o caminho, particularmente entre jovens homens desempregados de favelas e bairros periféricos de cidades médias e grandes, para sua atração e mobilização pelo crime e pelo narcotráfico. Para adolescentes e jovens, os processos psicossociais e culturais de identificação com lideranças e pessoas famosas da sociedade, quando os caminhos convencionais para atingí-los estão barrados, se deslocam para as lideranças locais do tráfico, que esbanjam poder, prestígio e prazeres imediatos.

A tendência centrífuga poderia ser contrabalançada pela atuação das entidades empresariais de maior abrangência, como as federações e confederações. Isso não ocorre, no entanto, porque tais entidades são pouco representativas. Tanto as federações quanto as confederações pertencem ao sistema corporativista. Graças à legislação corporativista, associações de grau inferior que possuem importância econômica muito diferente têm importância equivalente na vida política interna das associações de grau superior. MANCUSO (2006, p.153).

Segundo o Hisrich (2014), o empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor. As oportunidades são “situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção”.

Para Braga (2011), a noção de patrimônio hoje está ampliada. Conforme as palavras do ex-Ministro da Cultura Gilberto Gil “(...) pensar em patrimônio agora é pensar com transcendência, além das paredes, além dos quintais, além das fronteiras. É incluir as gentes, os costumes, os sabores, os saberes. Não mais somente as edificações históricas, os sítios de pedra e cal. Patrimônio também é o suor, o sonho, o som, a dança, o jeito, a ginga, a energia vital, e todas as formas de espiritualidade da nossa gente. O intangível, o imaterial.”.

A institucionalização do intitulado patrimônio passa por um processo chamado Patrimonialização. Esse processo, conduzido por uma política pública de registro ou intervenção, desperta no patrimônio valores que legitimam sua proteção e conservação, considerando seus atributos memoriais, estéticos, artísticos, científicos e – com base nos resultados desse trabalho – econômicos (Figueira, pag. 58, 2017).

Segundo Bernardes (2014), o agente/profissional patrimonial deve ser capacitado para entender suas funções e mediar às ações de controle dos bens móveis e outros

procedimentos institucionais com relação aos mesmos, desde as cotações e orçamentos para novas aquisições até o descarte final destes seus recursos materiais.

Esta situação constitui a discricionariedade dos procedimentos contábeis, caracterizada pela possibilidade de diferentes tratamentos contábeis, por parte do preparador de demonstrações financeiras, relativamente a um mesmo evento econômico. Tais alternativas de ações propiciam a realização de escolha pautada por objetivos da própria entidade objeto de divulgação, como, por exemplo, apresentar um lucro maior para aumentar o preço das ações da empresa no mercado, ou um lucro menor, tendo em vista evitar a atenção de fiscais de impostos ou mesmo de políticos (esfera legislativa) que visam o aumento de tributos sobre as atividades da empresa (Goular, pág, 6, 2007).

O estudo foi embasado em referenciais teóricos abordados no contexto do universo de pesquisa. A tabela a seguir demonstrará os parâmetros da contabilidade, como os estímulos e indicadores econômicos se comportam:

**Tabela 1 - Indicadores Econômicos**

INDICADORES ECONÔMICOS				
Estímulos	Família	Empresa	Governo	Mercado Externo
Cenário Econômico	x	x	x	x
Tendências	x	x	x	x
Empreendedores	x	x	x	x
Patrimônio				
Patrimonialização		x	x	x
Agentes Contábeis		x	x	x
Gerenciamento Contábil			x	x

Fonte: Próprio Autor.

Os estímulos contábeis são essenciais para o desenvolvimento do empreendedorismo no município de Parintins - AM, deslocação de investimentos em tendências, crescimento patrimonial dos indivíduos, entidades e sociedades. Desta forma, ela contribui com gerenciamento, análise dos bens e técnicas para crescimento ou diminuição de perdas. No desenvolvimento inicial do trabalho abordamos os estímulos econômicos do município de Parintins - AM, como: Cenário Econômico, Tendências, Empreendedores, Patrimônio, Patrimonialização, Agentes Econômicos e Gerenciamento Contábil. Abordamos no presente trabalho os indicadores esperados no trabalho inicial, ressaltados no presente como: Família, Empresa, Governo, Mercado Externo.

O estudo se baseia nos parâmetros da contabilidade como estímulo para novos empreendedores na cidade de Parintins-AM, trabalhar em um estudo realizado por Edison Bacinello et. al. (2014), os autores apresentam a percepção sobre os agentes econômicos e socioambientais: um estudo sobre a produção de biocombustíveis em Rondônia. Esta pesquisa evidenciou a necessidade da utilização de ferramentas de controle aos agentes econômicos e socioambientais referentes à produção de biocombustíveis em Rondônia. Contudo, este estudo demonstrou que os modelos de gestão das empresas visam prioritariamente atender as necessidades econômicas que, por sua vez, se contrapõem aos interesses e demandas dos órgãos de controle socioambiental.

Com frequência com que ocorrem as mudanças no ambiente empresarial, constantemente os tomadores de decisão vêm-se diante de novas demandas também em termos de informações. A Contabilidade, como uma ciência cujo foco consiste no atendimento a usuários externos e internos às organizações, precisa adequar-se a essas necessidades, já que cabe a ela o provimento de uma parte importante das informações necessárias para o tomador de decisão conduzir as suas ações do dia-a-dia e as ações estratégicas, de longo prazo, da sua organização. Gasparetto (2014, p.110).

Segundo o conceito de Marion (2009) apud Andrade (2018, p. 15):

“A Contabilidade pode ser descrita como um instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora das empresas. Ela é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões. Com o passar do tempo, o governo começa a utilizar-se dela para arrecadar impostos e a tornar obrigatória para a maioria das empresas.”

O objeto da Contabilidade segundo Carmo (2013, p. 12) apud Iudícibus et al (2011):

“Uma ciência social, para se afirmar e consolidar como tal, não deveria colocar como seu objeto de estudo algo que esteja dentro dela mesma, do seu campo de observação e estudo específico, no caso o patrimônio das entidades, pois poderia sugerir que a contabilidade teria um fim nela mesmo, o que a inviabilizaria na sua perspectiva de autonomia científica. Entrar-se-ia num impasse tautológico, pois o patrimônio estaria sendo definido como resultado das próprias práticas contábeis de mensuração e avaliação de ativos e passivos. Assim, cria-se um círculo vicioso.”

Segundo Andrade (2018, p. 15), a contabilidade se estende:

“Assim sendo, entende-se que a Contabilidade cada dia que passa ganha mais formas e mais finalidade. Exemplo disso é que passou vários anos estagnada e nos últimos anos sofreu várias alterações para se padronizar ao redor do mundo. Além da função de controlar o patrimônio, ela serve para registrar fatos contábeis, gerir negócios, buscar novas fontes de investimentos e até a finalidade de investigar.”

Para Reinaldo (2014), área de atuação do profissional contábil nas organizações é bastante ampla, já que é através da informação contábil que a empresa, poderá realizar um bom planejamento tributário a partir da análise de balanços e das demonstrações contábeis, permitindo avaliar a evolução do ativo e do passivo, das receitas, despesas e custos, a lucratividade e a rentabilidade. Um profissional contábil tem por função, registrar, organizar, demonstrar, analisar e acompanhar as variações do estado patrimonial da empresa para fornecer ao empresário os melhores demonstrativos na tomada de decisões para todos os setores da empresa, visto que, para isto é necessário saber a real situação empresarial no mercado. Desde os primeiros tempos, o ser humano tem sede por saber quanto tem e o quanto poderá ter, sendo desde o princípio, o profissional Contábil, responsável por acompanhar essas atividades e dar as informações mais claras sobre isto. (Paola Guariso et. al, pág.2, 2008).

### **3. METODOLOGIA**

Na parte inicial da presente pesquisa, utilizamos o método dedutivo como abordagem para discorrer sobre os fatos a serem abordados, em relação aos objetivos propostos ela é a qual permite a construção de novas hipóteses e, visto que, proporciona uma proximidade com a questão por meio das análises dedutivas. Neste sentido sua natureza é descritiva, sua construção metodológica envolve observações ao público local que tiveram experiências ligadas diretamente com o problema pesquisado e, por interseção dessas experiências, compor as hipóteses a serem apresentadas neste artigo. Este artigo é dotado de procedimentos de coleta de dados, através de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, com abordagem observacional empírica, com o intuito de relacionar os dados para a interpretação. Na construção da pesquisa, o primeiro procedimento realizado diz respeito à obtenção bibliográfica. Segundo procedimento, as observações feitas diante de uma pesquisa de campo empírica realizada pelo autor, natural do município de Parintins- AM.

Em seguida, definiram-se as características da contabilidade como estímulo para novos empreendedores na cidade de Parintins – AM, categorizando o estudo em pauta, para melhor evidenciar o perfil do TCC. Os dados analisados foram transformados em infográficos para melhor visualização. Assim, os dados foram cruzados e interpretados para melhor entendimento em nosso objetivo de pesquisa, dados obtidos através do método dedutivo com ênfase no conhecimento empírico.

#### **3.1. NOVA ABORDAGEM**

Nesta etapa abordaremos a pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com a composição dos dados infográficos obtidos na pesquisa inicial do projeto, eles serão conceituados no presente trabalho como estímulos contábeis em conjunto com indicadores econômicos afins de observar, agrupar e facilitar a tabulação dos dados. A necessidade do profissional contábil é de suma importância para um bom gerenciamento dos patrimônios líquidos e brutos sendo em entidade física ou jurídica o profissional tem o objetivo de estudar os parâmetros, características e fenomenologias em relação a ciências contábil. Ele age como instrumento para aplicação das ferramentas de decisão estratégicas, a contabilidade tem os agente contábeis como gerenciadores patrimoniais com o patrimônio sendo principal objeto de estudo.

Com base, em dados bibliográficos e nos estímulos obtidos no logo no início da pesquisa empírica. Dividiremos nossa presente pesquisa em indicadores e estímulos, de forma que os dados tratados em suas determinadas origens, sejam pesquisados, tratados, coletados e tabulados. Para os indicadores estáticos abordaremos pesquisas bibliográficas de natureza exploratória, os indicadores externos serão tratados de acordo com os dados infográficos analisados no início do projeto. Importante ressaltar que os dados infográficos e as pesquisas bibliográficas serão nossas referências para contextualização e confecção de um formulário que será aplicado, coletado e tabulado como embasamento afirmativo do presente trabalho.

#### **3.2. QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE CAMPO**

Nesta etapa, consideramos os estímulos contábeis analisados na etapa anterior

para desenvolvimento e formulação do questionário em conjunto com os indicadores econômicos adicionados nesta etapa. Para assim, analisarmos a fundo os resultados esperados aos objetivos da pesquisa, assim como, os resultados obtidos nele.

#### 4. DISCUSSÃO E RESULTADOS DA PESQUISA

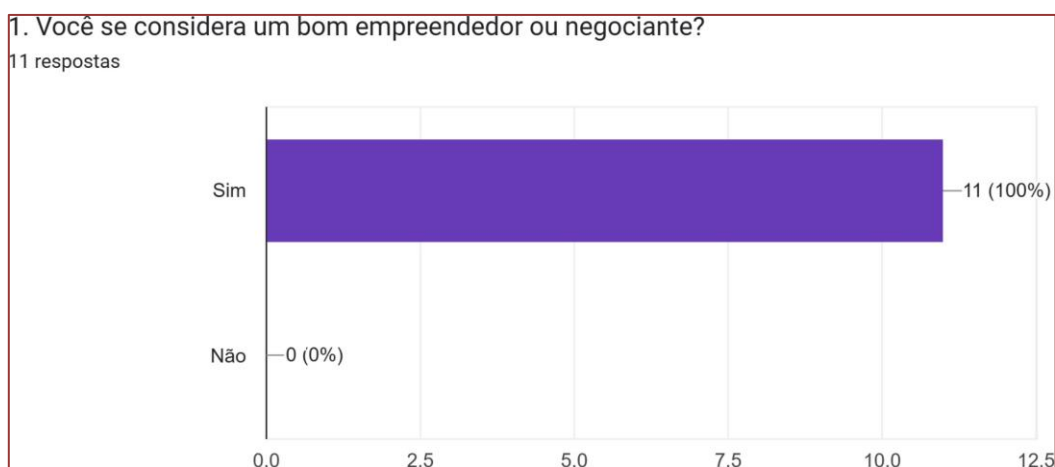
O estudo apresenta os principais indicadores econômicos que se caracterizam com os estímulos contábeis adotados na cidade de Parintins-AM, a pesquisa apresenta de forma circunstancial as necessidades obtidas de acordo com cenário de pesquisa aplicada. O cenário de forma generalizada se mostra um fator bem volátil a nova circunstância, ambientes e cenários. Então, o estudo se objetivou em tratar esses aspectos para fundamentação e finalidade dos estímulos focados ao empreendedorismo na cidade de Parintins-AM.

Como os empreendedores são afetados com esses estímulos?

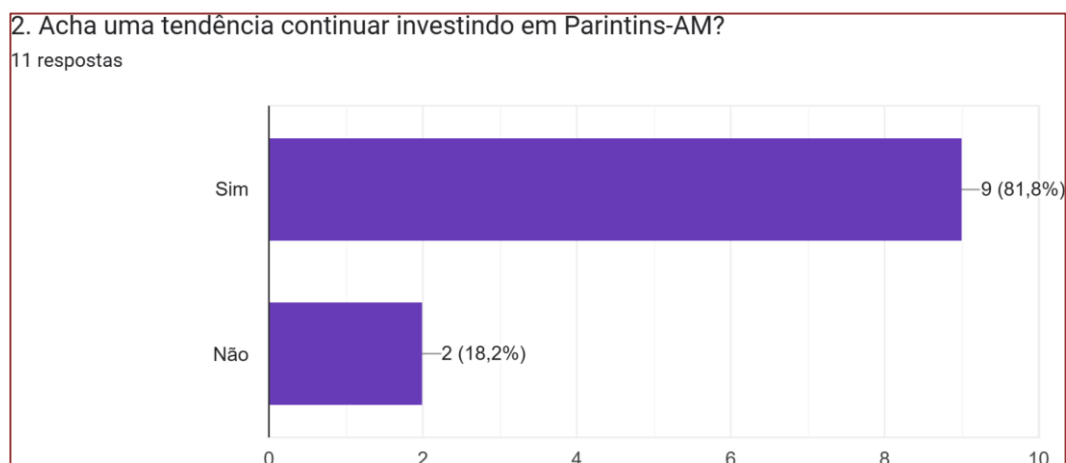
Partindo do princípio que atuamos em um país de regime burocrático, a volatilidade nas mudanças dos cenários afeta diretamente esses estímulos. Os cenários são compostos por atores e relacionamentos que dão uniformidade ao universo pesquisa. Poderes como o judiciário, legislativo e executivo compõem em grande relevância as características que moldam as articulações econômicas de uma determinada região.

Esse estudo é de perfil significativo para novas descobertas e acontecimentos presentes no universo de estudo. Foi aplicada uma pesquisa de campo utilizando o método formulário Google Docs, que possibilitou descobrir as reais necessidades e vantagens dos parâmetros da contabilidade como estímulos para novos empreendedores.

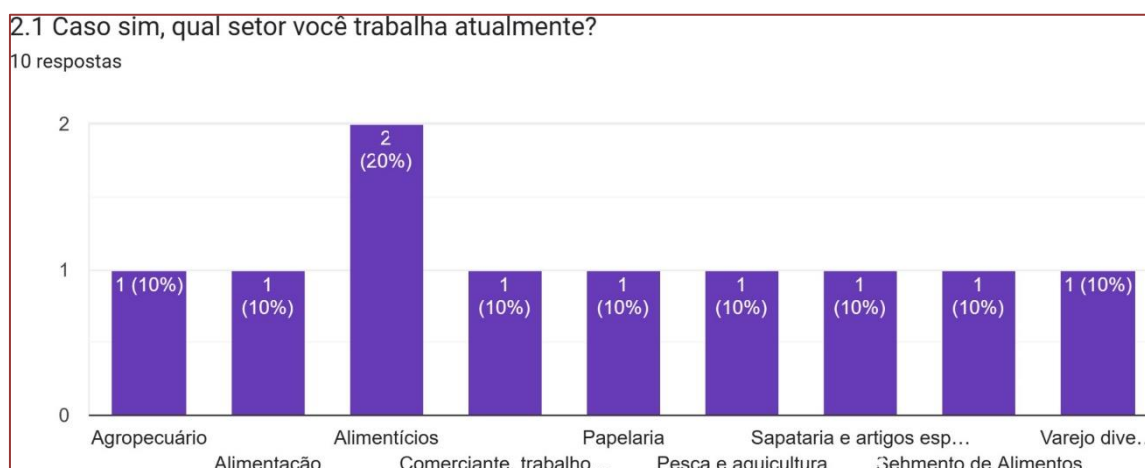
Os resultados obtidos na pesquisa de campo, em priori possibilitou uma melhor óptica das relações, cenários e ambientes na qual o município de Parintins-AM se desenvolveu e possibilitou seu crescimento econômico. Eles são responsáveis pelo desenvolvimento das empresas desde sua forma autônoma até a patrimonialização dos seus bens e imóveis. Nesta etapa, abordaremos as indagações abordadas no formulário de pesquisa de campo:



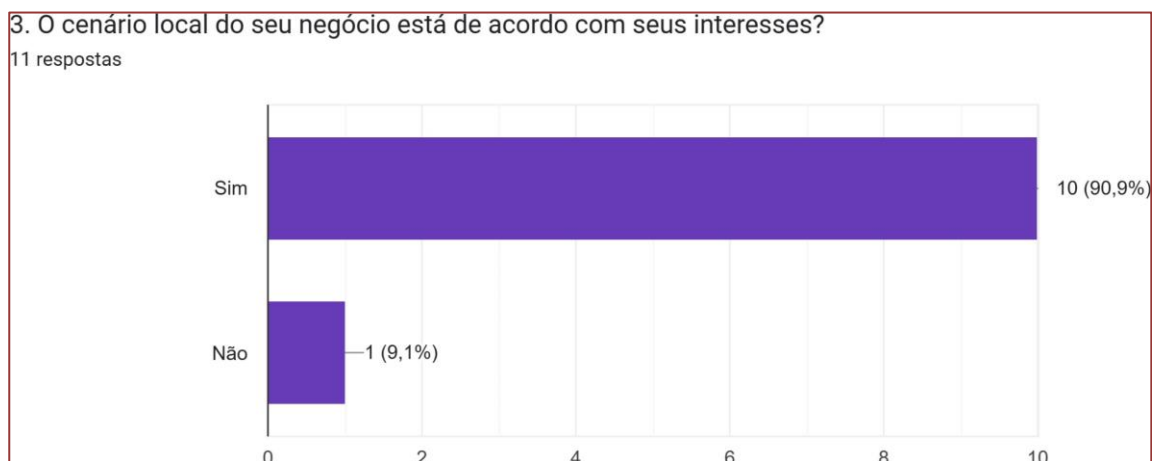
Salientar a importância no bom empreendedorismo e a confiança nos entrevistados, lhe aproxima dos seus objetivos e metas. Destacar o valor do empreendedor pessoal com sua resposta subjetiva, auto confirma o valor dos seus esforços no seu negócio. Porém, sem métricas analíticas é bem difícil comprovar a veracidade se fossemos analisar com ferramentas analíticas.



Tendência é uma ferramenta social impulsionada pela massa da população, conduzir seus interesses e induzir os interesses do seu próximo a usufruir um determinado item, objeto, local e etc. Cerca de 81,8% dos entrevistados acharam tendência continuar investindo em Parintins-AM, e 18,2% dos entrevistados acharam o contrário.



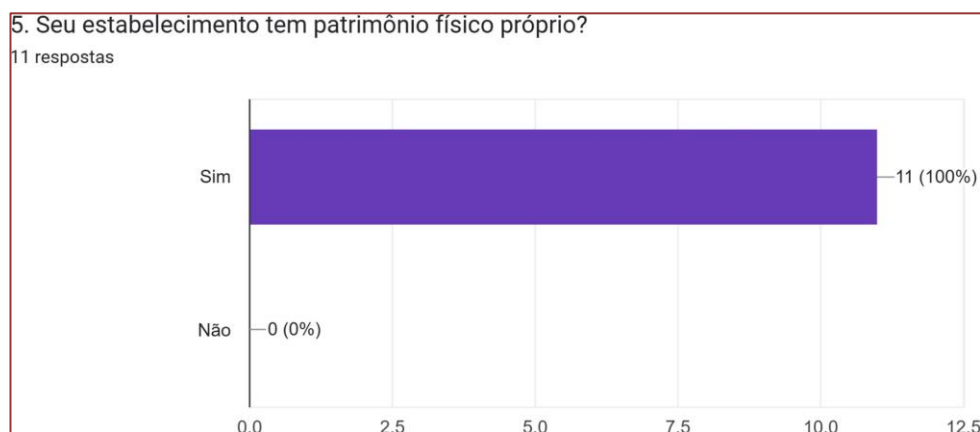
Nossos entrevistados mostraram satisfação em seus negócios e investimentos, todavia, ainda planejam continuar investindo no município de Parintins-AM e em seus respectivos negócios.



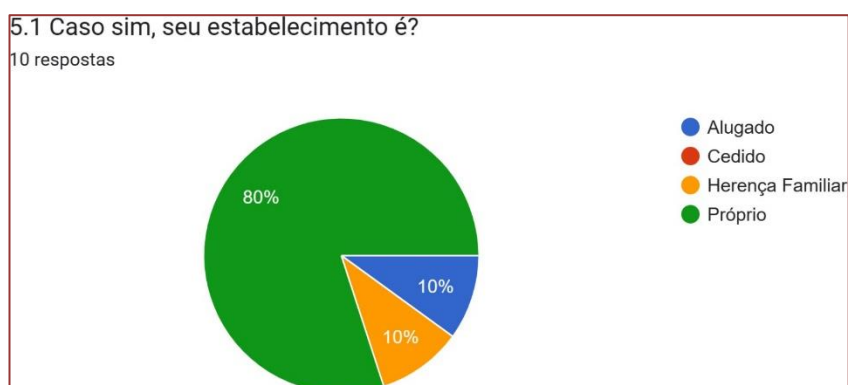
Percebe-se que 90,9% dos nossos entrevistados se mostram contentes com o cenário local do seu negócio. Resultando em 9,1% de insatisfação por parte dos entrevistados. Conclui-se que os interesses da maioria dos entrevistados estão alienados com o progresso e desenvolvimento pessoal do seu negócio.



De acordo com as necessidades na criação de um empreendimento e permanência da mesma no mercado. Base de 81,8% dos nossos entrevistados consideram a necessidade do profissional contábil em seu empreendimento, e o restante não consideram necessário para o seu negócio.



O estabelecimento próprio é importantíssimo pois partilha visibilidade ao negócio pessoal do empreendedor. Caracteriza-se seu ponto comercial em sua praça de negócios, os seus preços e promoções serão tratados pelas regras de negócios realizadas por suas gerências. Todos nossos entrevistados que correspondem a 100% tem seus estabelecimentos próprios.



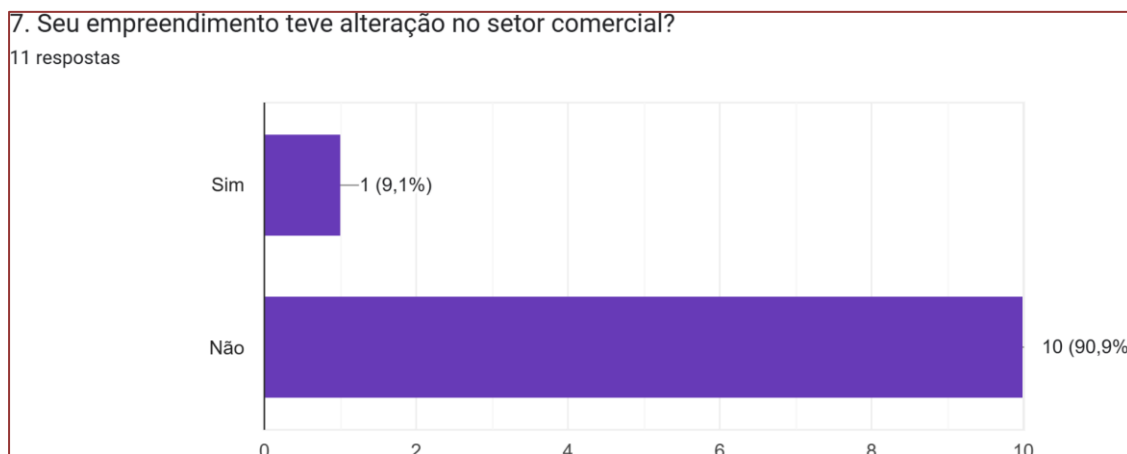
Complementando o item anterior. Nossos entrevistados afirmaram que 80% dos estabelecimentos são Próprio, 10% Herança Familiar e outros 10% Alugado.



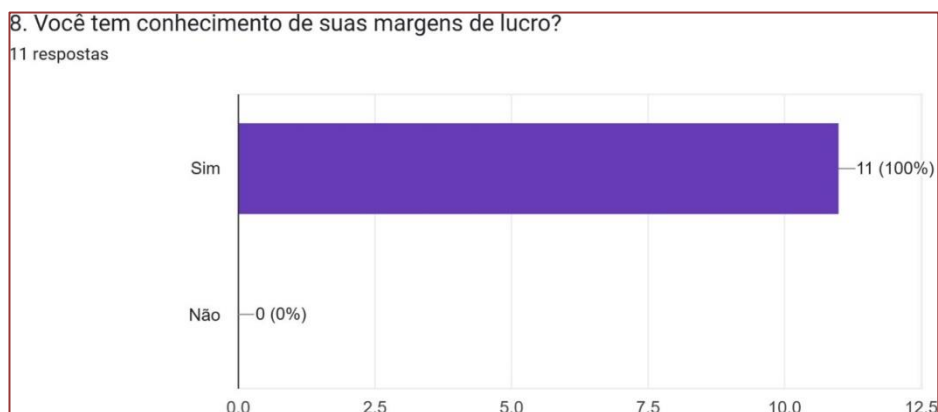
Nesta etapa, 72,7% dos entrevistados se mostraram positivos na venda de alguma propriedade nos últimos anos. Outra parte, 27,3% se mostraram negativos a venda dos seus patrimônios.



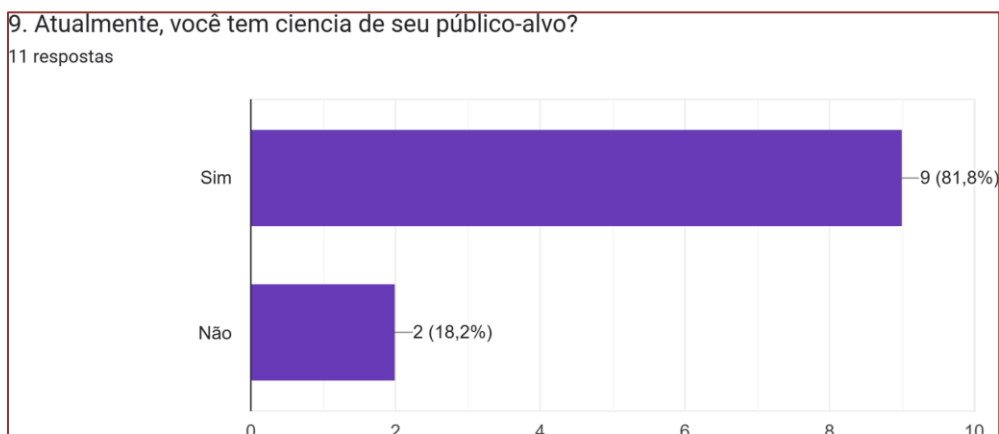
Complementando a resposta anterior. Os dados coletados apontam 55,6% de investimento Moderado dos recursos adquiridos com a venda dos seus patrimônios, outros 22,2% de investimento Totais, outros 11,1% de investimento Outros Fins, outros 11,1% de investimentos Parciais.



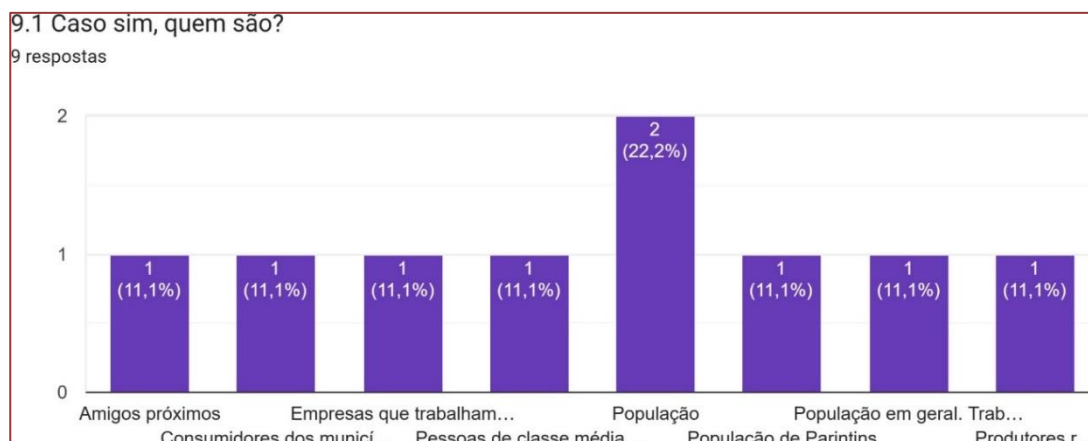
Nesta etapa, 90,9% dos entrevistados não tiveram alteração comercial do seu setor. Porém, 9,1% tiveram sim alteração do setor inicialmente investido.



Conforme os entrevistados, 100% ou todos eles têm conhecimentos sobre suas margens de lucro.



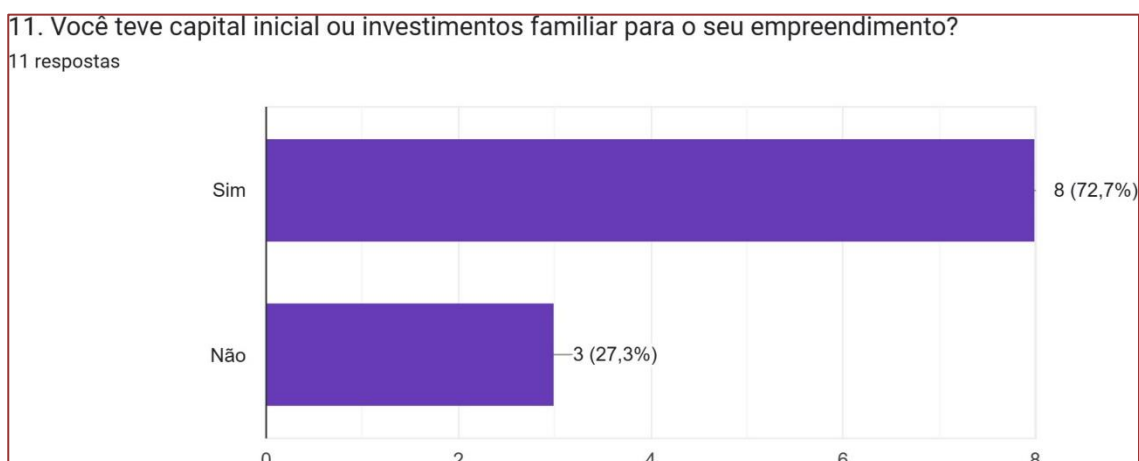
Saber para quem estamos vendendo e dispondo nossos serviços é uma fonte crucial para expandir o público-alvo e o desenvolvimento de promoções pertinentes a esse público. Nesta etapa, 81,8% dos entrevistados têm ciência de seu público-alvo. Todavia, 18,2 não têm ciência de seu público-alvo.



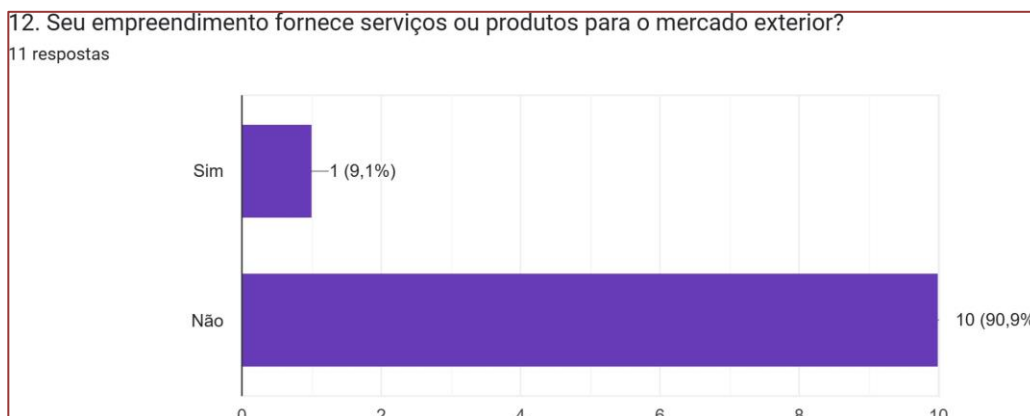
Complementando a resposta anterior, nota-se descritivamente quem são esse público alvo segundo os entrevistados, são eles: Amigos próximos(1), Consumidores do municípios vizinhos(1), Empresas que trabalham com vendas de peixe(1), Pessoas de classe média baixa(1), População(2), População de Parintins(1), População em geral(1), Produtores Rurais.



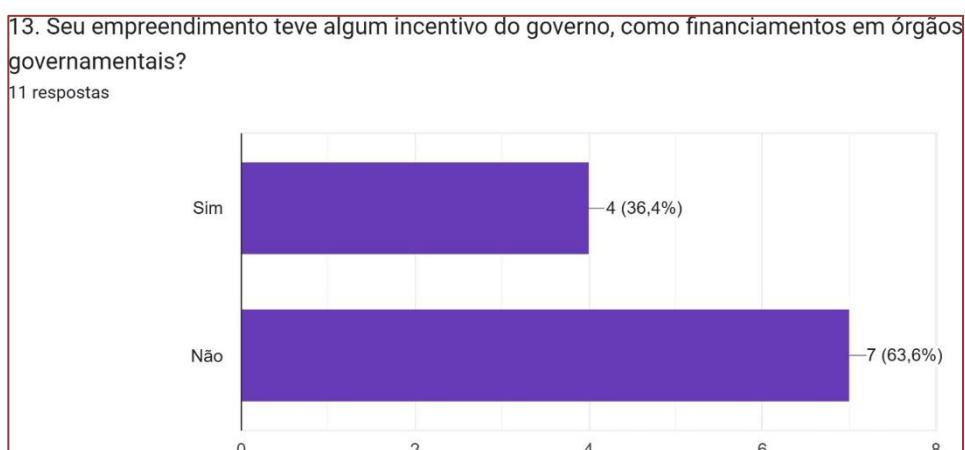
Conforme os entrevistados sobre a necessidade do profissional contábil para seu negócio, eles corresponderam que: 54,4% acham Pouco Necessário, 27,3% acham Muito Necessário, 18,3% acham Pouco Necessário.



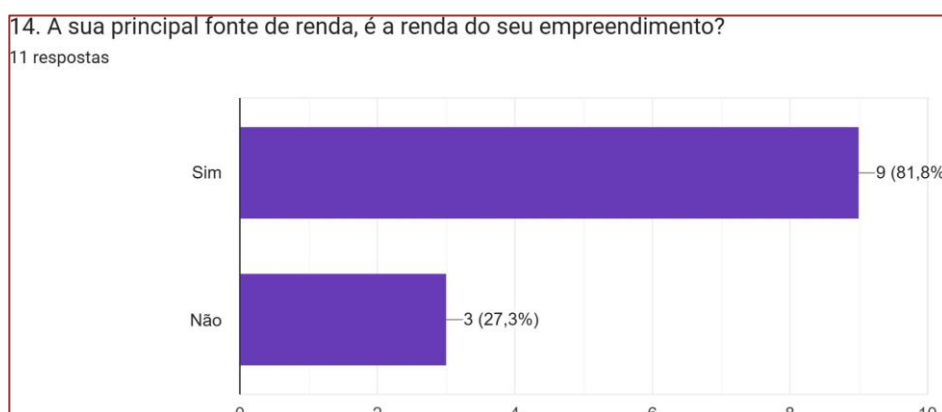
Nesta etapa, 72,7% dos entrevistados corresponderam que obtiveram sim capital inicial ou investimentos familiares para o seu empreendimento. Por outro lado, 27,3% dos entrevistados corresponderam de forma negativa.



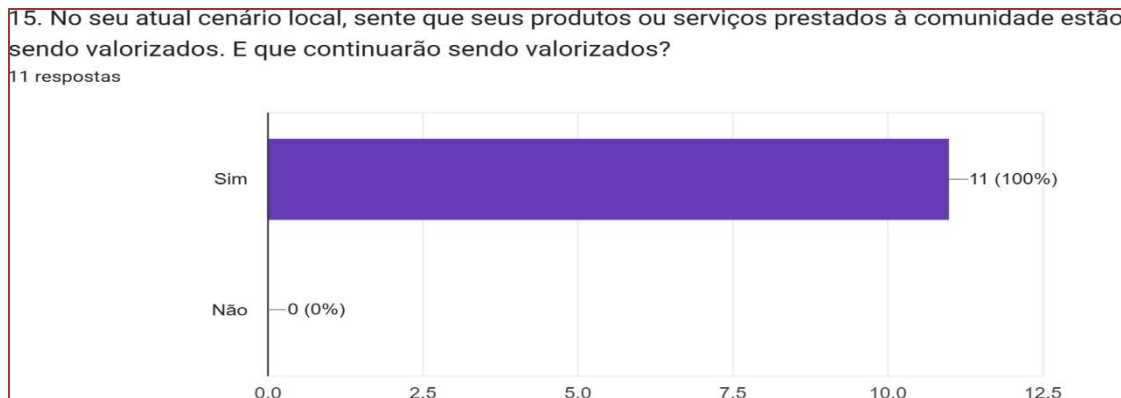
Nesta fase, 90,9% dos entrevistados corresponderam que não fornecem serviços ou produtos para o mercado exterior. Contudo, 9,1% dos entrevistados corresponderam de forma positiva.



Neste segmento, 63,6% dos entrevistados corresponderam de forma negativa a qualquer incentivo do governo como financiamento em órgãos governamentais. No entanto, 36,4% dos entrevistados corresponderam de forma positiva.



Nesta etapa, 81,8% dos entrevistados confirmaram que sua fonte de renda principal é equivalente à produção dos seus empreendimentos. Ainda assim, o restante dos entrevistados têm o empreendimento como complemento a sua renda.



Neste trilho, 100% ou todos os entrevistados confirmaram positivamente que sentem que seus produtos ou serviços prestados à comunidade estão sendo valorizados.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a problemática conseguimos expor certas presenças dos estímulos contábeis para os novos empreendedores na cidade de Parintins-AM, foi possível analisar ao longo da pesquisas, considerações valiosas que fomentam o ponto de vista inicial, diante dos parâmetros da contabilidade para assim, moldar a estrutura do presente estudo com base nas informações aplicadas e obtidas.

Perceptível a adequação dos estímulos adiante dos enfrentamentos sociais, como político e econômico. Entretanto, as adversidades vivenciadas fundamentaram-se em uma maior valorização das políticas aplicadas ao empreendimento e negócio, viabilizando a participação dos autônomos e pequenos empreendedores ao desenvolvimento do negócio próprio, gerando riqueza e renda à população.

A participação dos empreendedores não se mostra presente em todos os indicadores econômicos, porém os estímulos usados como premissas estão presentes na maioria dos empreendimentos abordados no universo de pesquisa. Pouco se fala sobre a necessidade de novas formas de estímulos econômicos, além da atração cultural e turística presente, referente ao festival do Boi-Bumbá e a cultura das tribos indígenas nativas da região de Parintins-AM. A mobilização para políticas de incentivos à economia parte dos governantes públicos e da sociedade em geral, à participação ativa em assembleias e comissões municipais abertas para desdém dos interesses coletivos.

Diante do parecer, tornou-se possível analisar a necessidade de educação voltadas para o empreendedorismo e inovação, pois ao término do colegial (ensino médio) nem todos obtêm competências o suficiente para ingressar no mercado de trabalho e cursar um ensino superior, sendo assim, nesse ponto a educação voltada para inovações sustentáveis e formas de empreendedorismo que possibilitarão o desenvolvimento de uma sociedade inovadora, promissora e sustentável.

A realização do presente estudo trabalho de campo, possibilitou analisar os pontos fortes, pontos fracos, necessidades e oportunidades voltados para o empreendedorismo local. O crescimento geográfico local em conjunto com investimentos em propriedades públicas e privadas possibilitou a expansão e desenvolvimento socioeconômico de Parintins-AM. A pesquisa aponta um ótimo grau de tendência a possíveis investimentos, considerando que na venda de propriedades pessoais dos entrevistados mais de 50% deles investiram em seus próprios negócios. Conforme a pesquisa aponta, uma margem acima de 90% dos entrevistados mostraram satisfação com o cenário e seus interesses ali. Com isso, percebe-se um ascendente crescimento econômico e populacional aumentando exponencialmente sua tendência a investimentos.

## REFERÊNCIAS

- [1] ALENCAR, E. M. L. S. **Promovendo um ambiente favorável à criatividade nas organizações.** *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v.38, n.2, p.18-25, 1998.
- [2] ALVES, P. E. As políticas de estímulo ao empreendedorismo cultural no Brasil: o SEBRAE como um agente estatal de mercado. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 2, p. 626-650, 2016.
- [3] ANDRADE, Cristiane Figueredo Andrade de. **Empreendedorismo na Contabilidade: Os Desafios Da Contabilidade Empreendedora Nas Pequenas Empresas.** 2018 35f. Trabalho de Conclusão de Curso Graduação em Ciências Contábeis – UNIME, Salvador, 2018. BACINELLO, EDILSON. **Controle aos agentes econômicos e socioambientais: um estudo sobre a produção de biocombustíveis em Rondônia.** *Revista de Administração e Negócios da Amazônia*, v.6, n.1, jan./abr. 2014. BERNARDES, José Francisco; COLOSSI, Nelson; **Logística dos Materiais nas Universidades: a Participação dos Agentes Patrimoniais no Controle dos Bens Móveis.** XIV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA – CIGU A Gestão do Conhecimento e os Novos Modelos de Universidade Florianópolis – Santa Catarina – Brasil 3, 4 e 5 de dezembro de 2014. ISBN: 978-85-68618-00- <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/131471/2014-88.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 02/12/2022.
- [4] BRAGA, Emanuel Oliveira. **Memória, patrimônio e cidadania.** In: Caderno Temático – orientações ao professor. João Pessoa: Iphan/PB, 2011.
- [5] CARMO, Liege Moraes do **Objetivo e objeto da contabilidade: um teste empírico da proposta de Carvalho e Martins** - Liege Moraes do Carmo-- Brasília, 2013. Quant. 25 p. Orientador(a): Prof. Me. Cláudio Moreira Santana Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo - Graduação) – Universidade de Brasília, 2º/2012 Bibliografia. 1.contabilidade. 2.Objeto da contabilidade. 3.Objetivo da contabilidade I. Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e contabilidade da Universidade de Brasília. II. Título. CDD. Disponível em: <[2013 LiegeMoraesdoCarmo.pdf \(unb.br\)](https://repositorio.unb.br/handle/10422/2013)>. Acessado: 06/04/2023.
- [6] CHIARA, M. (2019). Informalidade avança, mas em ritmo mais lento. Estadão. Disponível em <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,informalidade-avanca-mas-em-ritmo-mais-lento,70003126949>>. Acesso em março de 2023.
- [7] FIGUEIRA, Michel Constantino; RIBEIRAS, Medeiros Riberás. **O desenvolvimento do turismo patrimonial no bairro histórico de colônia do sacramento, uruguai.** In: **CULTURAL HISTÓRICA & PATRIMÔNIO volume 4, número 1, 2017.**
- [8] GALVAN, L. **O Cenário do Empreendedorismo no Brasil e a Atuação dos Empreendedores como Gestores (Trabalho de Conclusão de Curso).** Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, RS, Brasil, 2014.
- [9] GASPARETTO, V. (2014). O papel da contabilidade no provimento de informações para a avaliação do desempenho empresarial. *Revista Contemporânea de Contabilidade*. Disponível em: <[Dialnet-OPapelDaContabilidadeNoProvimentoDeInformacoesPara-2898142.pdf](https://www.dialnet.org/revista/contabilidade-no-provimento-de-informacoes-para-a-avaliacao-do-desempenho-empresarial)>. Acessado: 06/04/2023.
- [10] GOMES, L. (2017). **Mercado empresarial perde 1,6 milhão de assalariados em 2015.** Agência IBGE Notícias: Estatísticas Econômicas. Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/2012->

[agencia-denoticias/noticias/17056-mercado-empresarial-perde-1-6-milhao-de-assalariados-em2015.html](#)>. Acessado: março de 2023.

[11] GOULART, André Moura Cintra. **Gerenciamento de resultados contábeis em instituições financeiras no Brasil / André Moura Cintra Goulart.** -- São Paulo, 2007. 219 p. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2008 Bibliografia. 1. Contabilidade bancária 2. Contabilidade de lucros 3. Instituição financeira 4. Bancos 5. Derivativos 6. Crédito 7. Operações bancárias I. Universidade de São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. II. Título. CDD – 657.8

[12] MARTARELLO, A. R; FERRO, D. Empreendedorismo e inovação em empreendimentos produtivos informais: desenvolvimento de uma inovação de processo em um empreendimento de arranjos florais. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 11, n. 1, p. e1985-e1985, 2022.

[13] SILVA, A. C. *et. al.* **EVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL BASEADA NOS INDICADORES DO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). PRODUÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO (ABEPRO).** Disponível em: <[Vista do Evolução do empreendedorismo no Brasil baseada nos indicadores do global entrepreneurship monitor \(GEM\) \(producaoonline.org.br\)](#)>. Acessado: 01/04/2023.

[14] MANCUSO, WAGNER P. . **Abertura Econômica, empresariado e política: os planos doméstico e internacional.** Lua Nova, São Paulo, 69: 147-172, 2006. Disponível em: <[a07n69.pdf \(scielo.br\)](#)>. Acessado: 06/04/2023.

[15] Mourão Vasconcelos, Eduardo **Cenário econômico, social e psicossocial no Brasil recente, e a crescente difusão do crack: balanço e perspectivas de ação** O Social em Questão, núm. 28, julho-diciembre, 2012, pp. 149-186 Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro Rio De Janeiro, Brasil. Disponível em: <[Redalyc.Cenário econômico, social e psicossocial no Brasil recente, e a crescente difusão do crack: balanço e perspectivas de ação](#)>. Acessado: 07/04/2023.

[16] Paola Guariso Crepaldi <sup>1</sup>, Renato Nogueira Perez Avila <sup>2</sup> Franciny do Prado Madeira<sup>3</sup>. **A IMPORTÂNCIA DA PROFISSÃO CONTÁBIL E AS ÁREAS DE ATUAÇÃO.** Coordenadora do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Inesul, Especialista em Comércio Exterior e Logística Internacional pela Pontifícia Universidade Católica e Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Norte do Paraná, <sup>2</sup> Graduado em Tecnologia em Processamento de Dados, Graduado em Licenciatura Plena em Informática, Especialista em Ciência da Computação e Mestre em Telecomunicações, docente de vários cursos de Graduação da INESUL, 3 Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis na Faculdade Inesul.

[17] PARTELI, Amaral; FALÇONI, Mariana. **A contabilidade como ferramenta decisiva para ajudar as empresas a superarem os desafios econômicos.** (GRADUAÇÃO – MULTIVIX), IES – INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR, 2018.

[18] Reinaldo Aparecida Fonseca; Jonas Silva Taroco; Luiz Gustavo Camarano Nazareth ; Roberto do Nascimento Ferreira; **A Importância do Contador nas Organizações.** SEGeT 2017 – XI SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA 22, 23, 24 DE OUTUBRO DE 2014.

[19] HISRICH, ROBERT D. *et.al.* **EMPREENDEDOR.** 2014. Disponível em: <[Empreendedorismo - 9.ed. - Robert D.Hisrich, Michael P. Peters, Dean A.Shepherd - Google Livros](#)>. Acessado: 06/04/2023.

[www.poisson.com.br](http://www.poisson.com.br)  
[contato@poisson.com.br](mailto:contato@poisson.com.br)

@editorapoisson



<https://www.facebook.com/editorapoisson>

