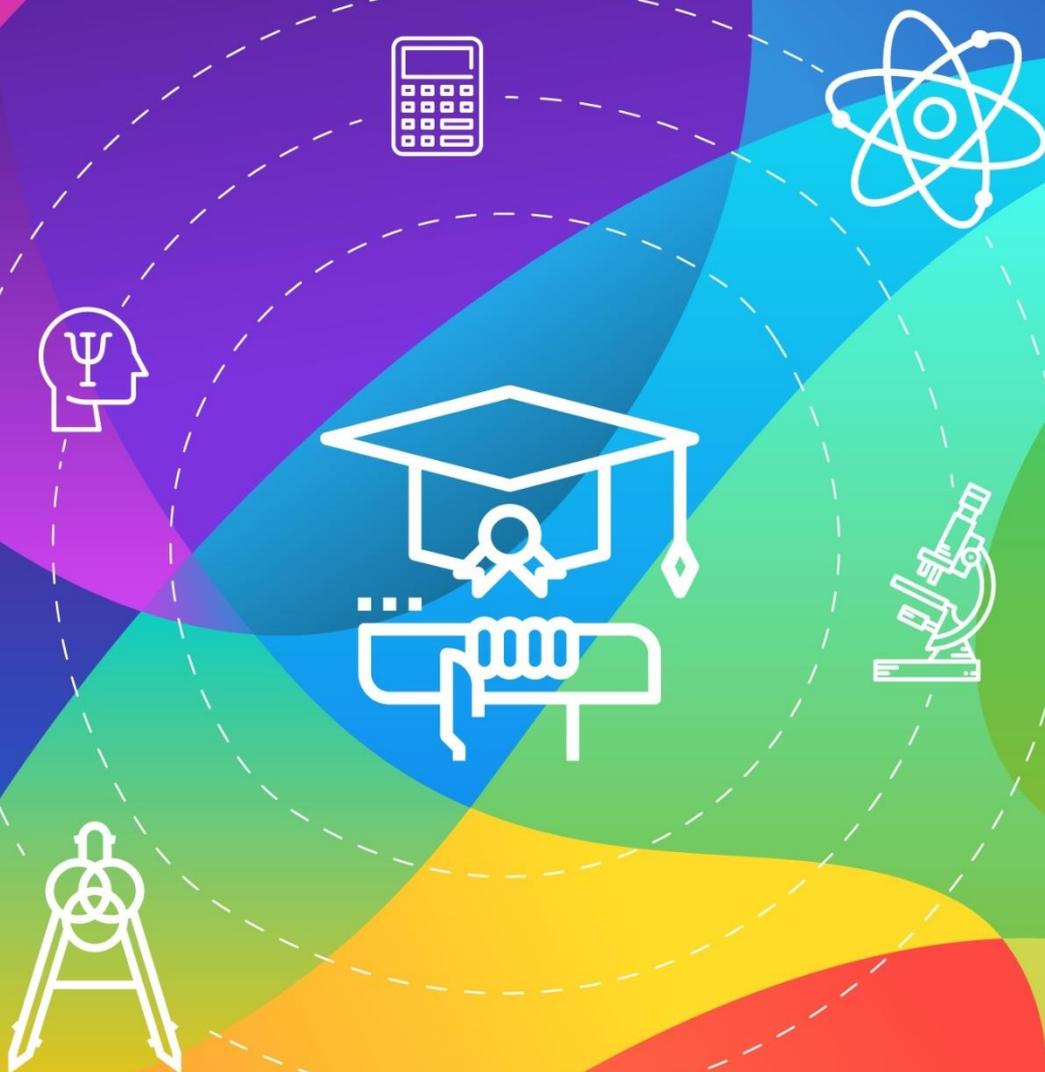


V. 13, N. 01 • 2023 • ISSN 2178-3829



Revista Científica

# ESPAÇO ACADÊMICO

**MULTIVIX**

MULTIPLICANDO CONHECIMENTO

**REVISTA CIENTÍFICA ESPAÇO ACADÊMICO**  
Volume 13, número 1

**SERRA**  
**2023**  
**EXPEDIENTE**

**Publicação Semestral**

ISSN 2178-3829

**Temática: Multidisciplinar****Capa****Marketing Faculdade Multivix Serra**

Elaborada pela Bibliotecária Alexandra B. Oliveira CRB06/396

Revista Espaço Acadêmico/Faculdade Multivix Serra Serra:

(Jan./Jul. 2022).

Semestral

ISSN 2178 - 3829

**1. Produção Científica – Faculdade Multivix Serra**

*Os artigos publicados nesta revista são de inteira responsabilidade de seus autores e não refletem, necessariamente, os pensamentos dos editores.*

**Correspondências****Coordenação de Pesquisas Faculdade Multivix Serra**

Rua Barão do Rio Branco, 120, Colina de Laranjeiras, Serra/ES | 29.167-183

**FACULDADE MULTIVIX SERRA****DIRETOR EXECUTIVO**

Tadeu Antônio de Oliveira Penina

**DIRETORA ACADÊMICA**

Eliene Maria Gava Ferrão Penina

**DIRETOR ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO**

Fernando Bom Costalonga

**DIRETOR GERAL**

Leandro Siqueira Lima

**COORDENADOR ACADÊMICO**

Tatiana de Oliveira Campos – Coordenadora presencial

Michelle Oliveira Menezes Moreira – Coordenadora EaD

**COMISSÃO EDITORIAL**

Alexandra Barbosa Oliveira

Antônio Martins Vitor Júnior

Cecília Montibeller Oliveira

Karine Lourenzone de Araujo Dasilio

**BIBLIOTECÁRIA**

Alexandra Barbosa Oliveira

## SUMÁRIO

<b>A ATUAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL EM SITUAÇÕES DE VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER .....</b>	<b>6</b>
Alini Gomes Contarato, Melloney Adelaide Martins da Silva, Patrícia Cabral Castro de Oliveira, Luana Bastos do Nascimento Rosa	
<b>A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NOS DIAS ATUAIS .....</b>	<b>21</b>
Isabelly Aguiar Gasparelo, Larissa da Silva Zucoloto, Larissa Guimarães Bento, Graziela Vieira Carneiro	
<b>ATUAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL NA INTERVENÇÃO DOS CONFLITOS FAMILIARES .....</b>	<b>35</b>
Márcio José Amâncio de Santana, Raíque José de Sousa	
<b>AUDITORIA INTERNA E SEU CONTRIBUTO PARA A EFICÁCIA DE GESTÃO ....</b>	<b>53</b>
Bárbara Sarnaglia Covre da Silva; Deiverson Luiz de Almeida, Samuel Potin	
<b>BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA - BPC: UMA ANÁLISE SOB O CENÁRIO ATUAL .....</b>	<b>67</b>
Fernanda de Oliveira Ruy; Luiza Inês Lisboa Dos Santos; Wilton Meneguetti Pazolini, Paulo de Tarso Lopes.	
<b>BENEFÍCIOS DO USO DE BENCHMARK PARA UMA ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>83</b>
Gabriela Xavier Marvilla Marinho, Igor Reckel Jacobsen, Raiane de Souza Gava, Paulo Cezar Tonacio Junior	
<b>RESÍDUOS SÓLIDOS NA PANDEMIA E A SAÚDE AMBIENTAL NO BRASIL .....</b>	<b>101</b>
Artemio da Silva Júnior, Marquiane Azzine de Souza e Caio Simão de Lima	
<b>CONTRIBUIÇÕES DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA MICROEMPREENDEDORES EM PROCESSO DE EXPANSÃO .....</b>	<b>114</b>
Camila Zanotelli Fereguetti, Tadeu Emilio Bankete, Samuel Potin	
<b>DISTRAÇÃO E TRABALHO: HÁ QUALIDADES QUE FAZEM ALGUNS EMPREGADOS SE DESTACAREM EM COMPARAÇÃO A OUTROS? .....</b>	<b>133</b>
Daiane Passigatte de Oliveira, Elineide Pivetta e Mailson Rodrigo Schultz	

**FATORES QUE INTERFEREM NA EXCELÊNCIA DA CONTABILIDADE DIGITAL NO DEPARTAMENTO CONTÁBIL DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE EM ARACRUZ ES..... 151**

Mariane Terci Lirio DettogniKevyn Phillipe Gusmão

**GESTÃO DE PESSOAS: A INFLUÊNCIA DA LIDERANÇA NO DESEMPENHO DA EQUIPE ..... 172**

Daniel Gomes do Nascimento, Geovani Souza Simermam, Larissa Lopes de SousaRocha

**REFLETINDO A EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS AO LONGO DA HISTÓRIA185**

Naianne Ramos Peixoto Paulo de Tarso Lopes

**UM ESTUDO SOBRE COMO OCORREU O DIREITO AO VOTO DAS MULHERES NO BRASIL ..... 195**

Kamyla Bromonschenkel Borges, Raiane Gustavo Broetto, Luana Bastos do Nascimento Rosa

**CARACTERÍSTICAS ESTRATÉGICAS DO MARKETING DIGITAL: COM FOCO NO SETOR DE CALÇADOS ..... 211**

Adelaine de Souza; Camila de Melo Visintin; lasmin Menegucci Alves, Weber Gomes Ferreira

**MEI E AS FERRAMENTAS DA CONTABILIDADE NA COVID-19.....229**

Elizeu Albuquerque Freitas, Geovane Júlio Guzansk Acadêmicos do curso de Ciências Contábeis - Faculdade Multivix ..... 229

**POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA E QUESTÃO SOCIAL: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS..... 254**

Lilian Regina Mendes Carrinho Batistin, Marcella Bazílio Fonseca, PatríciaBarroso Silva, Ralf Santos

**PERCEÇÃO DO ESCRITÓRIO CONTÁBIL SOBRE FALHAS NA FISCALIZAÇÃO DO MEI ..... 275**

Ana Rafaela Deolindo Xavier, Gregório Ribeiro da Silva, Karinne Larissa dos Santos, Samuel Potin.

## **A ATUAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL EM SITUAÇÕES DE VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER**

Alini Gomes Contarato<sup>1</sup>, Melloney Adelaide Martins da Silva<sup>1</sup>, Patrícia CabralCastro de Oliveira<sup>1</sup>, Luana Bastos do Nascimento Rosa<sup>2</sup>

Acadêmicas do Curso de Assistência Social – Multivix – Serra  
Mestra em Educação – Professora Multivix – Serra

### **RESUMO**

Este trabalho propõe-se a analisar a violência cometida contra a mulher sob o olhar do assistente social bem como o serviço deste profissional e sua atuação dentro deste cenário. Realiza-se um breve estudo histórico sobre a temática que permite compreender os fatos desde o princípio passando pela promulgação da Lei Maria da Penha e sua importância no aumento das denúncias e na diminuição de incidências criminosas contra a mulher. O objetivo principal desta pesquisa é compreender o trabalho e ação do assistente social na questão da saúde e integridade da mulher acometida pela violência. A pesquisa apresentada trata-se de uma revisão da literatura formada por estudos bibliográficos e apresenta os fatos de forma qualitativa que permite um olhar mais profundo do assunto. Como resultados, evidencia-se que as políticas públicas em ação no Brasil não são suficientes para erradicar os crimes cometidos contra a mulher, punem mas não oferecem o amparo necessário a todas, principalmente em municípios pequenos.

**Palavras Chaves:** Serviço Social. Mulheres. Violência Doméstica.

### **INTRODUÇÃO**

A violência contra a mulher é uma temática que, embora não seja nova é uma realidade constante no tempo presente e faz parte dos boletins policiais todos os dias, é uma luta constante que precisa ser entendida para que estratégias sejam pensadas a fim de superar essa barbaridade.

A violência contra meninas e mulheres cresceu no último ano, como destaca o Anuário Brasileiro de Segurança Pública (BRASIL, 2022). O Levantamento contido neste documento identifica um aumento significativo nos casos de: agressões (0,6%),

ameaças (3,3%), chamadas ao 190 (4%), violência sexual (4,2%) e pedidos de medida protetiva em caráter de urgência (13,6%). Os casos de estupros superaram os dados do ano passado em 66.020, 4,2% a mais que no ano anterior. Desses casos, a maioria tinha até 13 anos (61,3%) e em 79,6% dos casos o autor do crime era conhecido da vítima.

Nunca foi tão atual refletir sobre a violência contra a mulher brasileira, visto que o cenário atual é um dos piores nos últimos anos. A partir dessa realidade visamos destacar o papel do Assistente Social diante dessa circunstância elucidar seu conhecimento para tentar minimizar os impactos sofridos pela vítima, atuando não só depois do ato, também na prevenção desse tipo de violência.

Este estudo procura responder o que pode ser feito através do trabalho do Assistente Social para melhorar a situação da mulher vítima de violência e superar o crescimento de casos registrados.

O interesse em estudar a violência contra a mulher surgiu através da necessidade de evidenciar a importância da atuação do profissional de Serviço Social dentro deste cenário através de suas contribuições interventivas fortalecendo a autonomia e segurança da vítima em situação de violência e submissão.

O objetivo geral deste estudo é: analisar a atuação do Assistente Social no enfrentamento da violência contra a mulher no CREAS da cidade de Mimoso do Sul, Espírito Santo.

Nessa perspectiva, como objetivos específicos, buscamos:

- Compreender a violência e seu direcionamento contra o sexo feminino;
- Conhecer as políticas públicas que visam o enfrentamento da violência contra mulher;
- Identificar os procedimentos a serem aplicados pelo Assistente Social no contexto de violência contra mulher.

Para atingir os objetivos propostos e trazer fatos importantes para a evolução do tema abordado foi utilizada a pesquisa bibliográfica construída através de artigos científicos e livros publicados, e para expor o assunto de forma coerente e significativa foi escolhida a abordagem qualitativa.

## **METODOLOGIA**

De acordo com Chizzotti (1995, p. 11), “a pesquisa investiga o mundo em que o homem vive e o próprio homem”. Porém, a pesquisa só é edificada com a sustentação de procedimentos metodológicos adequados, que aproximem o objeto de estudo do investigador.

Para a elaboração desta investigação serão adotados dois caminhos metodológicos essenciais para obtenção de soluções à problemática levantada, a pesquisa bibliográfica e uma abordagem qualitativa dos fatos, bem como respostas aos objetivos propostos inicialmente pelas pesquisadoras.

Segundo Gil (2002, p. 44), a pesquisa bibliográfica “[...] é desenvolvida com base em material já elaborado, construído principalmente de livros e artigos científicos”. A relevância da pesquisa bibliográfica está no fato de consentir ao pesquisador abranger uma série de ideias mais extensa do que a que se obteria por meios diretos e resumidos. A função de uma construção bibliográfica é colocar o investigador em familiaridade com o que já fora produzido, o que ressalva o compromisso com a qualidade da pesquisa.

Dessa forma, entendemos como Gil que:

[...] a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço. [...] A pesquisa bibliográfica também é indispensável nos estudos históricos. Em muitas situações, não há outra maneira de conhecer os fatos passados se não com base em dados bibliográficos (GIL, 2002, p. 03).

Com apoio da pesquisa bibliográfica, busca-se, de acordo com Minayo (2000, p. 21) “respostas para questões particularmente inquantificáveis apenas com significados, motivos ou aspirações de crenças e valores relacionados ao sistema de organização dos ambientes existentes em uma escola”.

Para Martinelli (1999, p. 115) “A pesquisa qualitativa se insere no marco de referência da dialética, direcionando-se fundamentalmente, pelos objetivos buscados.

O desenho da pesquisa qualitativa deve nos dar uma visibilidade muito clara do objetivo”.

Partindo dessa compreensão, buscou-se construir um referencial teórico sólido e adequado que forme o pilar desta pesquisa, defendendo o trabalho do Assistente Social no combate e prevenção da violência contra a mulher.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **AS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE CONTRIBUEM NO ENFRENTAMENTO DA VIOLÊNCIA CONTRA MULHER**

Apresentaremos neste capítulo e no seguinte as respostas através do questionário respondido pela Assistente Social atuante no CREAS (Centro de Referência Especializado de Assistência Social) do município de Mimoso do Sul, ES, (MIMOSO DO SUL, 2022).

A profissional que atua neste município como Assistente Social concordou em colaborar com este estudo sob um termo de consentimento livre e esclarecido por meio de um questionário pré-desenvolvido que serve de base para a construção deste capítulo. Ela tem 35 anos e atua neste cargo há um ano.

A temática deste capítulo foi identificada na fala da profissional participante, principalmente ao perguntarmos: *Quais as políticas públicas que contribuem no combate à violência contra mulher?*

Ela respondeu que existem diversas políticas públicas disponíveis para ajudar nessa causa, como a presença da delegacia da mulher e a própria Lei Maria da Penha são de grande ajuda no combate e também no apoio, existe também a Secretaria Especial de Políticas Públicas para as Mulheres e as Casas de Abrigo. Porém, neste município não há a implantação de nenhum órgão ou política pública que vise a segurança e a defesa da mulher em situação de violência.

A profissional relata ainda que no município em questão, muitas vezes a vítima é encaminhada já com medida protetiva diretamente da delegacia da mulher, onde a Assistente Social do CREAS faz o contato telefônico agendando uma escuta com um psicólogo. Pode não ser o melhor atendimento devido ao estado emocional da mulher,

mas esse amparo é oferecido.

Conforme observamos nesse depoimento, o Brasil conta com algumas políticas públicas que defendem os direitos das mulheres, que são contra a violência sobre este gênero e conta com atendimento especializado. Todavia, todos esses recursos ainda são insuficientes na erradicação de crimes, aumentando ainda mais a marginalização das mulheres e conseqüentemente elevando os índices de desigualdade entre os gêneros (BIELLA, 2005). Por isso, a realidade da mulher brasileira precisa ser tratada com respeito e sensibilidade oriundas de órgãos públicos. Vejamos os exemplos das políticas citadas pela Assistente Social:

As Delegacias Especializadas De Atendimento à Mulher (DEAM's), em sua função de atender mulheres vítimas de violência precisa contar com uma equipe multidisciplinar que possa oferecer além de amparo, incentivo para que o caso seja denunciado, impedindo que a agressão aconteça. Além de delegados especializados, esta unidade necessita de Assistentes Sociais, Psicólogos, Policiais e servidores administrativos, todos sensibilizados pela causa, oferecendo todos os aparatos que a vítima precisa, inclusive atendimento jurídico (BIELLA, 2005).

A Secretaria Especial de Política para as mulheres (SPM) é uma política pública que visa melhorar a autoestima da mulher, em especial aquelas em situação de violência por meio da criação de abrigos, luta pela igualdade, campanhas educativas, publicação de materiais explicativos e outras propostas. Esta é uma política possível a nível de Estados e Municípios e pode servir como um mecanismo de proteção e redução das desigualdades e criminalidade (BIELLA, 2005).

De acordo com a SPM, as Casas Abrigo são alojamentos seguros que se dedicam em receber as mulheres vítimas de violência bem como seus filhos menores de idade em situação de risco de vida iminente sob o argumento da violência doméstica.

Estas casas tem o intuito de realocar essa mulher e seus filhos na sociedade em segurança, não apenas física, mas ajudando-a a restabelecer sua dignidade com serviços básicos como saúde, educação para a mulher e também para seus filhos, emprego, assistência jurídica e outros (BIELLA, 2005).

A falta de casas como estas nos municípios cooperam para a impunidade e desencoraja a mulher sobre a denúncia, ficando em silêncio diante da violência que

sofre, pois muitas delas não tem para onde ir ou muito menos se sustentar e a seus filhos, e após a denúncia necessitam voltar a conviver com seu agressor, ficando à mercê dele.

Dessa forma, o silêncio pode ser um dos grandes responsáveis por situações de alta gravidade dos crimes cometidos contra a mulher, uma vez que a sociedade já se habituou e aprendeu a se calar e não intrometer-se diante da triste realidade dessa causa. Para Baierl (2004, p. 51 e 52) a violência se tornou um acontecimento normal alimentado por uma cultura de acovardamento.

Parece que a violência tornou-se um hábito, parte do cotidiano, como tal, banal... Repetitiva... Coisa de pobre para alguns Coisa de bandidos e traficantes para outros. Embora banalizada e naturalizada, a violência vem alimentando a cultura do medo, levando as pessoas, sutilmente, a tecerem novas formas de relações sociais e novos padrões éticos (BAIERL, 2004, p. 51 e 52).

Diante deste cenário é necessário que o Assistente Social seja qualificado e atualizado para acompanhar e saber interferir sobre essas situações sociais com um atendimento humanizado que possibilite o apoio que a vítima merece e tentando ainda combater a reincidência desse crime dentro dos lares.

É viável acrescentar por final que, a segurança e saúde física da mulher atual não depende apenas dela mesma mas de toda uma sociedade que precisa ter consciência de que esta mulher tem seu lugar e merece respeito, e mesmo estando em situações que não a valorizem nenhuma sequer precisa ser violentada para aprender ou para sirva de exemplo.

Como vimos, a Lei ainda não foi capaz de erradicar os crimes cometidos contra a mulher e fazer justiça por elas, mostrando que ainda há um longo caminho para que o sexo feminino deixe de ser vítima de atos que a desmoralizem, desvalorizem e a tornem submissas.

## **PROCEDIMENTOS APLICADOS PELO ASSISTENTE SOCIAL À VÍTIMA DE VIOLÊNCIA**

Iniciamos esta seção refletindo sobre a atuação profissional, com uma citação de lamamoto (2012, p. 64),

O Assistente Social é participante, como trabalhador coletivo, de uma grande equipe de trabalho e, nesse sentido, sua inserção faz parte de um conjunto de especialidades que são postas em movimento simultaneamente para efetivar os objetivos das instituições empregadas, sejam elas públicas ou privadas.

A partir dessa concepção apresentada, partimos da ideia que o campo de atuação desse profissional é bastante amplo e pode atender seguimentos específicos da sociedade como, neste caso, contra a violência feminina, podendo fazer com que a mulher rompa com a violência sofrida, não solucionando essa problemática sozinho, mas com relações profissionais que atuam dentro do mesmo cenário. Nesse processo, a temática foi indicada quando perguntamos à Assistente Social: *Quais os procedimentos que os profissionais de serviço social utilizam no atendimento a mulher vítima de violência?*

Ela respondeu que neste município, através da atuação do profissional de Serviço Social, as vítimas são incluídas no programa de sexta básica e seus filhos também são priorizados neste atendimento com inserção em programas da secretaria de esportes em atividades como jiu-jitsu, futebol, natação e outros.

Além desses incentivos o município ainda oferece palestras e eventos de conscientização e prevenção já que muitas mulheres ainda se calam diante da violência sofrida em casa, principalmente sobre seus parceiros. Nessas palestras as possíveis vítimas, já que são voltadas a toda população, recebem orientações de como identificar os tipos de violência, não caracterizada apenas pela agressão, mas de violência psicológica, sexual, patrimonial, moral e verbal.

Segundo os relatos da Assistente Social as vítimas de violência Doméstica feminina deste município são atendidas e depois incluídas em um grupo fechado somente com outras mulheres também vítimas desse tipo de violência juntamente com profissionais da área que podem ajuda-las.

Esse tipo de incentivo é extremamente necessário visto que, o silêncio em casos de violência contra a mulher é um companheiro constante da vítima assim comonos esclarece Coloneze (2017, p. 15).

Essa violência doméstica é silenciosa, não porque o chicote não tenha feito barulho, mas porque o choro delas foi embargado. Porque elas, ou por medo ou por vergonha, continuam a não revelar tudo que se passa, e isso não é só numa classe social (Coloneze, 2017 p 15).

Sob uma dimensão ético-política, o Assistente Social tem o compromisso de orientar as mulheres sobre seu papel dentro da sociedade, sobre seus direitos, para que assim possam assumir as diversas lutas contra a violência e também para defender seu lugar, possibilitando a criação de estratégias que busquem superar as adversidades presentes em seu cotidiano (COLONEZE, 2017).

Os instrumentos de abordagem utilizados pelos Assistentes Sociais são de grande diversidade, porém a escolha de um método adequado para cada situação é de suma importância para que os resultados de sua intervenção seja satisfatório, eles incluem: a aplicação de conhecimentos teórico-metodológicos, entrevistas, visitas domiciliares, observação, relatórios e reuniões (BIELLA, 2005).

As atribuições desse profissional neste cenário são muitas, vale destacar algumas mais relevantes como:

- Acionar o Conselho Tutelar quando há o envolvimento de crianças e adolescentes;
- Encaminhar a vítima para as casas de abrigo, retirando-a do ambiente de violência;
- Encaminhar familiares e também o agressor, se tiverem interesse, para tratamentos possíveis;
- Realizar visitas domiciliares para melhor avaliação diagnóstica;
- Testemunhar em tribunais quando for necessário;
- Participar de eventos, acompanhar atos públicos para prevenção e conscientização sobre a violência
- Participar de capacitações voltadas para a temática da violência.

Esse cuidado se faz necessário devido à delicadeza da vida humana e seus direitos defendidas por este profissional que, através da reflexão, investigação e criticidade visa articular toda a dimensão do caso envolvido além de procurar inseri-las no mercado de trabalho, já que a maioria dessas mulheres vem de quadros de submissão de seus maridos e tem medo de se separar e não ter condições de se manter sozinhas.

As reuniões de grupo e entrevistas com as mulheres são um espaço onde é possível conhecer melhor a sociedade que se está atuando pois são ambiente de troca de experiências, de escuta profissional com um posicionamento ético, sem julgamento ou inversão de valores, um espaço de confiança e respeito mútuo. A primeira ação do

Assistente Social é acolher a vítima, sendo o primeiro a recebê-la. Sua função é entrevistar e mapear a real situação que ela está envolvida e encaminhá-la ao setor psicológico e jurídico respectivamente dependendo da situação, desenvolvendo um trabalho multidisciplinar (BIELLA, 2005).

O profissional que atua junto à violência doméstica, especificamente contra as mulheres, nem sempre encontra um ambiente favorável ao seu trabalho, além disso, atuar neste cenário pode exigir um grande esforço psicológico e físico (COLONEZE, 2017).

O intuito não é apenas incentivar a denúncia do agressor, mas contribuir significativamente no esclarecimento dos direitos da vítima, incentivo ao exame de corpo de delito como prova da agressão sofrida e também no registro da ocorrência policial para apuramento do caso e justiça.

Coloneze (2017) afirma que as mulheres fazem parte do maior grupo de indivíduos que sofrem violência doméstica por serem consideradas frágeis minoritárias, sendo essa uma forma de preconceito de uma sociedade que violenta suas mulheres. Embora o sexo feminino tenha conquistado vários direitos nas últimas décadas, a violência voltada para elas ainda tem proporções gigantescas de caráter discriminatório ao gênero.

Nessa perspectiva, entendemos que mesmo aplicando os procedimentos à vítima de violência, percebemos que uma das maiores dificuldades para os assistentes sociais no combate à violência contra a mulher é construir uma rede de atendimento que permita uma visão mais ampla dessa temática, considerando que esta é a principal ponte entre a vítima e os profissionais que podem ampará-la.

## **REVISÃO DE LITERATURA**

Neste capítulo, buscamos compreender como se dá a violência contra mulher e as leis que amparam tal questão. Para isso, buscamos trabalhos que tratam da temática com responsabilidade e realidade através do Google Acadêmico, Portal da Capes e Scielo selecionando os que melhor contribuía para enriquecer esta pesquisa. Foram usadas as palavras-chave descritas no resumo deste trabalho para filtrar as pesquisas e direcioná-las ao assunto abordado. Após essa minuciosa pesquisa foram encontrados seis artigos que vem ao encontro dos objetivos deste trabalho.

AUTOR	TITULO DA PESQUISA	ANO
Renata Lemos Coloneze	A cegueira de gênero na rede de atendimento às mulheres em situação de violência no município de Duque de Caxias, RJ: história, feminismo e construção de políticas públicas.	2017
Vivian Peres Day	Violência doméstica e suas diferentes manifestações.	2003
Cassiane Farinon	Violência doméstica contra mulheres no município de Macieira – SC.	2017
Guerreiro, E, P.et al.	O serviço social e a violência doméstica contra a mulher.	2020
Maria Cecília de Souza Minayo	Violência sob o olhar da saúde	2003
Janize Luzia Biella	MULHERES EM SITUAÇÃO DE VIOLÊNCIA – Políticas Públicas, Processo de Empoderamento e a Intervenção do Assistente Social.	2005

Considerando o foco de discussão das produções acadêmicas selecionadas, foi possível subdividi-las no eixo: **a violência e seu direcionamento contra o sexo feminino**, que apresentamos e discutiremos na seção a seguir.

## A VIOLÊNCIA E SEU DIRECIONAMENTO CONTRA O SEXO FEMININO

De modo geral, uma atitude violenta demonstra uma ação coercitiva com caráter de delito contra a liberdade do outro. Quando a palavra violência é pronunciada o pensamento automaticamente a assimila com fatos sensíveis, tristes, de agressão. Entretanto, a violência é um objeto de estudo histórico que varia de acordo com a época, conceitos sociais e realidades diversas. “A violência refere-se a conflitos de autoridade e desejo de comando, a uma ordem de poder, e isso aniquila o outro” (FARINON, 2017, p. 17).

Ao analisarmos a história é perceptível o quanto atitudes de agressividade mararam para sempre vários períodos de tempo. Como esquecer o período da Inquisição (séculos XII ao XVIII)? Da colonização dos índios no Brasil (a partir do ano de 1530)? Da escravidão (1988)? Do Holocausto (1933 a 1945)? É válido destacar a imensidão do tema envolvendo a violência, que pode ser expressado de várias formas contra diversas realidades da sociedade (FARINON, 2017).

De acordo com Minayo (2003, p. 25), as ocorrências da violência “são aprovadas ou desaprovadas, lícitas ou ilícitas, segundo normas sociais mantidas por aparatos legais da sociedade ou por usos e costumes naturalizados”. Então, estudar as questões

que envolvem qualquer especificação deste tema é de suprema importância e requer cautela e justiça dentro do sistema de leis brasileiras.

A violência contra a mulher não está ligada às classes sociais, etnias ou restrita a uma faixa etária, é muito comum que o agressor ou assassino seja convivente de seu ambiente familiar, em grande parte dos casos o criminoso é o próprio companheiro da vítima (Day, 2003). Segundo Day,

as mulheres têm maior probabilidade de serem vítimas de membros de suas próprias famílias ou de seus parceiros íntimos. Sabe-se que de 40 a 70% dos homicídios femininos no mundo, são cometidos por parceiros íntimos (DAY, 2003, p. 15).

O Patriarcado, constituído de um sistema social baseado em uma cultura, estruturas e relações que favorecem os homens, em especial o homem branco, cisgênero e heterossexual foi durante décadas o motivo principal do crescimento da violência contra a mulher, se tratando de um sistema ultrapassado e seriamente machista, promovia a desigualdade entre homens e mulheres, abusos e preconceito, tornando-as sempre inferiores por natureza, instaurando um sistema de dominação social, político, econômico e afetivo do sexo masculino sobre o feminino (GUERREIRO et al., 2020).

Esta luta ocorre dentro de um conjuntura de uma sociedade de dominação patriarcal, sob pena de violências físicas, morais, psicológicas, que desvaloriza a mulher, inferiorizando-a e materializando-a. Apesar de todas as barreiras e dificuldades de discriminação e preconceito que as mulheres encontram na sociedade, vemos um avanço na luta pelos seus direitos e pela conquista da igualdade de gênero dentro da sociedade, principalmente ao longo da história contemporânea (GUERREIRO et al, 2020, p. 143).

Todos os anos milhares de mulheres são mortas vítimas de violência em todo o mundo e são diversas traduções para as atrocidades cometidas contra o sexo feminino, sendo elas nomeadas por abusos físicos, psicológicos, sexuais, morais e patrimoniais.

A violência contra a mulher dentro do espaço doméstico é a mais comum e induz à falsa sensação de que essas adversidades precisam ser resolvidas sozinhas, como diz o ditado popular “em briga de marido e mulher não se mete a colher”. Mas com a promulgação da Lei Maria da Penha (2006) o Estado passa a tomar para si as incumbências desses abusos.

Esta Lei foi uma grande conquista na luta a favor da erradicação, punição e prevenção deste tipo de violência (FARINON, 2017). A Lei Maria da Penha determina os cinco tipos de violência contra a mulher em seu Art. 7º sujeitos a pena de acordo

com o código penal brasileiro.

A violência física ocorre quando a saúde ou integridade da vítima são atacados em atos de bater, queimar, esbofetear, sacudir, entre outras ações (BRASIL, 2006). É caracterizada como violência psicológica atitudes de ordem emocional como: chantagem, manipulação, isolamento, perseguição, humilhação, ridicularização, entre outros, esse tipo de violência é geralmente acompanhado de violência física (BRASIL, 2006).

A violência sexual não se trata apenas do ato forçado, mas forçar a mulher a presenciar o ato, coagir, comercializar de qualquer modo relativo à sua sexualidade também se encaixam neste quesito, bem como o impedimento de uso de métodos contraceptivos ou em relação a abortos contra sua vontade (BRASIL, 2006).

Sobre a violência patrimonial estão atribuídas quaisquer ações que possam causar danos aos bens da mulher, entre eles documentos pessoais e instrumentos de trabalho (BRASIL, 2006). Em muitos casos a mulher não sabe dos direitos sobre seus bens e muitas vezes ainda é impedida de trabalhar ficando em total dependência do parceiro.

A violência moral acontece quando o agressor tem a intenção de caluniar ou difamar a mulher (BRASIL, 2006). Esse tipo de violência é muito comum dentro de seu ambiente de trabalho, sua capacidade de atuação no mercado competitivo é posta em cheque, são desmerecidas publicamente, causando a perda de vontade de trabalhar.

Nessa direção, entendemos que apesar de haver todo um processo histórico de lutas em defesa da mulher, as políticas existentes ainda não foram capazes de diminuir crimes com caráter de violência doméstica, medidas punitivas foram tomadas neste sentido, porém ainda sem grandes respostas no combate.

A presença de profissionais qualificados e simpatizantes com o assunto é cada vez mais real e o trabalho do Assistente Social é um bom exemplo na implementação de uma equipe multidisciplinar no combate a esse tipo de violência como veremos a seguir.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Nesta pesquisa empreendemos esforços para analisar a atuação do Assistente Social no enfrentamento da violência contra a mulher no CREAS da cidade de Mimoso do Sul, Espírito Santo. Nesse intuito, buscamos: compreender a violência e seu

direcionamento contra o sexo feminino; conhecer as políticas públicas que visam o enfrentamento da violência contra mulher; e, identificar os procedimentos a serem aplicados pelo Assistente Social no contexto de violência contra mulher.

No alcance dos objetivos, realizamos uma pesquisa bibliográfica com o intuito de responder a problemática da pesquisa. Logo, reunimos possíveis soluções através de uma análise qualitativa dos fatos, que dá uma visibilidade muito clara sobre o objetivo principal.

Ao dialogarmos com os estudos teóricos, percebemos que mesmo nos tempos atuais, tão evoluído socialmente, essa causa ainda não foi banalizada ou evoluiu muito quanto as políticas públicas para combater crimes contra a mulher e a falta de recursos plausíveis em municípios pequenos como o citado neste referencial pode aumentar os casos de impunidade inviabilizando as denúncias por falta de assistência imediata e segura para as vítimas.

Vimos ainda sobre as responsabilidades do Assistente Social em perceber a violência a partir de visitas domiciliares a potenciais vítimas, fazendo uma avaliação diagnóstica de cada realidade individualmente e oferecendo recursos para mudar a condição da mulher em situação de violência, encaminhando-a às demais providências necessárias, lembrando ainda que é esse profissional quem ajuda essas vítimas e seus possíveis filhos a voltar a atuar dignamente na sociedade.

Foi possível refletir que esse é um problema histórico, impregnado na sociedade sob uma cultura machista onde a mulher sempre foi considerada inferior, submissa e obediente. Tais aspectos fizeram-nas serem vítimas durante séculos sem nenhuma lei que as amparassem até a vigoração da Lei Maria da Penha em 2006, onde foram estabelecidas penas para os agressores, porém o cenário ainda é preocupante.

Evidenciamos que mesmo que este profissional esteja apto a fazer esse atendimento, as leis previstas em nossa legislação ainda são insuficientes para garantir integralmente a segurança das mulheres e não tem mudado o cenário em torno da realidade da violência, porém esse fato não tira a responsabilidade do Assistente Social atuante nessa área esteja devidamente qualificado e contribua diretamente no fortalecimento da rede de assistência a mulher trabalhando de forma multidisciplinar.

Desse modo, mesmo após a Lei Maria da Penha em 2006 ter entrado em vigor o aumento do número de denúncias desde então, o problema não chega nem perto de ser resolvido dado que, a mesma mulher que sofre a violência acaba por renunciar o direito de denunciar seu agressor. Essa atitude resulta em nova violência a ser

vivenciada.

O papel dos profissionais precisam estar voltado para o atendimento integral da vítima onde possibilite a ela uma oportunidade de seguir em frente, libertando-se do medo, da insegurança, vergonha, sentimento de impotência e liberdade para recuperar sua dignidade, devolvendo-a para a sociedade com seus direitos básicos garantidos.

Por fim, ao compreender melhor os âmbitos da violência doméstica e a atitude do Assistente Social nessa realidade é determinante que essa temática não se encerra nesta pesquisa, havendo muito mais a ser feito sobre esse problema, inclusive no fortalecimento de políticas públicas que façam justiça a essas mulheres e também ao trabalho profissional empregado em defesa dessas vidas.

Nessa direção, este estudo coloca-se como contribuição para analisar a atuação do Assistente Social no enfrentamento da violência contra a mulher. Assim, sugerimos pesquisas mais aprofundadas sobre a temática ora apresentada, com intuito de coletar mais evidências que corroborem tais proposições.

## REFERÊNCIAS

ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA 2022. **FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA**. 2022. Disponível em: [https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/06/anuario\\_2022.pdf?v=5](https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/06/anuario_2022.pdf?v=5) Acesso em 22 out 2022.

BAIERL, L. F. Medo social: da violência visível ao invisível da violência. São Paulo: **Cortez**, 2004.

BIELLA, Janize Luzia. MULHERES EM SITUAÇÃO DE VIOLÊNCIA – Políticas Públicas, Processo de Empoderamento e a Intervenção do Assistente Social. **Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento do Curso de Graduação em Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do título de bacharel em Serviço Social**. Florianópolis, SC: 2005. Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Ssocial286678.pdf> Acesso em: 22 out 2022.

BRASIL, Lei Maria da Penha. Lei n. 11.340/2006. Coíbe a violência doméstica e familiar contra a mulher. **Presidência da República**, 2006.

BRASIL. Política Nacional de Enfrentamento à Violência Contra as Mulheres. **Secretaria Nacional de Enfrentamento à Violência contra as Mulheres**. Brasília, 2011. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/omv/entenda-a-violencia/pdfs/politica-nacional-de-enfrentamento-a-violencia-contra-as-mulheres> Acesso em 22 de out. de 2022.

CHIZZOTTI, A. Pesquisa em ciências humanas e sociais. São Paulo: **Cortez**, 1995.

COLONEZE, Renata Lemos. A cegueira de gênero na rede de atendimento às mulheres em situação de violência no município de Duque de Caxias, RJ: história, feminismo e construção de políticas públicas. **Artigo apresentado como exigência de conclusão de Curso de Especialização em Gênero e Direito da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: 2017. Disponível em: [https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistas/genero\\_e\\_direito/edicoes/1\\_2017/pdf/RenataLemosColoneze.pdf](https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistas/genero_e_direito/edicoes/1_2017/pdf/RenataLemosColoneze.pdf) Acesso em: 04 out 2022.

DAY, Vivian Peres. Violência doméstica e suas diferentes manifestações. **Revista de Psiquiatria do Rio Grande do Sul – SPRS**. p 9-2, abril. 2003.

FARINON, Cassiane. Violência doméstica contra mulheres no município de Macieira – SC. Universidade Alto Vale do Rio do Peixe – UNIARP. **Curso de Serviço Social. Caçador-SC**, 2017. Disponível em: <content/uploads/tccs-graduacao/Violencia-domesticas-contra-as-mulheres-nomunicipio-de-Macieira.-Cassiane-Farinon.2017.pdf> Acesso em: 02 set de 2022.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: **Atlas**, 2002.

GUERREIRO, E. P; SOBRINHO, R, P; RODRIGUES, T. C; OLIVEIRA, T.V.S. O serviço social e a violência doméstica contra a mulher. **Social Meeting Scientific Journal**, São Paulo, Brasil, v. I, n. 1, ano 1 junho de 2020 (edição especial de lançamento). Disponível em: <http://www.esocialbrasil.periodikos.com.br/article/5f2067de0e88256256dc6779/pdf/esocialbrasil-0-AheadOfPrint-136.pdf> Acesso em: 03 set de 2022.

IAMAMOTO, Marilda Vilela. O Serviço Social na contemporaneidade: trabalho e formação profissional. 13. Ed. – São Paulo. **Cortez**, 2012.

MARTINELLI, Maria Lúcia. (ORG.), Pesquisa qualitativa – um instigante desafio. Núcleos de Pesquisa 1. São Paulo: **Veras**, 1999.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. 7. ed. São Paulo: Hucitec; Rio de Janeiro: **Abrasco**, 2000.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Violência sob o olhar da saúde. A infrapolítica da contemporaneidade brasileira. **Ed. Fiocruz**. Rio de Janeiro, 2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MIMOSO DO SUL. Aspectos Gerais. Disponível em: <https://mimosodosul.es.gov.br/Home/aspectos-gerais/> Acesso em: 04 out. 2022.

## **A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NOS DIAS ATUAIS**

Isabelly Aguiar Gasparelo, Larissa da Silva Zucoloto, Larissa Guimarães Bento<sup>1</sup>, Graziela Vieira Carneiro<sup>2</sup>

1 - Acadêmicas do Curso de Administração

2 - Especialista em Gestão Pública Municipal e Psicopedagogia – Professora Multivix – Serra EaD

### **RESUMO**

O artigo aborda a importância do Marketing Digital para as micro e pequenas empresas na atualidade, tendo como ideia central a análise do marketing digital como uma ferramenta útil para que se estabeleçam no mercado. O cenário de expansão tecnológica e a adesão cada vez maior das pessoas às plataformas digitais obriga as organizações a se adaptarem e elaborarem seus planos de marketing de acordo com essa nova realidade. As características deste tipo de marketing, que incluem a rapidez de comunicação entre empresa e cliente, o grande alcance que campanhas promocionais têm nas redes sociais, o custo relativamente baixo para executar estratégias de marketing digital, dentre outras, tornam o investimento neste tipo de marketing uma atividade vital para que organizações menores possam sobreviver e prosperar em

mercadoeconômicos competitivos. Analisar o investimento em marketing digital é uma proposta e um dos objetivos desse estudo para micros e pequenas empresas, através do qual pode se obter a conquista de novos clientes, aumento do lucro, além de agregar valor à marca.

**Palavras-chave:** Marketing Digital, rede social, empreendimento.

## 1 INTRODUÇÃO

O marketing digital é o marketing praticado no ambiente virtual, onde o principal objetivo é o de divulgar os produtos e serviços da marca para influenciá-las pessoas a adquirí-los, e assim fidelizar a clientela, buscando obter melhores resultados na conquista do mercado (SILVA, 2016).

No marketing digital são utilizadas ferramentas digitais como a Internet, tecnologias móveis, redes sociais, dentre outras, para assim conquistar os clientes através da criação de estratégias que possam elevar a participação das empresas no mercado através de suas divulgações, mostrando seus diferenciais para os consumidores e buscando vencer a concorrência (SILVA *et al*, 2019).

Novas tecnologias como a internet móvel, automação do trabalho, armazenamento de arquivos em nuvem, robótica, impressão 3-D, dentre outras, mudaram a abordagem econômica das empresas. Apesar de disponíveis há anos, o impacto econômico dessas tecnologias teve um aumento considerável recentemente. Um dos setores que foram alavancados por essas tecnologias foi o varejo, através do desenvolvimento do comércio eletrônico (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017).

Plataformas digitais possibilitam à empresa divulgar sua marca a novos clientes com custos mais baixos, além de permitir uma relação mais próxima com o consumidor, conseguindo o feedback necessário para que a empresa se adapte às necessidades de seu público alvo. Com clientes cada vez mais conectados através das plataformas digitais e que exigem informações rápidas a respeito dos produtos ou serviços que eles adquirem, a organização precisa estar tecnologicamente adaptada para atender essa demanda, e também aproveitar as novas oportunidades que essas tecnologias proporcionam, desenvolvendo uma boa estratégia de marketing digital para a organização, podendo trazer diversos benefícios.

O principal foco desta pesquisa foi a importância do marketing digital para as organizações, especialmente aquelas consideradas como micro e pequenas empresas, considerando o alcance de ferramentas como as mídias sociais nos dias atuais. Serão

abordados os benefícios que este tipo de marketing pode trazer para o empreendimento, além dos cuidados necessários para que o ambiente virtual não se torne um campo de propaganda negativa para a organização.

A utilização das plataformas digitais tanto por clientes quanto por empresas está em expansão. Nesse novo cenário de interação virtual, qual é a importância de se investir no marketing digital para as microempresas?

Investir no marketing digital na atualidade, onde o número de usuários de plataformas digitais cresce a cada ano, pode se provar como um diferencial competitivo para a organização. Esta pesquisa tem como objetivo geral destacar a importância do marketing digital e seu impacto positivo para as pequenas empresas, principalmente quando considerado o cenário atual, onde as plataformas digitais recebem um grande número de novos usuários a cada dia. O procedimento para a realização da pesquisa foi a pesquisa bibliográfica, onde serão pesquisados referenciais teóricos específicos da área de marketing digital e mídias sociais. Segundo Gil (2002), esse modelo de pesquisa é elaborado através do estudo feito em livros e artigos científicos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 MARKETING DIGITAL**

Segundo Kotler, Kartajaya e Setawan (2017) a palavra marketing é a junção das palavras *market*, cuja tradução é “mercado”, e *ing*, que significa “ação”. Pode-se dizer portanto que o verdadeiro sentido da palavra marketing seria “Mercado em ação”. Esse significado se enquadra bem no contexto atual de modernidade, onde a nova geração de consumidores levam um tipo de vida com maiores mobilidades e conectividades, vivendo de maneira acelerada, buscando consumir de maneira mais veloz impulsionados pelo acesso cada vez mais rápido à informação que os ambientes virtuais proporcionam.

Considerando esse contexto, Gabriel (2010) afirma que o marketing tem a necessidade de mudar devido à essa nova integração que o mundo digital possibilita, mostrando a necessidade das empresas estarem atentas a quaisquer mudanças que ocorram nesse ambiente, para assim conquistar o mercado através da utilização da Internet como plataforma de ligação entre empresa e cliente. O marketing digital tem o poder de potencializar uma boa campanha de marketing, devido à sua velocidade no compartilhamento de informações e à quantidade de pessoas que ele atinge. Em compensação, uma campanha de marketing ruim se espalhará de forma igual, o que

requer cuidado por parte da organização ao utilizar essa ferramenta.

Estabelecer a presença da empresa online através do marketing digital nos dias de hoje é um dos melhores caminhos para vender produtos e até mesmo oferecer prestação de serviços (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). No primeiro semestre de 2022, o faturamento obtido por compras online foi de R\$ 118,6 bilhões somente no Brasil. Já no mesmo período de 2021, o volume gerado por vendas na internet foi de R\$ 111,8 bilhões de reais, um aumento de 6% (GONÇALVES, 2022).

O número de brasileiros que compraram na internet também cresceu, sendo que no primeiro semestre de 2022 foram registrados 49,7 milhões de compradores, enquanto no primeiro semestre de 2021 esse número foi de 42 milhões, acarretando em um aumento considerável de 18% (GONÇALVES, 2022). Portanto, é possível afirmar que o mercado de compras virtuais segue crescendo no Brasil, e que seria importante para micro e pequenas empresas conquistar uma parte desse crescimento.

Considerando que a maioria das pessoas consultam a internet para no mínimo pesquisar informações sobre o produto ou serviço, a relação cliente e empresa mudou de forma palpável nos últimos anos, com as plataformas digitais sendo os principais canais de comunicação com a clientela.

Com o crescimento da conectividade os consumidores têm acesso mais rápido aos produtos, podendo examinar e avaliar de maneira mais rápida as marcas. Contudo, mensagens divulgadas em campanhas de marketing consideradas boas demais podem acabar sendo ignoradas pelos clientes, que em muitos casos preferem consultar seu círculo social de amigos e família através das mídias sociais sobre determinado produto como um meio mais confiável (SILVA *et al*, 2019).

A organização precisa se destacar frente aos seus concorrentes, pois um único momento de prazer inesperado do cliente para com a marca já pode torná-lo um advogado fiel, onde ele defende e divulga de maneira indireta para seus amigos a sua boa experiência, gerando ganhos interessantes para a organização, pois além de divulgar para seus amigos, eles têm um relacionamento duradouro com os produtos. Tal fato demonstra a importância de se realizar um bom marketing digital, desde a divulgação até o consumo final do produto.

A nova realidade do marketing digital e dos canais online como principal contato entre empresa e cliente, mudou a forma como as pessoas fazem transações econômicas. Se no passado, um cliente que queria adquirir um determinado produto precisava se deslocar até a loja física e ser abordado por um vendedor, hoje em dia

bastam alguns poucos “cliques” para que a compra seja realizada, sem precisar levantar da poltrona.

Nos dias atuais não é possível ver empresas fora da Internet, devido ao seu grande crescimento, pois grande parte dos seus consumidores estão utilizando a internet. Sendo assim, é necessário integrar o marketing virtual ao planejamento estratégico da empresa, disponibilizando parte dos recursos para que se possa criar uma vantagem competitiva para a conquista dos clientes no ambiente virtual. Mídias sociais, por exemplo, conseguem promover o produto e ainda proporcionam uma maior interação com os consumidores, tirando dúvidas interagindo de forma instantânea.

Corroborando essa visão Torres (2009, p. 61) afirma:

Se você não investir em marketing digital, você não só estará abrindo mão de falar sobre o sua empresa para seus consumidores como estará deixando aberta as portas para que todos falem sobre sua empresa sem que você tome conhecimento ou possa participar (TORRES, p. 61, 2009).

Os consumidores preferem confiar em seus ciclos de amigos e família, em comparação as marcas e empresários. Experiências positivas que os clientes têm com a empresa fazem com que eles influenciem pessoas de seu círculo próximo a também comprar com a mesma. Estes advogados da marca conseguem auxiliar a organização a conquistar ainda mais o mercado, mostrando a importância de ter um produto de qualidade, bom atendimento e um marketing estruturado para fidelizar seu público alvo.

Estando fora da Internet a organização abre a possibilidade para outros fazerem propaganda negativa dos produtos ou serviços ofertados por ela, enquanto a empresa desconhece o fato ou não tem os canais necessários para se defender. Sem um canal virtual para comunicação a empresa não saberá o ponto que desagrade o consumidor e não mudará os aspectos negativos de seus serviços ou produtos, perdendo espaço no mercado com a falta de interação com seus consumidores.

## 2.2 INTERNET E SUA INFLUÊNCIA NAS DECISÕES DE COMPRA

A Internet fez uma revolução na vida das pessoas, sendo incluída de forma permanente no seu dia a dia. O Brasil é o país que tem mais acessos nas redes sociais na América Latina, com cerca de 62% da população brasileira utilizando as redes sociais, mostrando o potencial para a conquista de clientes no mercado brasileiro através do ambiente virtual. Outro dado importante divulgado através de estudo

realizado pelo Serviço de Proteção de Crédito e pelo portal de educação financeira “Meu bolso feliz”, diz que 9 em cada 10 consumidores brasileiros que tem acesso a Internet, e que estes consumidores têm o hábito de pesquisar online antes de fechar compras em lojas físicas. Com isso demonstra-se a importância de se estar presente com o marketing digital, considerando o número de brasileiros que acessam redes sociais, o marketing eficaz feito nesse tipo de plataforma pode ser decisivo para a conquista de novos consumidores (COELHO, 2018).

Quando a compra era realizada em loja física, muito da venda dependia da habilidade do vendedor de tornar o produto ou serviço oferecido em algo atraente para o cliente, utilizando inclusive informações falsas sobre o que estava sendo vendido para facilitar o convencimento do consumidor. Hoje, porém, o cliente pode pesquisar na internet sobre as características do produto/serviço e a opinião de outras pessoas que já o adquiriram, para assim tomar a decisão se irá comprar ou não.

Segundo pesquisa realizada pela empresa E.life, o quarto canal de comunicação mais utilizado pelos brasileiros para contatar empresas foram as redes sociais. Desses usuários, 66,9% seguem páginas e perfis das organizações nas redes, com o objetivo de serem atendidos on-line caso seja preciso. Dos usuários pesquisados, 93,3% deram “curtidas” em páginas de organizações no Facebook, dos quais 48,5% afirmam que sua admiração pela marca cresceu depois do contato nas redes sociais (NEVES, 2018).

As mídias sociais funcionam como um canal de comunicação dos consumidores para com a empresa, sendo uma forma mais acessível para se fazer de reclamações, sugerir algo e tirar dúvidas, mostrando o quanto é importante essa interação, pois através dela é possível criar um vínculo entre consumidor e a organização. “Elas devem ser fisicamente atraentes, intelectualmente interessantes, socialmente envolventes e emocionalmente fascinantes, ao mesmo tempo que devem demonstrar personalidade forte e moralidade sólida.” (KOTLER, KARTAJAYA, SETIAWAN 2017, pág.143).

As marcas devem buscar se humanizar para conquistar o mercado da melhor maneira possível, as organizações humanizadas acabam ganhando o público de maneira mais eficaz, pois criam um senso de identificação entre seus clientes e a marca.

O poder do consumidor foi alavancado pela tecnologia digital, sendo através dele que o cliente começou a ter o papel central no marketing. O consumidor tem o poder de compra e divulgação para sua rede de convivência, assim é visto a influência

e o papel fundamental que é exercido pelo consumidor na cadeia de consumo e divulgação do produto.

### 2.3 REDES SOCIAIS E SEU CRESCIMENTO

As mídias sociais são um fenômeno que cresce cada vez mais entre a população brasileira. Um estudo realizado pela eMarketer coloca o Brasil como os maiores usuários das redes sociais da América Latina, mostrando sua força nesse quesito e uma vantagem grandiosa em cima do segundo colocado do ranking, demonstrando a integração dos brasileiros com as mídias sociais. Outro estudo recente disponibilizado pela agência We Are Social e a plataforma Hootsuite, demonstra que cerca de 130 milhões de pessoas utilizam as redes sociais no Brasil, cerca de 62% da população, onde a utilização das redes sociais através da rede móvel tem sido de 120 milhões de brasileiros representando 57% da população (WEBCOMPANY, 2019).

Nesse mesmo estudo promovido pela We Are Social e a plataforma Hootsuite divulgado no site Webcompany (2019), é possível observar que o brasileiro gasta cerca de 9 horas e 14 minutos navegando na Internet através de qualquer dispositivo, onde cerca de 3 horas e 39 minutos são gastos acessando as redes sociais, sendo o segundo país que utiliza por mais tempo as redes sociais no mundo. Através dos estudos apresentados pode se observar a força que o brasileiro tem através das redes sociais, mostrando que a população está conectada com o mundo virtual. Cerca de 62% dos brasileiros está nas redes sociais e aproximadamente de 66% da população tem acesso a Internet segundo estudo da We Are Social.

Um dos pontos mais importantes das redes sociais é justamente o acesso a informação em tempo real. Com ele todos se conectam em um curto espaço de tempo, ficando informados de coisas que estão acontecendo em outros municípios, cidades ou até mesmo países diferentes do seu.

As redes sociais não se tratam apenas de computadores, mas sim de integração de pessoas e seu relacionamento, a sua essência é a comunicação entre os indivíduos, e a tecnologia é o elemento que proporciona a comunicação de maneira mais rápida e fácil, possibilitando assim um relacionamento de interação tanto entre uma pessoa e outra quanto entre uma pessoa e uma organização, independente de onde estejam. As pessoas conseguem interagir de maneira mais eficaz com as redes sociais, inclusive promovendo a inclusão social de outros indivíduos, acolhendo as minorias dando voz

para inúmeras comunidades antes desalojadas socialmente.

A propagação em alta velocidade da informações proporcionada pelas novas tecnologias, especialmente as tecnologias móveis, faz com que os acontecimentos ao redor do mundo sejam percebidos em tempo real pelos usuários dessas tecnologias (LAS CASSAS, 2019).

#### 2.4 MARKETING DIGITAL ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS

Nos dias atuais seria um dano para as empresas a não utilização do marketing digital, pois a interatividade juntamente com uma boa experiência do consumidor com a empresa é um ponto forte para a conquista de clientes, sendo fundamental o desenvolvimento de estratégias de marketing voltadas para o ambiente virtual, sempre salientando a importância de se conhecer o público alvo (SILVA et al, 2019).

As plataformas de redes sociais são uma ferramenta capaz de criar verdadeiras sociedades virtuais. O marketing digital deve utilizar esse canal virtual para conversar com o maior número possível de potenciais clientes, criando conteúdos digitais de acordo com o perfil de consumidor que a marca quer atingir, botando em prática as estratégias de promoção desenvolvidas e oferecendo para seus clientes um canal de interação para que eles estejam sempre em contato com a empresa (GABRIEL, 2010).

As mídias sociais foram construídas para permitir interação do público, criando conteúdo, trocando informação em diversos formatos, sendo elas um caminho de extrema importância na conquista de clientes através de ações ou estratégias de marketing. Mais de 80% dos internautas participam de alguma rede social, fazendo com que seja necessário conhecer esse tipo de mídia de maneira profunda, para que sejam aplicadas as estratégias corretas para que a empresa consiga atingir seus objetivos em se tratando da captação e fidelização dos clientes (GONÇALVES *et al*, 2019).

As mídias sociais podem também tornar mais difícil conseguir a atenção do consumidor, pois se no passado os mesmos acabavam sendo obrigados a ouvir os conteúdos através das mídias tradicionais, com a renovação os consumidores agora tem a opção de escolha na hora de procurar o conteúdo, além da opção de não ver determinado anúncio, e ainda existe do conteúdo gerado por outros usuários que podem ter um nível de confiança maior.

Observa-se que apesar dos desafios impostos, abrir mão das mídias sociais só trará prejuízos para a organização, pois além de seus concorrentes já estarem nas redes

sociais, as mesmas são uma das principais ferramentas de comunicação com os consumidores, sendo um canal de maior eficácia na interação com seu público alvo.

## 2.5 O MARKETING DIGITAL E AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

É difícil a competição de micro e pequenas empresas contra grandes organizações, especialmente na área do marketing, já que grandes empresas possuem a capacidade financeira de fazer grandes campanhas de marketing em vários veículos de comunicação de uma só vez. Micro e pequenas empresas precisam utilizar cada recurso com sabedoria e evitar gastos desnecessários (MARQUES, 2021).

Uma solução para equilibrar essa competição é a internet. Utilizando-a de forma estratégica é possível conquistar e fidelizar um número considerável de clientes. Porém, a mera presença na internet não garante resultados, é necessário incorporar esse tipo de marketing com planejamento e estratégia.

O investimento em estratégias de marketing digital é menos custoso para a organização, quando comparado com uma grande campanha publicitária, e ainda pode gerar resultados tão bons quanto grandes campanhas. Por exemplo, através do marketing digital o site da micro ou pequena empresa pode se destacar no ranking orgânico do Google, recebendo destaque e possibilitando que mais pessoas possam conhecer a marca.

O marketing digital engloba todo o tipo de publicidade ou marketing normalmente feitos por meio digital. A visibilidade que ferramentas digitais como as redes sociais gera para a micro e pequena empresa proporciona o acúmulo de mais leads qualificados (clientes com grande potencial de realizar transações econômicas com sua empresa), alavancando o lucro da organização. O marketing digital também permite quantificar como está o alcance da campanha através de acessos em sites, visualizações em redes sociais, dentre outros, permitindo que se façam modificações rápidas para tornar a estratégia de marketing mais eficaz (FAUSTINO, 2020).

A presença em mídias sociais das micro e pequenas empresas precisa ser acompanhada por uma boa estratégia de marketing. A simples criação de um perfil em rede social não garante retorno. É fundamental para qualquer estratégia de marketing (inclusive a virtual) identificar com precisão seu público-alvo. Realizar o trabalho de criação de personas (perfis de clientes com maior probabilidade de fazer negócios com a micro ou pequena empresa) que auxilia na definição do tipo de estratégia de marketing

digital necessária para convencer aquele perfil de cliente a comprar seu produto/serviço (MARQUES, 2021).

De acordo com o Sebrae (2013) o empresário que possui uma micro ou pequena empresa precisa ter os objetivos estabelecidos ao levá-la para o ambiente virtual. Caso os objetivos da organização não estejam claros, o empreendedor pode acabar afastando clientes fiéis e não conquistando novos. No mundo digital a empresa fica suscetível a opiniões positivas e negativas, e obtém o feedback de maneira instantânea.

Estabelecer gênero, faixa-etária, localização, possíveis gostos pessoais, dentre outros, permitem que a estratégia de marketing chegue ao tipo de cliente ao qual a organização pretende vender, dando força para publicações, anúncios e outras peças de publicidade que fazem parte da estratégia. Considerando a limitação de recursos que micro e pequenas empresas possuem em relação às grandes organizações, utilizar uma ferramenta de baixo custo e longo alcance como a internet pode ser o diferencial competitivo que fará pequenas organizações prosperarem.

Uma das grandes inovações que o marketing digital trouxe para o marketing das micro e pequenas empresas foi a possibilidade de uma maior interação com os clientes, possibilitando o desenvolvimento de estratégias que não seriam possíveis em outras plataformas. Como o marketing depende principalmente do público-alvo, é importante em um primeiro momento averiguar se os clientes da empresa também estão presentes no ambiente digital (PORTO, 2014).

Como primeiro passo estratégico, o Sebrae (2013) afirma ser importante investir na interação com os clientes nas mídias sociais, indo além do simples relacionamento comercial. É interessante desenvolver um relacionamento social de fato com os clientes, sendo a venda uma consequência dessa relação.

Considerando que mídias sociais de micro e pequenas empresas tendem a ter menos seguidores quando comparadas com perfis de empresas maiores, é mais fácil criar esse tipo de ligação com os clientes, já que o fluxo de mensagens é menor.

O monitoramento e a atualização de conteúdo constante também precisam fazer parte da estratégia de marketing digital em mídias sociais, dessa forma, mantêm-se o interesse na página e o nome da empresa em evidência (RAMALHO, 2010)

Algumas redes sociais possuem ferramentas que permitem a medição do número de acessos e visualizações que o conteúdo postado alcançou. Acompanhar esses dados é importante para identificar se o conteúdo postado atingiu o público-alvo da

forma que a empresa esperava. Outra inovação proporcionada pelas redes sociais é o tempo de resposta a respeito da efetividade de uma campanha de marketing, sendo quase imediato, o que permite a organização realizar ajustes ou até mesmo mudar totalmente a campanha, diminuindo possíveis prejuízos que uma campanha de marketing ineficaz poderia trazer (PORTO, 2014).

Como as micro e pequenas empresas possuem recursos limitados, desperdiçá-los em uma campanha de marketing que não traria resultados poderia prejudicar até mesmo a sobrevivência da organização. Os resultados quase imediatos que as mídias sociais fornecem podem auxiliar o gestor a investir o capital da empresa com maior efetividade.

Utilizar recursos das mídias sociais como as enquetes, por exemplo, podem servir para encorajar a interação com os clientes e como pesquisa de mercado, coletando dados sobre as preferências do consumidor. Postar conteúdos visuais planejados para chamar a atenção do público-alvo, auxiliam na construção da imagem da empresa e agrega valor à marca. Disponibilizar a localização física da empresa também é interessante, pois pode levar clientes a comprar de forma tradicional (PORTO, 2014).

Uma outra estratégia de divulgação em massa e de custo relativamente baixo, e que pode promover a marca da organização para muitos potenciais clientes, são as promoções nas quais os usuários precisam marcar um amigo e seguir o perfil da empresa para concorrer a prêmios. Este tipo de promoção desencadeia um efeito cascata, no qual pessoas marcam amigos, que marcam outros amigos, que passam a conhecer marca (ADOLPHO, 2011).

O Sebrae (2013) alerta que possíveis repercussões negativas se espalham na internet de forma tão rápida quanto as positivas. Por isso, as organizações devem estar sempre planejando os conteúdos que produz para as plataformas virtuais, não só pela relação com os clientes, mas também para proteger a própria imagem da empresa. A organização precisa manter uma certa postura nas redes sociais, seja conteúdo que postam, seja na forma como interagem com outros usuários. Manter o decoro na internet impede que comentários ou postagens sejam malinterpretados, preservando o nome da organização e respeitando o público geral.

Quaisquer empresas, inclusive as micro e pequenas, que entrarem no mundo do marketing digital e utilizarem as mídias sociais estrategicamente, serão capazes de influenciar as necessidades e desejos de possíveis clientes, além de estreitar e

fortalecer os laços com os consumidores, fidelizando-se e aumentando o faturamento da organização (TUTEN; SOLOMON, 2014).

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O marketing é parte fundamental para o sucesso de qualquer organização. Nele são definidos desde as características do produto, a localização física do empreendimento, qual o tipo de cliente se espera alcançar, e o tipo de publicidade para conquistar e fidelizar consumidores. O marketing bem planejado pode aumentar de forma significativa a lucratividade da empresa, incluindo organizações de pequeno porte.

Com o avanço da tecnologia e especialmente da internet, surgiu um novocampo de infinitas possibilidades para o marketing, o que deu origem ao chamado marketing digital. Estratégias antes utilizadas no marketing tradicional, agora são aplicadas no meio virtual, e ferramentas como as redes sociais permitem uma interação imediata entre organização e cliente.

Existe uma adesão intensa de novos usuários nas redes sociais. Desde muitos jovens, crianças já fazem uso de dispositivos como celulares e tablets. Da mesma forma, idosos também passam a utilizar novas tecnologias as quais eles têm acesso. E todas essas pessoas recém apresentadas ao mundo virtual são clientes em potencial.

E de fato, as pessoas não usam a internet somente como distração. Um número cada vez maior de usuários a utiliza como a principal forma para satisfazer suas necessidades através das compras. A vasta gama de opções que a internet oferece a torna como uma opção mais atrativa para comprar, quando comparada com as opções de uma cidade pequena, por exemplo. Portanto, anunciar de forma inteligente através de um bom marketing digital é uma prática capaz de convencer esses usuários a comprar com a empresa.

Do ponto de vista de micro e pequenas empresas, várias são as vantagens que o marketing digital proporciona. Em primeiro lugar está o baixo custo, sendo possível realizar boas campanhas de marketing em redes sociais gastando menos do que em peças publicitárias em outros meios de comunicação. Considerando o orçamento limitado de pequenas organizações, o custo baixo por si só já torna o marketing digital atrativo para micro e pequenas empresas.

Outra vantagem é o alcance que as mídias sociais possuem. Na atualidade cada

vez mais pessoas estão conectadas à internet, inclusive o número de usuários realizando transações econômicas pela web também está aumentando. A capacidade de atingir um grande número de pessoas apenas realizando campanhas em redes sociais é de grande importância para pequenos empreendedores que desejam fazer com que sua marca seja conhecida em um determinado mercado.

Por fim, se a micro ou pequena empresa conseguir construir uma boa reputação em plataformas como as redes sociais, o valor agregado a marca tende a aumentar, fazendo com que a clientela tenha maior interesse em comprar com a empresa, devido à confiança que a notoriedade da organização transmite.

Pode-se dizer então que o marketing digital oferece uma alternativa diferente de marketing, de grande alcance e baixo custo. Para micro e pequenas empresas que buscam se firmar no mercado, conseguir clientela, reconhecimento da marca, expandir o negócio e aumentar os lucros, fazer uso das ferramentas digitais é uma excelente estratégia para o sucesso.

## REFERÊNCIAS

ADOLPHO, C. **Os 8 Ps do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011.

CASTRO, Marcos. **A crescente importância do marketing digital no esporte**. 2012. Disponível em: <http://www.marcostfcastro.net/a-crescente-importancia-do-marketing-digital-no-desporto/>. Acesso em 16/05/2022.

COELHO, Taysa. **10 fatos sobre o uso de redes sociais no Brasil que você precisa saber**. 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/02/10-fatos-sobre-o-uso-de-redes-sociais-no-brasil-que-voce-precisa-saber.ghtml>. Acesso em: 25/05/2022

FAUSTINO, P. **Marketing Digital na Prática**. 1ª ed. Lisboa: Marcador, 2020.

GABRIEL, Martha; **Marketing na era digital, Conceitos, plataformas e estratégias**. Ed. Novatec, 2010

GIL, Antonio Carlos; **Como elaborar projetos de pesquisa**. Ed. Atlas, 2002.

GONÇALVES, D. V. *et al.* Marketing digital e sua influência atual. **Revista daMostra de Iniciação Científica e Extensão**, v. 5, n. 1, 2019.

GONÇALVES, Rafaela. **Compras on-line crescem e alcançam 49,8 milhões de usuários no Brasil.** 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2022/09/5037748-compras-on-line-cresce-e-alcanca-498-milhoes-de-usuarios-no-brasil.html>. Acessado em: 11/11/2022.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan; **Marketing 4.0.** Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LAS CASSAS, A. L.. **Administração de Marketing.** 2 ed. São Paulo: Atlas,2019.

MARQUES, V. **Marketing Digital de A a Z.** 2ª ed., Braga: Digital 360, 2021.

NEVES, Andressa. **Relação com o consumidor: impactos das redes sociais no comportamento de consumo.** 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br> Acesso em: 15/05/2022.

PORTO, C. **Facebook Marketing.** São Paulo: Novatec, 2014.

RAMALHO, J. A. **Mídias Sociais na prática.** 1. ed. Rio de Janeiro: Campus,2010.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE.

**Pequenas empresas nas redes sociais.** 2013. Disponível em:

<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/cartilha-manual-oulivro/pequenas-empresas-nas-redes-sociais>. Acesso em: 11/11/2022.

SILVA, F. B. et al. A importância das mídias sociais na vida de indivíduos da cidade de Currais Novos/RN. **Research, Society and Development**, v. 8, 2019.

SILVA, Vanessa Bolico da. Marketing digital como ferramenta estratégica e as oportunidades nas redes sociais. **Revista de Economia, Empresas e**

**Empreendedores na CPLP**, v. 2, n. 1, 2016.

TANABE, Silvio. **Consumidor não compra nada antes de consultar a internet, revela pesquisa. 2016**. Disponível em:

<<https://ecommercenews.com.br>>. Acesso em: 30/04/2022

TORRES, Claudio. **A Bíblia do marketing digital**. Ed. Novatec. 2009.

TUTEN, T. L.; SOLOMON, M. R. **Social media marketing**. 2 ed. Los Angeles: Sage, 2012. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=gNHGBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=Social+media+marketing&ots=MQLAAJ9Cjc&sig=IASL19OZzsZm1vI1Y5Jn2ajeP7w#v=onepage&q=Social media marketing&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=gNHGBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=Social+media+marketing&ots=MQLAAJ9Cjc&sig=IASL19OZzsZm1vI1Y5Jn2ajeP7w#v=onepage&q=Social+media+marketing&f=false). Acesso em: 11/11/2022.

WEBCOMPANY .**Uso das redes sociais no brasil**: o poder das redes no cotidiano dos brasileiros. 2019. Disponível em: <https://webcompany.com.br/o-poder-das-redes-sociais-no-cotidiano-dos-brasileiros/>. Acesso em: 28/05/2022

## **ATUAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL NA INTERVENÇÃO DOS CONFLITOS FAMILIARES**

Márcio José Amâncio de Santana<sup>1</sup> Prof. Raíque José de Sousa<sup>2</sup>

- 1 - Graduando do Curso Bacharel em Serviço Social pela Faculdade Multivix.
- 2- Docente do Curso de Serviço Social pela Multivix Serra, Pós-graduado em terapia Familiar e Políticas Públicas a Família.

### RESUMO

Este trabalho buscou por meio dos resultados da pesquisa bibliográfica compreender sobre a atuação do profissional de serviço social a favor da intervenção deste nos conflitos familiares. Sendo assim, para desenvolver este assunto, selecionaram-se os recursos da metodologia de pesquisa exploratória bibliográfica, através de fontes secundárias, para a realização da coleta e análise de dados. De modo geral, objetivou-se discutir sobre as ações do serviço social nos conflitos entre pais separados. Especificamente objetivou-se destacar sobre o serviço social na mediação familiar; abordar o papel do assistente social nos casos de alienação parental; analisar as contribuições dos pais para a diminuição dos impactos psicossociais dos divórcios para os filhos. Ao final desta pesquisa espera-se ter apresentado ao leitor informações claras e concisas sobre as contribuições da intervenção do serviço social nos conflitos familiares.

**Palavra-Chaves:** Serviço Social. Criança. Adolescente. Guarda.

### ABSTRACT

This work sought, through the results of the bibliographic research, to understand the role of social service professionals in favor of their intervention in family conflicts. Therefore, to develop this subject, the resources of the exploratory bibliographic research methodology were selected, through secondary sources, to carry out the collection and analysis of data. In general, the objective was to discuss the actions of the social service in conflicts between separated parents. Specifically, it aimed to highlight the social service in family mediation; address the role of the social worker in cases of parental alienation; to analyze the contributions of parents to reduce the psychosocial impacts of divorce on their children. At the end of this research, it is expected to have presented the reader with clear and concise information about the contributions of social service intervention in family conflicts.

**Key words:** Social Work. Child. Adolescent. Guard.

## INTRODUÇÃO

---

De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), se presa pela proteção integral da criança e do adolescente, quando em razão de estarem em estágio peculiar de seu desenvolvimento, sendo considerada criança aquela que possui até 12 anos completos e a partir dos 12 aos 18 anos incompletos, adolescente.

Neste sentido, a Constituição Federal nos artigos n. 226 e 228, adotou um sistema de proteção especial para estes indivíduos, sendo dever da família, isso é o responsável, podendo ser o pai, mãe, avos, tios, sociedade, e o Poder Público, assegurarem a boa convivência, dignidade, saúde mental, física dentre outros direitos. Neste sentido, torna-se relevante analisar a importância da atuação do serviço social sob a perspectiva da intervenção deste nos conflitos pela disputa de guarda entre pais separados, analisando os casos de alienação parental e a interferência do assistente social neste âmbito.

De acordo com os dados analisados sobre Gil (2018), compreende-se que o método científico é determinado como um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizadas para alcançar o conhecimento, sendo este considerado como conhecimento científico, imprescindível para a identificação dos passos da pesquisa, sendo possível dessa forma, alcançar o resultado e o conhecimento desejado sobre um determinado item.

Diante dessas informações, selecionou-se o modelo de pesquisa básica, a qual é considerada como uma pesquisa que busca responder as perguntas com intuito principal de ampliar o conhecimento, sendo motivada pela curiosidade, além de ter suas descobertas publicadas para a transmissão e o debate do conhecimento (GIL, 2018, p.25). Neste sentido, tem-se que para o desenvolvimento da presente pesquisa será realizado um levantamento teórico dos autores mais relevantes sobre este assunto, buscando por conteúdos científicos, já publicados, na intenção de solucionar o problema de pesquisa traçado, além de alcançar os objetivos e confirmar a hipótese.

Sendo assim, destaca-se que para desenvolver o presente trabalho, selecionou-se também o modelo de pesquisa exploratória, a qual busca descrever os fatores que caracterizam e são de importância para este assunto (SILVA, 2001). Além disso, utilizam-se os recursos de pesquisa qualitativa, a qual de acordo com Martins (2004, p. 292), são as chamadas metodologias qualitativas que privilegiam a análise dos micros processos, por meio do estudo das ações sociais individuais e grupais da pesquisa.

De modo geral, a análise bibliográfica será a base para este trabalho científico, por isso, utiliza-se como técnica de coleta de dados às fontes secundárias, obtidas por meio de documentos, artigos, revistas e livros. Tais fontes são definidas por Bueno (2009, p.8) como as obras em que as informações já foram elaboradas, isso é, a informação processada e organizada, é originária de outras pesquisas.

Determinou-se como problema de pesquisa a indagação sobre como as ações do assistente social podem contribuir com a melhoria na relação de pais separados e o cuidado com a criança? Diante dessas informações, destaca-se que o objetivo geral buscou discutir sobre as ações do serviço social nos conflitos entre pais separados. Especificamente objetivou-se destacar sobre o serviço social na mediação familiar; abordar o papel do assistente social nos casos de alienação parental; analisar as contribuições dos pais para a diminuição dos impactos psicossociais dos divórcios para os filhos.

## **O PAPEL DA FAMÍLIA NO PROCESSO EDUCATIVO E FORMATIVO DOS FILHOS**

Moraes (1997) destaca através dos resultados obtidos em suas pesquisas que quando há cooperação entre os pais, o ajustamento social dos filhos se estabiliza, na maioria dos casos, por volta de 2 anos após o divórcio. Neste sentido, compreende-se que a forma como os pais se relacionam com os filhos e entre eles, é capaz de interferir de forma positiva ou negativa sob a forma como os filhos irão encarar a separação dos pais.

Ainda em conformidade com Moraes (1997, p.18), observa-se que —se os pais se agredem constantemente, as crianças podem considerar este comportamento como adequado e passam a emití-lo no relacionamento com os outros, por isso as mudanças drásticas dos comportamentos das crianças na escola, as quais além de lidarem com o medo, a dor, insegurança e a ansiedade, geralmente quando há violência, essas acabam imitando o que veem na escola ou em outros ambientes de interação social, isso é, agredem os colegas.

Ainda em conformidade com Moraes (1997, p. 41), observa-se que os momentos subsequentes à separação são os mais difíceis, tanto para os pais como para os filhos, por isso, —não se deve esperar que estes indivíduos lidassem de forma satisfatória com as consequências sociais, financeiras e emocionais, ligadas à dissociação do

casamento, pois necessitam de um tempo para se reconstruírem.

Teybere Hoffman (1987, p. 39), apontam em suas pesquisas, dados relevantes sobre a questão da ausência de um dos genitores na vida dos filhos após a separação, pois segundo os autores:

[...] essa ausência pode influenciar a percepção do mundo e de si mesmo, contribuindo para uma autoimagem ruim, apresentando níveis alto de ansiedade, desenvolvimento afetivo instável, dificuldades para controlar a agressividade, impulsividade e aparecimento de comportamentos depressivos.

Porém, novamente destaca-se que nem todas as crianças e adolescentes poderão reagir dessa forma, geralmente há uma distinção de comportamentos diante de uma mesma situação. Por isso, nem sempre os filhos irão apresentar problemas de ordem comportamental, mas pode ser que apresentem. Sendo assim, compreende-se que os pais, mesmo separados, necessitam auxiliá-los os filhos a compreenderem e passar por esse processo doloroso. Neste sentido, destaca-se que:

Um dos mais fortes determinantes do ajustamento dos filhos ao divórcio é a extensão da participação continuada dos pais em suas vidas. Os filhos do divórcio sofrem social, emocional e intelectualmente quando seus pais não estão ativamente envolvidos com seu papel. Eles parecem culpar-se pela partida dos pais e sofrem uma perda da autoestima e iniciativa, perda esta refletida na depressão, desempenho acadêmico pobre e falhas nos relacionamentos interpessoais. Os filhos do divórcio melhor ajustados são os que têm frequentemente acesso, sem conflitos, a pai e mãe (MORAES et al., 1997, p. 17).

Diante dessas informações, compreende-se que os pais necessitam preocupar-se quanto ao impacto de suas discussões na formação das crianças, por isso, precisam saber que as crianças, na verdade, respondem bem quando os pais explicam e resolvem suas discussões de modo apropriado entre eles e com as próprias crianças e adolescentes (HAROLD, 2018).

Deste modo, tem-se que ao verem os pais solucionarem seus próprios desentendimentos, conflitos e brigas de maneira saudável, eles também aprendem com esse tipo de comportamento, adquirindo lições importantes que os ajudarão a entender suas próprias emoções e a se relacionar e conviver em sociedade.

Por isso a necessidade dos pais serem orientados por profissionais capacitados, fazendo com que estes compreendam como seu comportamento mútuo afeta o desenvolvimento dos filhos, assim como a necessidade em criar bases para a formação de crianças saudáveis, as quais poderão ter e constituir famílias mais saudáveis no

futuro (SILVA, 2021).

## **O SERVIÇO SOCIAL NAS RELAÇÕES FAMILIARES COM ÊNFASE NA MEDIAÇÃO**

Ferraz (2006) destaca em sua obra que o Serviço Social se consolidou no Poder Judiciário, isso em decorrência do aumento da demanda social, tendo o apoio das autoridades judiciárias, que apresentavam um saber específico sobre as relações sociais e familiares, passando a subsidiar as decisões judiciais. Deste modo, compreende-se que o serviço social possui essa responsabilidade por intervir nos conflitos familiares capazes de afetar negativamente o desenvolvimento infantil e a qualidade a vida.

Neste sentido, ainda em conformidade com Ferraz (2006, p.29) observa-se que:

O Assistente Social é um profissional que atua em diversas organizações públicas e privadas se posiciona a partir da equidade da justiça social na perspectiva da universalização do acesso aos bens, aos serviços relativos a programas e políticas sociais, garantindo direitos sociais.

Neste sentido, compreende-se que as famílias possuem um amparo social, o qual disponibiliza esclarecimentos, escutam qualificada, orientações, além cadastrar a família em programas sociais, caso essa necessite e se enquadre.

Atualmente, existem diversos locais públicos, nas cidades brasileiras, que prestam esse tipo de atendimento, como por exemplo, o CRAS – Centro de Referência de Assistência Social, caracterizado como a porta de entrada das famílias para a Política de Assistência Social, buscando através de suas ações garantirem o acesso aos direitos sociais das famílias e dos indivíduos que estão em situação de vulnerabilidade ou risco social (FERRAZ, 2006).

Dal Pizzol e Silva (2001, p. 48) destacam neste sentido que as ações do Assistente Social baseiam-se no projeto ético-político do Serviço Social, sempre voltado ao compromisso de atender aos interesses dos usuários. Destacam-se aqui as atribuições desse profissional no Judiciário, sendo elas desenvolver trabalho técnico de perícia social em processos mediante determinação judicial, —atender à demanda social nas questões sócio jurídicas por meio de trabalhos de orientação, mediação, prevenção e encaminhamento.

Diante de tais informações, destaca-se que a mediação é um instrumento para

a resolução de conflitos, sendo essa uma prática antiga, documentada por antropólogos como presente em todas as culturas e religiões, só recentemente surgiu como alternativa válida no Brasil (NAZARETH, 2009). Para Batista et al (2013, p. 82):

[...] a mediação é um procedimento de alcance mais profundo, utilizada quando os conflitos são antigos e crônicos e as relações têm alguma permanência no tempo ou são relações que as partes têm interesse em manter futuramente como, por exemplo, sociedades, vizinhança, trabalhistas, religiosos, familiares. Tem por objetivo levar as partes a uma solução do conflito que deverá resultar em um acordo que poderá ser homologado em qualquer fase do processo judicial.

Compreende-se que ao lidar com o aparecimento dos conflitos familiares e a necessidade de separar-se, o casal, quando possuem filhos, pode contar com a ajuda mediadora do assistente social, antes de buscarem o judiciário, almejando através da conversa e escuta encontrarem alternativas adequadas e benéficas para todos os envolvidos com o processo de divórcio dessa família.

Ainda em conformidade com o trabalho de Batista (2013), observa-se que através da prática da mediação, é possível alcançar o estágio em que os processos de família deixam de ser analisados pelo Judiciário como meras abstrações jurídicas, pois os envolvidos neste processo são protagonistas das demandas judiciais que necessitam de uma resposta qualitativa para seu litígio.

Neste sentido, Rosa (2010, p. 33) destaca sobre a mediação, a qual segundo ele:

[...] é um processo confidencial que estabelece uma negociação conduzida pelo mediador, que por sua vez levará os participantes da sessão de mediação a construir um acordo, mutuamente aceito, de forma que permita aos envolvidos no conflito dar continuidade a um tipo de relacionamento que seja construtivo [...].

Neste sentido, compreende-se que os princípios éticos da mediação e do Serviço Social são muito próximos, pois são pautados no respeito à dignidade do indivíduo, e, quanto aos saberes, —[...] deve privilegiar os conhecimentos do saber das áreas humanas (NAZARETH, 2009, p. 40).

Gajardoni (2007, p. 28), também destaca que é fundamental a participação de assistentes sociais e psicólogos no atendimento às famílias, visto que —esses profissionais, em razão do caráter de seu trabalho, têm extrema capacidade de lidar

com assuntos delicados como os tratados nesse circuitoll. Sendo assim, destaca-se que:

[...] Trabalhar na perspectiva da mediação familiar com foco no entendimento das relações sociais é desafiante, requerendo do profissional que se encontra na linha de frente da intervenção habilidades que vão além das técnicas de negociação. Não é raro ouvir —um bom mediador é necessariamente um bom negociadorll, o que pode ser bastante questionável, pois mediar uma ação que envolve a guarda de filhos, por exemplo, requer capacidade de percepção e conhecimento que vão muito além da arte de negociar. [...] (FÁVERO; MAZUELOS, 2010, p.48).

Deste modo, compreende-se que o assistente social, ao desenvolver a mediação de conflitos familiares, —articula as questões privadas trazidas pelo grupo familiar com o contexto social e econômico — esfera macrosocialll, utilizando o espaço da mediação —para a defesa de direitos, defesa de acesso à informação, à cidadania, à desburocratização da informação, buscando com os sujeitos possibilidades para a efetivação de direitosll, através da compreensão e explicitação dos dilemas sociais vivenciados pelas famílias (MAZUELOS, 2009, apud FÁVERO; MAZUELOS, 2010, p. 38/9).

Sendo essa atuação imprescindível para a amenização dos conflitos e a possibilidade de ocorrer acordo entre os pais, assim como uma reflexão sobre o comportamento destes e os reflexos nos filhos.

## **O SERVIÇO SOCIAL NO ÂMBITO JURÍDICO DA VARA DA INFÂNCIA**

Iamamoto (2010, p. 287) destaca em sua obra que o assistente social que também atua no Poder Judiciário, por meio da vara da infância, mas sua intervenção não direta, mas é relacionada à elaboração e execução de políticas sociais, cabendo ao Executivo estruturar, por isso este profissional ao atuar no poder judiciário lidará com "inúmeras expressões da questão social, que afetam crianças, adolescentes e suas famílias".

De acordo com Batista (2017) os casos de disputa pela guarda da criança ou do adolescente, são os mais comuns, isso devido aos divórcios, por isso, tornou-se uma das funções do assistente social visitar a residência de ambos os genitores ou responsáveis, buscando por meio dessa verificar quais são as condições, se há laços sociais entre as famílias da criança, almejando dessa forma compreender em qual lar

há melhores condições psicossociais para o desenvolvimento saudável da criança e do adolescente.

Valente (2008) destaca em sua pesquisa que o profissional de assistência social necessita articular os litígios da família às transformações ocorridas na organização familiar, admitindo a necessidade de novos modos de pensar a diversidade de arranjos vivenciados pelas famílias nas últimas décadas. Dessa forma, acredita-se que será possível reconhecer a diversidade e as mudanças "processadas no mundo do trabalho, passando as representações dos papéis de gênero e das funções parentais" (VALENTE, 2008b, p. 75).

Ao abordar a questão do profissional de serviço social na vara da infância, logo se pensa na perda da guarda, sendo essa situação complexa que requer certeza sobre os fatos, necessitando serem comprovados. Em casos de perda da guarda, geralmente solicita-se a perícia psicossocial, sendo essa uma entrevista com o assistente social e/ou psicólogo do judiciário.

De acordo com a Lei 12.318, compreende-se que se houverem indícios de alienação parental, o Juiz determinará a realização de estudos psicológicos ou biopsicossociais das pessoas envolvidas. Este laudo geralmente é apresentado pelo perito ou pela equipe multidisciplinar habilitada, dentro do prazo de 90 (noventa) dias, com avaliações que demonstrem o histórico do relacionamento do casal e o motivo da separação, avaliando as personalidades de ambos os genitores e diversas análises psicológicas com intuito de encontrar indícios de alienação.

Mesmo diante da possibilidade de melhoria nos relacionamentos familiares, o profissional de serviço social necessita compreender mais a fundo a interferência dos conflitos entre pais separados e o reflexo desses no desenvolvimento da criança e do adolescente. Buscando por meio de sua atuação contribuir com o desenvolvimento psicossocial saudável da criança e do adolescente.

## **CONTRIBUIÇÕES DOS PAIS PARA A DIMINUIÇÃO DOS IMPACTOS PSICOSSOCIAIS DOS DIVÓRCIOS PARA OS FILHOS**

De acordo com o trabalho de Harold (2018, p.10), observa-se constantemente desenvolvem-se pesquisas sobre o desenvolvimento infantil e o relacionamento deste com o convívio familiar, neste sentido, o autor destaca as pesquisas que apontaram

para as primeiras percepções das crianças sobre os conflitos familiares, onde se verificou que a partir dos —dois anos de idade e até antes disso, as crianças são astutas observadoras do comportamento dos pais. Eles frequentemente percebem as discussões, mesmo quando os pais acham que estão brigando escondidos.

Neste sentido, o Harold (2018), destaca que o diferencial está no modo como a criança interpreta os conflitos/discussões dos pais, sendo a interpretação a causadora das consequências desses conflitos. Ainda em conformidade com o autor, percebeu-se que as crianças geralmente culpam-se pelas brigas, isso é, acreditam que elas sejam o motivo, ou que tenham feito algo errado.

Entendemos o sintoma dos menores como a sinalização de que algo não está bem na interação com os maiores (GUTFREIND, 2010, p. 57), por isso a necessidade em entender o drama familiar e tratar a família, para, assim, melhorar as relações dos envolvidos.

A elevada litigância entre os pais após o divórcio e a disputa pela guarda dos filhos são os maiores desencadeantes da síndrome e as crianças, a despeito de seu histórico anterior de bons vínculos afetivos com seus pais, passam a recusar o contato e a denegrir, sem motivos justificáveis, uma das suas figuras parentais (GARDNER, 2001).

A SAP seria uma desordem psiquiátrica constituída pela soma de programação mental da criança por um dos genitores em geral a mãe — para denegrir o outro — em geral o pai — e pelas contribuições da própria criança em suporte à campanha de difamação do genitor alienado (GARDNER, 1987, p.33).

Conforme previsto no artigo 2º da Lei n.12.318/2010:

[...] a alienação parental é a interferência na formação psicológica da criança ou adolescente promovida ou induzida por um dos genitores, pelos avós ou pelos que tenham a criança ou adolescente sob a sua autoridade, guarda ou vigilância para que repudie genitor ou que cause prejuízo ao estabelecimento ou à manutenção de vínculos com este (BRASIL, 2010, p. 7).

Diante de tal questão, compreende-se que a criança não possui condições psicológicas para defender-se deste tipo de abuso mental, por isso desenvolve algumas características, capazes de demonstrar a ocorrência de tal situação, como por exemplo, o desenvolvimento de ansiedade, rejeição do genitor que não possui a guarda, medos e fobias, torna-se insegura e reclama do pouco tempo que passa com

os pais.

Compreende-se a partir do exposto que esta ação desenvolvida por um dos genitores é como uma síndrome, isso é, —é uma desvantagem, pois [...] traz uma confusão metodológica, e pode dar margem a preconceitos e a juízos de valor que não cabem em uma análise científica e na busca da verdade das relações que deve se dar no Judiciário (GROENINGA, 2008, p. 123).

Além disso, destaca-se também que a lei demonstra atribuir a dinâmica de alta litigiosidade ao genitor alienador, isso é, prever medidas de combate de alienação parental que se assemelham a sanções, Art. 6º da Lei n.12.318/2010, além de determinar a responsabilização civil ou criminal do alienador, sendo essas medidas as seguintes, conforme apresentado por Refosco e Fernandes (2018, p. 85):

- I - declarar a ocorrência de alienação parental e advertir o alienador;
- II - ampliar o regime de convivência familiar em favor do genitor alienado;
- III - estipular multa ao alienador;
- IV - determinar acompanhamento psicológico e/ou biopsicossocial;
- V - determinar a alteração da guarda para guarda compartilhada ou sua inversão;
- VI - determinar a fixação cautelar do domicílio da criança ou adolescente;
- VII - declarar a suspensão da autoridade parental.

Como mencionado anteriormente, percebe-se que a Síndrome da Alienação Parental é conhecida como a SAP e refere-se aos resultados da pesquisa do psiquiatra americano Gardner, o qual apresenta a seguinte conclusão sobre a SAP:

[...] um distúrbio da infância que aparece quase exclusivamente no contexto de disputa de custódia de crianças. Sua manifestação preliminar é a campanha denegatória contra um dos genitores, uma campanha feita pela própria criança e que não tenha nenhuma justificção. Resulta da combinação das instruções de um genitor (o que faz a lavagem cerebral, programação, doutrinação) e contribuições da própria criança para caluniar o genitor-alvo. Quando o abuso e/ou negligência parentais verdadeiros estão presentes, a animosidade da criança pode ser justificada, e assim a explicação de Síndrome de Alienação Parental para hostilidade da criança não é aplicável (GARDNER, 2002, p.48).

Diante de tais informações, percebe-se que a alienação parental ocorre quando há a separação da vida conjugal, isso é, entre os pais de uma criança, o que poderá

gerar uma disputa pela guarda dos filhos, sendo que quando esta guarda é definida para apenas um dos genitores, devido a problemas ainda relacionados ao relacionamento passado, desencadeia um processo de desmoralização, o qual acaba afetando a criança envolvida, afastando-a do convívio com o outro genitor, ocasionando dessa forma a alienação parental.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante dos materiais analisados nesta pesquisa, compreendeu-se que a criança que não é esclarecida sobre o que está acontecendo dentro de casa, não é ouvida, acabam desenvolvendo alguns transtornos psicológicos, como a ansiedade e a depressão, capazes de influenciar em seu desenvolvimento e crescimento (HAROLD, 2018).

Já se sabe há décadas que a violência no ambiente doméstico é bastante danosa para as crianças envolvidas. O que se descobriu mais recentemente é que, mesmo na ausência de comportamento violento, quando os pais passam a se ignorar ou a deixar de demonstrar respeito mútuo, também colocam em risco o desenvolvimento emocional, comportamental e social dos filhos (HAROLD, 2018, p.9).

Nesta mesma perspectiva, Tiba (2002), fala sobre o processo de separação dos pais e as consequências desses para o desenvolvimento infantil, segundo ele quando o casal não possui filhos, o processo de separação é simples, porém quando o casal tem filhos, a situação fica mais complexa, pois os pais necessitam conversar com os filhos e seguir algumas regras básicas, capazes de amenizar os danos emocionais dos conflitos, brigase por fim, da separação. Segundo o autor, os pais devem:

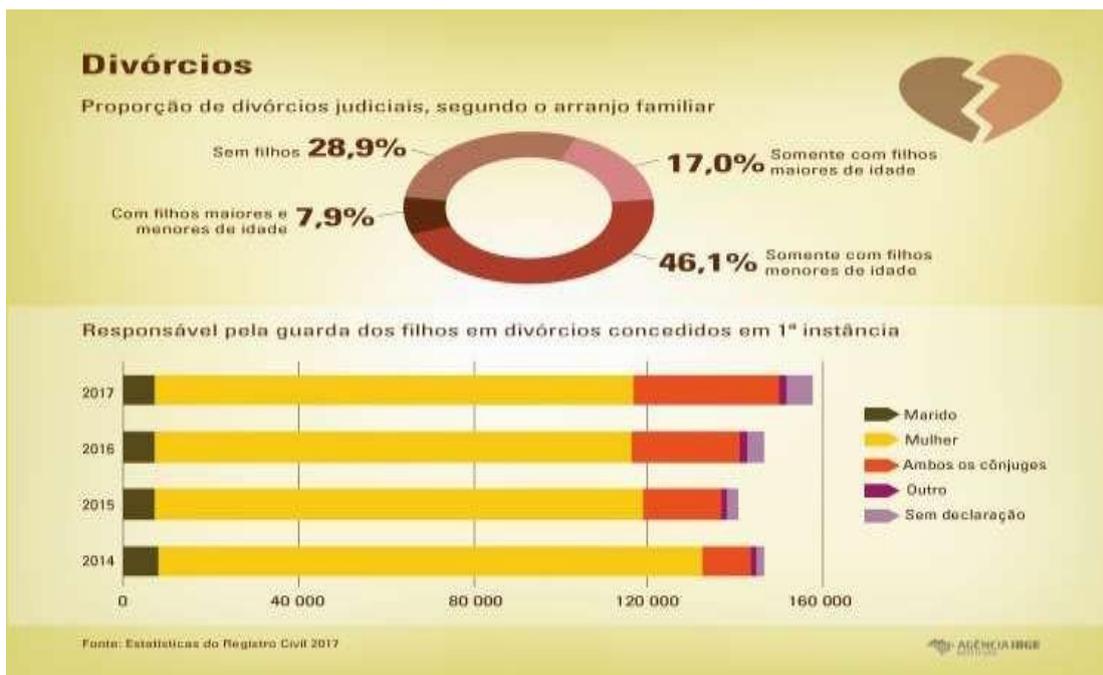
Explicar o motivo da separação (sem entrar em muitos detalhes nem em questões subjetivas). Informar quando e como será (informações práticas). Explicar o que acontecerá com eles (sem responsabilizá-los nem os envolver, estando, porém, abertos a ouvir seus desejos). Dar guarida a todos os sentimentos. Responder a todas as perguntas pertinentes. Reforçar o fato de que não serão ex-pai nem ex-mãe. O melhor momento para falar da separação com os filhos é depois de ela ser decidida e assumida pelo casal. Não é o que costuma acontecer. Geralmente um dos cônjuges está secretamente envolvido com outra pessoa e vai saindo de casa aos poucos. Talvez o outro tenha percebido há tempos, mas, para não prejudicar os filhos, sofre calado. Contudo há situações em que toda a família é surpreendida. (TIBA, 2002, p.125 e 126)

Percebe-se, que os autores sempre apontam para a importância do diálogo, da conversa dos pais com os filhos, explicando a estes os motivos dos conflitos, descaracterizando a responsabilidade que os filhos pensam ter a respeito das brigas. Neste sentido, Almeida et al (2000), destaca que a tendência da sociedade mundial é a separação conjugal multiplicar-se, porém esta trará inúmeras consequências para os envolvidos, principalmente o estresse, o qual ocasiona um —desgaste geral do organismo, cansado pelas alterações psicofisiológicas que se dão quando a pessoa se vê forçada a enfrentar uma situação que a irrite, amedronte, confunda, excite, ou que a faça muito feliz" (LIPP; MALAGRIS, 1995, p. 179).

Observa-se neste sentido, que boa parte dos autores analisados, afirmam que as crianças costumam responder a experiências de separação ou conflito entre os pais de formas variadas, isso é, correlacionadas as características individuais de cada um, porém, muitas demonstraram, de acordo com a pesquisa de Hess e Câmara (1979), terem medo de perder o contato com o pai, que está indo embora. —As consequências emocionais advindas dessa situação, para os filhos, como depressão, raiva, ansiedade e isolamento, são bem severas" (HESS; CÂMARA; 1979 p.38).

Diante de tais informações, com intuito de analisar a taxa de divórcios na atualidade e no Brasil, destaca-se a seguir uma figura do resultado da pesquisa feita pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) nos anos de 2016 e 2017, a qual demonstra o número de divórcios judiciais, sendo a maioria dos casos de separação ocorridos em famílias que possuem filhos menores de idade.

Figura 1- Proporção de divórcios judiciais, segundo o arranjo familiar.



Fonte: IBGE, Estatísticas de Registro Civil 2017.

Diante desses dados, baseado na análise de Silva (2021, p. 19), observa-se que há problemas de aprendizagem dos alunos advindo da separação de seus pais, Souza (2014) também menciona que, em relação à criança, que —cada idade apresentará comportamentos diferentes e ao mesmo tempo muito próximos da realidade que involuntariamente elas tentam desabafar, além disso, o autor também destaca que —[...] crianças que tinham comportamentos normais passam a enfrentar problemas dentro do ambiente escolar, como reflexo do que estava acontecendo em casa com a separação de seus pais (SOUZA, 2014, p.8).

Temos também, em outra pesquisa de Souza (2014) o caso de um adolescente de 13 anos e de sua irmã de 5 anos, os quais estudavam nas mesmas escolas desde o início da vida escolar, sem nunca terem problemas, até passarem pelo processo de separação dos pais, o que ocasionou uma mudança drástica no comportamento social dentro da escola.

Diante desses dados, compreende-se a importância da atuação do profissional de serviço social na intervenção dos conflitos familiares, o qual possui condições educacionais para intervir positivamente na orientação dos pais sobre como lidar com a separação sem prejudicar o desenvolvimento psicossocial dos filhos, assim como apresentado neste levantamento teórico.

## CONCLUSÃO

Diante dos resultados obtidos com a pesquisa bibliográfica, concluiu-se que a mesma foi suficiente para alcançar os objetivos traçados e responder o problema de pesquisa. Além disso, conseguiu-se também compreender sobre a importância da atuação do assistente social, o qual deverá prestar escuta e atendimentos às famílias, diante dos casos de denúncias, procura pela própria família ou solicitações judiciais, buscando a partir desta, compreender o funcionamento dessa família, ouvindo os envolvidos de forma separada e junta, com intuito de perceber se há indícios de alienação, dando ao final um parecer de sua perspectiva.

Neste sentido, concluiu-se que foi possível solucionar o problema de pesquisa, pois se conseguiu compreender sobre as ações do assistente social que contribuem com a melhoria na relação de pais separados e o cuidado com a criança. Evidenciando que o atendimento do assistente social nesses casos possui grande peso, pois o judiciário necessita de relatórios com o parecer desses profissionais, os quais deverão ao final de seus atendimentos às famílias, pôr o seu ponto de vista sobre se há ou não indícios de maus tratos, condições adequadas para o convívio e criação dos filhos, assim como a alienação parental.

Destaca-se que os objetivos traçados foram alcançados, pois se conseguiu desenvolver nos capítulos que compõem o trabalho, assuntos relacionados às ações do serviço social nos conflitos entre pais separados, a discussão sobre o serviço social na mediação familiar; a abordagem do papel do assistente social nos casos de alienação parental; e a análise sobre as contribuições dos pais para a diminuição dos impactos psicossociais dos divórcios para os filhos.

Dessa forma, compreendeu-se que por meio do acompanhamento psicológico e social da família, acredita-se ser possível prevenir e/ou tratar, caso esteja em um estado avançado, a síndrome da alienação parental, a qual é o estado elevado dessa consequência, isso é da alienação vivida pela criança. Compreende-se que a inibição da alienação só será possível quando os responsáveis pela criança e o adolescente compreenderem que este tipo de comportamento é prejudicial para a formação destes indivíduos, por isso é necessário à introdução de um profissional que converse e oriente, apresentando novas formas de conviver em família, de forma favorável para a formação e desenvolvimento da criança e do adolescente, após uma separação.

Sendo assim, entende-se a partir das análises desenvolvidas nos capítulos, que

o cuidado da criança e do adolescente requer dos genitores maturidade para encerrar um relacionamento pessoal amoroso que findou,mas que ainda necessita de um bom convívio, pois este relacionamento gerou um individuo que precisa conviver com ambos para ter uma formação psicossocial adequada para o seu crescimento saudável. Compreende-se que este é um assunto que ainda requer atenção por parte das autoridades jurídicas, visto que a alienação parental é prejudicial para a formação da criança e do adolescente, exigindo orientações e acompanhamentos dos profissionais do serviço social. Por isso, almeja-se aprofundar nesta temática em trabalhos futuros, isso é em uma pós-graduação.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Carmen Garcia, et al. **Pais separados e filhos: análise funcional das dificuldades de relacionamento.** Estudos de Psicologia, 2000.

BATISTA, Jullyane da Silva; PINHEIRO, Ana Carolina Santana; CAMPELO, Edilberto; ROCHA, Taffarel Moraes; MARTINHO, Mailson. **A importância da família no processo ensino aprendizagem dos alunos das séries iniciais do ensino fundamental.** Congresso Nacional de Educação, Maranhão, 2013.

BATISTA, Thais Tononi. **A atuação da/o assistente social nos casos de alienação parental.** Revista Social Soc. n. 129, May-Aug 2017.

BRASIL. Lei n. 12.318, de 26 de agosto de 2010. Dispõe sobre a alienação parental e altera o art. 236 da Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990. D.O.U., Brasília, DF, 27 ago. 2010.

BUENO, Silvana Beatriz. **Utilização de recursos informacionais na educação.** Perspect. ciênc. Inf. Belo Horizonte, v.14, n1, abri. 2009.

DAL PIZZOL, Alcebir; SILVA, Simone Regina Medeiros da. **Reintegração e indicativos para a destituição do poder familiar.** In:\_\_\_\_\_. O Serviço Social no Poder Judiciário de Santa Catarina: construindo indicativos. Florianópolis: Divisão de Artes Gráficas, 2001.

FÁVERO, T.E.; MAZUELOS, E.P.Q. **Serviço Social e acesso à Justiça – reflexões**

**com base na prática da mediação familiar.** Revista Serviço Social & Saúde 9. Campinas: Unicamp, 2010.

FERRAZ, Cristiane. **O Serviço Social trabalhando com os agentes comunitários de saúde.** 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Serviço Social) – Centro Universitário Franciscano, UNIFRA, Santa Maria, 2006.

GAJARDONI, F. F. **O Gerenciamento do Processo In: GRINOVER, A. P. Mediação e Gerenciamento do Processo: revolução na prestação jurisdicional: guia prático para a instalação do setor de conciliação e mediação.** São Paulo, Editora Atlas, 2007.

GARDNER, Richard A. The parental alienation syndrome and the differentiation between fabricated and genuine child sex abuse. Cresskill: Creative Therapeutics, 1987.

\_\_\_\_\_. Therapeutic interventions for children with parental alienation syndrome. Cresskill: Creative Therapeutics, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GROENINGA, Giselle Camara. Direito a convivência entre pais e filhos: análise interdisciplinar com vistas a eficácia e sensibilização de suas relações no Poder Judiciário. Tese (Doutorado em Direito Civil) — Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2008.

GUTFREIND, Celso. Narrar, ser mãe, ser pai & outros ensaios sobre parentalidade. Rio de Janeiro: Difel, 2010.

HAROLD, Gordon. **Como as brigas dos pais podem afetar as crianças.** 2018.

Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-43592582#:~:text=Conflitos%20interparentais%20severos%20ou%20cr%C3%B4nicos,em%20beb%C3%AAs%2C%20crian%C3%A7as%20e%20adolescentes>. Acesso em: out. 2022.

HESS, R. D. & CÂMARA, K. A. Post-Divorce Family Relationship as Mediating Factors in the Consequences of Divorce for Children. Journal of Social Issues, vol. 35, n.4, p. 79-96, 1979.

IAMAMOTO, M. V. Questão social, família e juventude: desafios do trabalho do assistente social na área sociojurídica. In: SALES, M. A.; MATOS, M. C. de; LEAL, M. C. (Orgs.). Política social, família e juventude: uma questão de direitos. São Paulo: Cortez, 2010.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-denoticias/noticias/22866-casamentos-que-terminam-em-divorcio-duram-em-media-14-anos-nopais> . Acesso em: out. 2022.

LIPP, M. MALAGRIS, L. **Manejo do estresse**. In: Psicoterapia Comportamental e Cognitiva. Campinas: Editorial Psy, 1995.

MARTINS, Helena T. de Souza. **Metodologia qualitativa de pesquisa**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.30, n.2, p. 289-300, maio/ago. 2004.

MORAES, C. G. A, ET AL. **Grupo de Apoio a Filhos de Pais Separados**. Tesede Pós-Doutorado, Apresentado ao Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1997.

NAZARETH, E.M.F. **A importância da Família na Escola Para a Construção do Desenvolvimento do Aluno**. EDUCERE, 2009.

REFOSCO, Helena Campos. FERNANDES, Martha Maria Guida. Entre o afeto e a sanção: uma crítica à abordagem punitiva da alienação parental. Revista Direito GV, São Paulo, v. 14 n. 1, 79-98, JAN-ABR 2018.

ROSA, C. P. da. **A Justiça que Tarda, Falha: a Mediação como Nova Alternativa no Tratamento dos Conflitos Familiares**. Revista Síntese Direito da Família. São Paulo: Editora Síntese; 2010.

SILVA, Aline Daiane Rodrigues. ET AL. **Divórcio dos pais e os impactos na educação dos filhos**. Centro Universitário Una Betim Instituto De Ciências Humanas Curso De Pedagogia, Betim 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/14389/1/Div%C3%B3rcio%20dos%20pais%20e%20impacto%20na%20vida%20escolar%20dos%20filhos.pdf> . Acesso em: out. 2022.

SILVA. Édina Lúcia; MENEZES, Éstera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e**

**elaboração de dissertação.** 3. Ed. Ver. Atual. Florianópolis: Laboratório de ensino a distância da UFSC, 2001.

SOUZA, Sarah Danielle Cardoso De. Divórcio dos pais e dificuldades na aprendizagem dos filhos: a importância da família no processo de ensinoaprendizagem. Realize Eventos Científicos e Editora, Campina Grande,2014.

TEYBER, E. HOFFMAN,C. D. **Missing Fathers.** Psychology Today.(apr), 1987.TIBA, Içami, Quem ama, educa — Editora Gente, São Paulo, 2002.

VALENTE, M. L. C. S. Síndrome da alienação parental: a perspectiva doServiço Social. In: ASSOCIAÇÃO DE PAIS E MÃES SEPARADOS (Org.). Síndrome da alienação parental e a tirania do guardião: aspectospsicológicos, sociais e jurídicos. Porto Alegre: Equilíbrio, 2008.

## **AUDITORIA INTERNA E SEU CONTRIBUTO PARA A EFICÁCIA DE GESTÃO**

Bárbara Sarnaglia Covre da Silva; Deiverson Luiz de Almeida<sup>1</sup>. Samuel Potin<sup>2</sup>

1 - Acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis

2 – Mestre em Ciências Contábeis. Professor Multixix EAD

**RESUMO:** A maior parte das empresas trabalham com a intenção de lucro e para tanto, é necessário apresentar uma adequada gerência, com o propósito de avaliar sua performance e impedir que aconteçam fraudes, uma auditoria interna se faz relevante. O presente trabalho teve como objetivo evidenciar a importância da auditoria interna como instrumento de gestão para as organizações colaborando para sua eficácia. Finalizamos considerando de total importância para as organizações o processo de auditoria interna contábil, tanto empregada no setor público quanto na iniciativa privada, assinalando a averiguação do controle interno, observando se os métodos

usados estão sendo empregados de maneira adequada, averiguando a presença de plausíveis anormalidades, impedindo que aconteçam fraudes, melhorando resultados, pois esta é a ferramenta imprescindível para o controle das informações aos administradores e a tomada de decisões.

**Palavras-chave:** Gestão. Auditoria. Controle interno. Eficácia.

## 1. INTRODUÇÃO

A maior parte das empresas trabalham com a intenção de lucro e para tanto, é necessário apresentar uma adequada gerência, seja no setor operacional, como no financeiro, desta forma, o controle interno é utilizado por muitas empresas, e este ajuda na gestão da empresa, com a intenção de avaliar sua performance e impedir que aconteçam fraudes, uma auditoria interna se faz necessária (CREPALDI *et al.*, 2019). A auditoria interna é considerada um ramo da contabilidade que consiste em um instrumento muito importante para as empresas, assinalando a averiguação do controle interno, observando se os métodos usados estão sendo empregados de maneira adequada, trabalhando com o intuito de diminuir os riscos, e averiguando a presença de plausíveis anormalidades (RIBEIRO, 2019).

Para Silva e Costa (2019), a auditoria desenvolvida previamente só tem a colaborar para melhoria da gestão, então ela é muito mais do que documento,

escrito em inspeções, com o objetivo de passar informações internas que dizem respeito ao controle do patrimônio, com a única intenção de mensurar com exatidão os registros das demonstrações contábeis deles resultantes.

Compreendendo que diminuir riscos e melhorar os resultados colaboram para o desenvolvimento da empresa, nasce a problematização deste artigo: Qual a importância e vantagens da auditoria interna nas empresas e como pode contribuir para a eficácia da gestão?

Teve como objetivo evidenciar a importância da auditoria interna como instrumento de gestão para as organizações, ofertando informações sobre a eficácia e eficiência dos métodos que são utilizados para identificar possíveis situações que afetam a empresa, de controle interno e de direção e assim colaborar para eficácia da gestão.

A relevância de aprofundar estudos sobre o tema proposto se dá por se tratar

de uma área promissora no mercado de trabalho, por a auditoria interna ser essencial para a eficácia da gestão nas empresas contribuindo para seu crescimento, melhorando os resultados, uma ferramenta de apoio gerencial. O estudo também se torna relevante em virtude das crises financeiras e fiscais, pelas quais passam muitos países provocando mudanças, como desemprego por má administração desta forma a auditoria interna investiga se as instituições possuem a capacidade de organização e auxilia na tomada de novas decisões para reagir e reajustar, em resposta as mudanças (RIBEIRO, 2019).

## **2 METODOLOGIA**

Será uma pesquisa bibliográfica, com o intuito de ampliar o conhecimento sobre o tema e assim ter subsídios para abordá-lo com eficiência (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Como serão utilizados escritos de autores que já se preocuparam anteriormente com o assunto em questão, a fonte da pesquisa será secundária, sem pesquisa de campo, assim sendo terá cunho apenas qualitativo.

A abordagem qualitativa tem como características o ambiente natural como sua fonte direta de dados sendo o pesquisador seu principal instrumento; os dados coletados são principalmente descritivos; há mais preocupação com o processo do que com o produto; o “significado” que os sujeitos dão às coisas e à sua vida são focos de atenção especial do pesquisador; a análise de dados tende a seguir um processo indutivo. Trata-se de uma abordagem teórico-metodológica que expressa outra maneira de construir o conhecimento, outra concepção da relação sujeito-objeto na produção do conhecimento (Lüdke; André, 1986).

A presente revisão de literatura se deu baseada em periódicos, livros, artigos e demais publicações científicas datadas dos anos de 2018 a 2019, pesquisados em sites como: Scielo, Periódico Capes e Google Acadêmico.

Segundo Teixeira (2010), para uma educação de qualidade esta deve estar atrelada ao conhecimento. Dessa maneira, será possível a construção do conhecimento voltado para uma educação comprometida e, realmente, construtiva.

## **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **3.1 ORIGEM DE AUDITORIA**

Embora exista ampla discussão entre estudiosos e doutrinadores da área, não há

precisão acerca da origem da auditoria. Levando em conta a intensidade do comércio desenvolvido no século XIV, há uma vertente que defende que a origem da atividade de auditoria é inglesa. As notícias relacionadas práticas de técnicas da auditoria localizam na Inglaterra a origem da auditoria. A existência da auditoria precede a exploração mercantil do continente americano. Assim, a origem etimológica da palavra auditoria é melhor representada pela expressão *to audit* (examinar, ajustar, corrigir, certificar) (SILVA; COSTA, 2019).

Contudo, não há unanimidade na aceitação da hipótese da origem inglesa da auditoria entre os pesquisadores das ciências contábeis. Para a outra vertente, a versão supramencionada centra-se em pesquisa restrita ao progresso do continente europeu. Além disso, a teoria questionada está ligada ao emprego dessas técnicas na fiscalização das receitas públicas e do tesouro ocorrida nos primeiros anos do século XVI ao surgimento da auditoria. Dessa maneira, descrevia-se usualmente o apetite elevado do trono pelos gastos da corte, a conferência dos valores monetários recolhidos e a verificação da capacidade financeira dos cidadãos como características centrais da prática (CRUZ *et al.*, 2012).

No referente à auditoria no setor público, Farias *et al.* (2012) advogam que a sua importância da auditoria acontece na exigência de controle dos recursos públicos. Os autores esclarecem que, como a contabilidade pública visa registrar os atos e fatos que comprometem o patrimônio, a confirmação e validação da conformidade da elaboração de tais registros em relação aos controles contábeis e administrativos direcionados à administração pública é responsabilidade da auditoria.

### 3.2 CONCEITOS DE AUDITORIA

Para Attie (2010), a definição de auditoria está relacionada a um conjunto de técnicas cuja pretensão está relacionada à avaliação da gestão pública, considerando os processos e resultados gerenciais, da mesma forma como a aplicação de recursos por entidades de direito público e privado, tendo em vista a confrontação entre uma situação disposta e certo critério legal, operacional ou técnico. Reforçando esta ideia Fülöp e Szekely (2017), declaram que, através da aplicação dos seus procedimentos e técnicas de trabalho, a auditoria interna oferta um diagnóstico integral da perseguição das metas organizacionais e da adequação da maneira como os métodos de trabalho e controles internos em relação suficiência da boa e regular gestão dos recursos.

Segundo Franco e Marra (2011), a auditoria é consequência da necessidade de

confirmar registros contábeis, em virtude da ocorrência de grandes empresas e da taxaço do imposto sobre a renda, fundamentado nos resultados do balanço. Entretanto, a definiço de auditoria de Braga (2011) remete a uma ferramenta do campo público e privado. No âmbito do setor público, certos autores atribuem a denominaço de Auditoria Governamental.

Conforme Maffei (2015), o objeto de estudo da auditoria é o exame documental, literário e de registros contábeis, inspeçoes e obtençoes informacionais, internas e externas, ligados ao controle patrimonial, centrando-se na constataço de perfeição desses registros e suas demonstraçoes contábeis.

Crepaldi *et al.* (2019), evidenciaram que as demonstraçoes contábeis passaram a ter um maior reconhecimento, à medida que os futuros investidores demandavam confiar na solidez das empresas e, como medida de segurança, para evitar a manipulaço de informaçoes financeiras, passaram a reivindicar que a análise das informaçoes contábeis fosse efetuada por um profissional que possuísse capacidade técnica e não tivesse vínculo com a empresa. Surge, assim, a figura do auditor externo ou independente.

### 3.3 AUDITORIA INTERNA APLICADA NO SETOR PÚBLICO

Os órgãos da administração pública direta e indireta da União, Estados, municípios e Distrito Federal, também conhecidos por setor público, estão sujeitos a processos de melhoria qualitativa de seus trabalhos com vistas a maximizar princípios básicos previstos no artigo 37 da Constituição Federal de 1988, sendo eles eficiência, publicidade, moralidade, impessoalidade e legalidade (BRASIL, 1988).

Correlacionando os princípios preconizados na constituição federal com as atividades de auditoria interna no setor público, percebe-se similaridade no que se pretende atingir de resultados após sua aplicabilidade, visto que a atividade de auditoria interna governamental tem por objetivo geral a adiço de valor e melhoria dos processos, auxiliando aos componentes do setor público a atingirem seus objetivos através de avaliação e melhoria da eficácia dos processos de governança, controles internos e gerenciamento de riscos (ALMEIDA, 2019).

Os componentes da administração pública federal, estadual e municipal administram o dinheiro público arrecadado para garantia dos interesses e direitos dos cidadãos, sendo assim não basta apenas executar os processos sem se atentar a qualidade e maximizaço da eficiência e eficácia de seus atos.

Para melhor entendimento acerca das atividades de auditoria interna aplicada ao setor público é necessário dividir a atividade macro em três serviços: serviço de avaliação, de consultoria e de apuração (ALMEIDA, 2019).

O serviço de avaliação compreende em análises e acompanhamento das demonstrações financeiras e contábeis, análise de conformidade regulatória e processos que promovam a transparência dos atos públicos adotados através de políticas de *compliance* e análise de todo o fluxo operacional das instituições públicas, bem como a análise de desempenho por meio de indicadores (MARQUES *et al.*, 2020).

O serviço de consultoria são atividades que são desenvolvidas pelo auditor interno de assessoramento e aconselhamento acerca dos processos de governança, gerenciamento de riscos e controles internos, treinamento contínuo para melhoria dos processos da administração pública e condução de discussões acerca de temas de conhecimento do auditor, agindo como facilitador (ALMEIDA, 2019).

O serviço de apuração indica possíveis fraudes cometidas por agentes ou gestores de recursos públicos, sejam através de atos ou fatos ilegais, ou irregulares (CALADO; TEIXEIRA, 2016).

O limite das atividades a serem exercidas pelo auditor interno não provoca aumento acentuado dos custos do departamento de auditoria interna em órgãos públicos quando comparamos os benefícios que tais práticas proporcionam para todo o público de interesse. Em síntese, auditoria interna tem como foco a busca de alternativas relacionadas à atualização e implantação dos controles, impedindo a reincidência de eventos com potencial danoso ao patrimônio dessas entidades ou mesmo impedir que eles se concentrem de forma absoluta na conquista dos seus objetivos. (MAFFEI, 2015).

O processo de auditoria interna nos órgãos públicos é aplicado através de técnicas de auditoria tal como ocorre nas empresas privadas e está subordinado aos normativos do Conselho Federal de Contabilidade normas NBC TI 01 acerca da auditoria interna e NBC TA 200 acerca dos objetivos gerais do auditor (CALADO; TEIXEIRA, 2016).

Um órgão ou entidade pública que disponha de sistema de controle interno satisfatório, também detém um grande instrumento de realização da auditoria interna. Esse sistema eleva a certeza do auditor em relação à precisão dos registros e veracidade de outros documentos e informações (CREPALDI *et al.*, 2019).

O patrimônio público é propriedade da sociedade, por este motivo deve ser

cuidado por todos. Ademais, cresce na sociedade brasileira a exigência por transparência na aplicação dos recursos públicos (RIBEIRO, 2019).

A transparência é mais facilmente alcançada pelos órgãos públicos, quando esses têm o auxílio da auditoria, cujas atividades permitem a identificação do devido seguimento de todos os procedimentos internos, políticas definidas e a própria legislação. As atividades de auditoria também possibilitam a constatação do merecimento de confiança de todos os dados registrados. Dessa maneira atesta-se a importância da auditoria interna (MUSTAPHA; ABIDIN, 2017).

### 3.4 AUDITORIA INTERNA APLICADA NO SETOR PRIVADO

O cenário econômico atual, seja no âmbito nacional ou internacional, está envolto por incertezas e riscos desafiadores para todos os atores da economia. A tecnologia muda todo dia e a volatilidade dos ativos financeiros incrementam o contexto com necessidades e demandas cada vez mais complexas para que as empresas consigam manter a competitividade e a sustentabilidade de seus negócios (MAFFEI, 2015).

Toda empresa possui sua atividade principal, ou seja, o processo pelo qual todas as engrenagens giram e que requer maior atenção de seus administradores, porém quanto maior o nível de detalhamento que tenham sobre todos os processos, seja ligado direta ou indiretamente a atividade principal da organização, maior será o mapeamento dos riscos e ajustes para prevenção de fraldes e otimização de recursos (ALMEIDA, 2010).

Dentro de algumas organizações tem a área de auditoria interna, cujo objetivo geral é assessorar a administração das empresas para que seus processos sejam executados em conformidade com as expectativas e boas práticas identificadas que visam a otimização de tempo de execução e dos recursos empregados (DALLA PORTA, 2011).

No Brasil, o Conselho Federal de Contabilidade regulamenta a atividade de auditoria interna e a conceitua conforme a seguir:

A auditoria interna constitui o conjunto de procedimentos técnicos que tem por objetivo examinar a integridade, adequação e eficácia dos controles internos e das informações físicas, contábeis, financeiras e operacionais da entidade (NBC TI 01, 2003 item 12.1.1.1)

O auditor interno, profissional responsável por garantir a execução dos serviços

de auditoria interna nas empresas privadas, muitas vezes é denominado os olhos dos administradores, visto que para medir o desempenho dos processos no intuito de melhorias contínuas se faz necessário o mapeamento de todos os procedimentos da organização (DALLA PORTA, 2011).

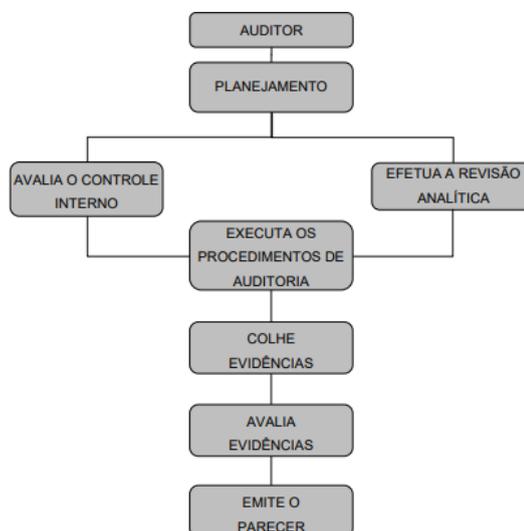
Segundo a norma brasileira de contabilidade NBC TI 01 de 2003, essa função é competência exclusiva de contador, devendo ele estar regularmente registrado no Conselho Regional de Contabilidade para exercer o serviço de auditoria interna nas empresas.

Há normas que definem as etapas da execução dos trabalhos de auditoria interna nas organizações para haver uma padronização dos procedimentos para a garantia da qualidade do processo de forma global. A NBC TI 01 de 2003 divide essas etapas de execução em planejamento do trabalho, aplicação dos procedimentos, documentação, amostragem estatística e processamento eletrônico de dados.

A etapa de planejamento compreende em uma análise detalhada e documentação acerca dos processos e atividades operacionais, sistemas contábeis, controles internos, planejamento orçamentário, conhecimento de trabalhos executados por outros auditores, ou seja, o auditor deve se cercar de todas as informações possíveis para conseguir mapear todos os riscos e potenciais erros e fraudes que possam acometer a empresa auditada (NBC TI 01, 2003).

Na aplicação dos procedimentos de auditoria interna, o auditor deve documentar as informações físicas coletadas para fundamentação dos resultados que serão demonstrados ao final do trabalho. Tais informações devem ser obtidas, analisadas e interpretadas em consonância com o contexto lógico e racional (ALMEIDA, 2010).

Figura 1: Fluxograma do Processo de Auditoria:



Fonte: Almeida (2010, p. 25)

A documentação ocorre através de papéis de trabalho e deve conter todas as informações relevantes e úteis coletadas durante as etapas anteriores. É importante um alto nível de organização e racionalidade para a elaboração da documentação da auditoria, sendo necessária a observância de critérios claros e objetivos, além de detalhamento para eliminar quaisquer incertezas ou subjetividades que possam ser interpretadas durante a leitura do material (CALLEGARI, 2013).

A etapa de amostragem estatística compreende na demonstração dos testes realizados durante o mapeamento e análises do auditor. Essa etapa somente constará no relatório caso seja utilizado dados estatísticos durante o processo de coleta de dados e os critérios utilizados devem ser transcritos para clarificar ao usuário da informação sobre os dados apresentados (NBC TI 01, 2003).

É muito comum as empresas atuais utilizarem sistemas de gestão que armazenam seus dados e transações. O auditor interno deve ter um conhecimento em manuseio de dados eletrônicos para ser capaz de executar a etapa de processamento eletrônico de dados.

O objetivo dessa etapa é aumentar o grau de segurança da auditoria, visto que envolve o manuseio de uma massa de dados existente em sistemas e bancos de dados das empresas, tornando a coleta e interpretação dos dados mais assertiva (NBC TI 01, 2003).

O relatório final deve ser tratado com sigilo, podendo ser apresentado apenas ao superior imediato. Objetividade e imparcialidade devem nortear o parecer do auditor interno, visto que o foco deve ser apenas nos objetivos da auditoria interna, conforme preconizados nas normas e regulamentações (NBC TI 01, 2003).

### 3.5 AUDITORIA INTERNA E SUA IMPORTÂNCIA NA GESTÃO

Para Attie (2010) a auditoria pode ser dividida em três estágios. O embasamento inicial consiste na solicitação dos serviços de auditoria, dimensionando os trabalhos e propondo a carta-proposta dos serviços a serem prestados. A segunda etapa, a de execução, objetiva planejar o trabalho, estudar e avaliar os sistemas de controles internos, selecionar e programar o trabalho da auditoria, aplicar procedimentos de auditoria e evidenciar os exames realizados. A etapa, a conclusão, efetua a avaliação das evidências encontradas, emite o parecer de auditoria e elabora os relatórios de

auditoria.

A auditoria interna consiste no conjunto de procedimentos que pretende examinar a adequação, a eficácia e a integridade dos controles internos, assim como de todas as informações contábeis, das operações financeiras e das atividades operacionais (MONTEIRO, 2015).

A auditoria interna também auxilia na administração institucional para alcançar suas metas, analisando, avaliando, levantando comprovações criteriosas estruturadas, tendo como finalidade a comprovação da veracidade, dos métodos empregados nos controles internos (CREPALDI, *et al.*, 2019).

A auditoria interna é uma ação que deve possuir associação direta com a administração, oferecendo-lhes análises, comentários e recomendações relativas às atividades examinadas, tendo em vista dar assistência aos membros do setor administrativo (MARQUES *et al.*, 2020).

O auditor interno é o profissional que faz o acompanhamento contínuo dos negócios da empresa continuamente, sendo assim um empregado de alta confiança dos dirigentes, devendo vincular-se à organização por meio contrato trabalhista. Ele atua em todas as atividades da organização, sobretudo na permanente verificação dos controles internos, no modo de funcionamento e execução das rotinas administrativas, assim como na forma como se dá a manipulação dos recursos financeiros (GINIYATULLINA, 2019).

Em sua análise acerca da contribuição da auditoria interna em uma entidade que possuía ligação com o governo federal brasileiro, Silva e Costa (2019) enfatizaram que a contribuição da auditoria interna para a governança e a forma como essas atividades auxiliam a tomada de decisão, são de fundamental importância, além de fornecer sustentabilidade ao gerenciamento organizacional e avaliar a gestão dos riscos.

Em seu estudo sobre o setor público russo, Giniyatullina (2019) constatou que a auditoria financeira interna está em fase de implementação. O estudo também chegou à conclusão de que, enquanto parte da auditoria interna, o objetivo final da auditoria financeira não se limita à produção relatórios sobre irregularidades identificadas, ela também engloba a verificação da eficácia dos processos de controle interno e gestão de riscos.

De acordo Monteiro (2015), como são as pessoas envolvidas as responsáveis pela tomada das decisões gerenciais, grande parte das deficiências no nível da

auditoria pública interna devem-se às falhas na gestão de recursos humanos. Em parte, a explicação disso está relacionada à falta de efetividade dos relatórios, ocasionados pela carência de estruturas de auditoria funcionais e por insuficiência no treinamento dos auditores internos.

Os administradores públicos honestos, que visam a viabilização do melhor gerenciamento, estão sempre preocupados em utilizar os recursos adequadamente. Dada a regularidade com que a mídia divulga o uso inadequado dos recursos retirados da população por parte do poder público e que deveria ser empregada em benefício dela, essa preocupação é oportuna. A viabilização da transparência nas relações contábeis, econômicas e financeiras consiste em outra missão da auditoria, sendo considerada uma ferramenta da gestão pública (RIBEIRO, 2019).

A Auditoria Interna possui uma função contínua, atuando na organização no sentido de garantir e preservar a “saúde” dela. Somente depois da realização periódica e sucessiva de exames é que será possível a apresentação de um parecer/relatório completo, confiável e seguro, pois detém a observação do todo organizacional e não só parte da organização, construindo assim uma visão geral da organização. Para tanto, deve ser garantido ao auditor: autonomia de atuação, livre acesso a todas as áreas e departamentos, para poder elaborar planejamentos estratégicos e operacionais, oferecer ajuda, controle constante e vigilância, fornecendo dados e informações que colaborem nos processos de gestão da organização (SANTOS; TRES, 2012).

O auditor interno tem a finalidade e responsabilidade de possibilitar que todas as ações exercitadas pela organização estejam sintonizadas. Ele deve fazer com que as consequências dessa sintonia cheguem ao conhecimento de todos os setores da empresa e a todos os interessados nos seus serviços. Pelo fato de manusear informações altamente confidenciais e necessitar de contato direto com os seus superiores para facilitar o fluxo de informações, esse profissional deve possuir senso ético e moral. O gestor que possui uma boa auditoria interna tem probabilidade de acerto no processo decisório aumentada continuamente. Além disso, ampliam-se as chances de alcançar a eficácia pretendida pela empresa, seja em relação ao lucro, às mudanças na continuidade de empreendimentos ou à sobrevivência empresarial (SERRA *et al.*, 2016).

#### **4 CONCLUSÕES**

Este estudo teve por objetivo evidenciar a importância da auditoria interna como

instrumento de gestão para as organizações, ofertando informações sobre a eficácia e eficiência dos métodos que são utilizados para identificar possíveis situações que afetam a empresa, de controle interno e de direção e assim colaborar para eficácia da gestão. A pesquisa bibliográfica realizada foi de fundamental importância para que o objetivo proposto fosse alcançado.

A auditoria interna no setor público ou privado é indispensável, sendo uma ferramenta de controle social, formada por um conjunto de procedimentos e técnicas, que tem por objetivo examinar a adequação, a eficácia e legitimidade dos controles internos, dos atos e das informações contábeis, financeiras, operacionais e físicas das unidades públicas.

A auditoria é essencial na gestão pública, ao tornar possível aos gestores melhores condições de gestão, e a segurança a população de que os serviços estão sendo utilizados com responsabilidade em relação aos recursos públicos, que proporciona também bem-estar ao gestor que trabalha dispendo da auditoria para assegurar o melhor gerenciamento e o que propiciará a adequada aplicação da verba pública.

E ao final deste artigo, consideramos de total importância para as organizações o processo de auditoria interna contábil, pois esta é a ferramenta imprescindível para o controle das informações aos administradores e a tomada de decisões.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Izabel Cristina Carvalho de. **MANUAL DAS ATIVIDADES DA AUDITORIA INTERNA DA UFPB**: Contribuição à Unidade de Auditoria Interna da Universidade Federal da Paraíba. Orientadora: Dra. Maria das Graças Gonçalves Vieira Guerra. 2019. 235 f. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019. Disponível em:

<[https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/19011/1/IzabelCristinaCarvalhoDeAlmeida\\_Dissert.pdf](https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/19011/1/IzabelCristinaCarvalhoDeAlmeida_Dissert.pdf)>. Acesso em: 23 out. 2022

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria: um curso moderno e completo**. 8<sup>o</sup> edição. São Paulo: Atlas, 2010.

ATTIE, W. **Auditoria Conceitos e Aplicações**. 5<sup>o</sup> Edição, São Paulo SP, editora Atlas, 2010.

BRAGA, M. V. de A. Auditoria governamental como instrumento de promoção da transparência. **Jornal de Políticas Educacionais**, v. 09 n.1, p. 51-60, 2011.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disposições Gerais da Administração Pública. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 18 out. 2022.

CALADO, João Eudes de Souza; TEIXEIRA, Arilda Magna Campagnaro. Demonstrações contábeis no setor público brasileiro: a percepção dos profissionais que elaboram as informações. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 19, n. 3, p. 485-503, 2016.

CALLEGARI, Marcelo Donisete. **A importância da auditoria interna dentro de uma organização**. 2013. 38 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Faculdade Cenequista de Capivari – FACECAP, Capivari- SP, 2013.

CREPALDI, S. A. *et al.* **Auditoria contábil: teoria e prática**. 10ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CRUZ, C. F. *et al.* Transparência da gestão pública: um estudo a partir dos portais eletrônicos dos maiores municípios brasileiros. **Revista de Administração Pública**, v. 46 n.1, p.153-176, 2012.

DALLA PORTA, Fabiano Carvalho. **As diferenças entre auditoria interna e compliance**. Orientador: Dr. Paulo Schmitd. 2011. 91 f. Dissertação (Mestrado Profissional), Universidade Federal do Rio grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/35445>>. Acesso em: 30 out. 2022.

FARIAS, S. *et al.* A auditoria e os procedimentos de amostragem nas instituições federais de ensino superior da região sul do Brasil: aspectos gerais e específicos ao ano de 2010. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 9 n.18, p. 23-40, 2012.

FÜLÖP, M. T.; SZEKELY, S. V. The evolution of the internal auditing function in the

context of corporate transparency. **Audit Financiar**, v. 15 n. 3, p.440-450, 2017.

FRANCO, H.; MARRA, E. **Auditoria Contábil: Normas de auditoria, procedimentos e papéis de trabalho, programas de auditoria e relatórios de auditoria**, 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GINIYATULLINA, D. Improving Internal Audit in the Public Sector. **Accounting. Analysis. Auditing**, v.6 n.2, p. 95-100, 2019.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MAFFEI, J. L. **Curso de auditoria: introdução à auditoria de acordo com as normas internacionais e melhores práticas**. São Paulo: Saraiva, 2015.

MARQUES, Luciane Ribas, *et al.* Contabilidade e auditoria interna no setor público brasileiro: percepção dos contadores públicos frente à convergência para as IPSAS/IFAC, **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 14, p. 1- 12, 2020.

MONTEIRO, R. P. Análise do sistema de controle interno no Brasil: objetivos, importância e barreiras para sua implantação. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v.12 n.25, p.159-188, 2015.

MUSTAPHA, W. M.; ABIDIN,. N. H. Z. Práticas de auditoria interna e gerenciamento de riscos entre universidades públicas na Malásia. **IPN Journal of Research and Practice in Public 78 Sector Accounting and Management**, v.7 n.1, p.1-14, 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Editora Feevale, 2ª edição, Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul. 2013

**Resolução N.º 2003/000986, de 28 de novembro de 2003**. Aprova a NBC TI 01 (NBC T 12) - Da Auditoria Interna. Disponível em:  
<[https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes\\_sre.aspx?Codigo=2003/000986](https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2003/000986)>. Acesso em: 31 out. 2022.

RIBEIRO, A. C. M. **O Impacto da Auditoria Interna na Gestão de uma Organização.** 94fls. Dissertação (Mestre em Auditoria). Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, outubro 2019.

SANTOS, S. R.T.; TRES, T. F. **Controladoria, Auditoria Interna e Controle Interno: O Entendimento dos Gestores Públicos Municipais Pertencentes ao Corede Produção/RS.** São Paulo SP, 2012.

SERRA, S.; MACHADO, S. & GOMES P. Auditoria e sistema de controlo interno nas instituições públicas de ensino superior portuguesas. **A Multidisciplinary e-Journal**, v.29, p.31-48, 2016.

SILVA, A. A & COSTA, A. J. B. A contribuição da auditoria interna para a governança: estudo de caso em uma organização social vinculada ao governo federal. **Cuadernos de Contabilidad**, v.20 n.49, abr./jun., 2019.

TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa.** 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

## **BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA - BPC: UMA ANÁLISE SOBRE O CENÁRIO ATUAL**

Fernanda de Oliveira Ruy; Luiza Inês Lisboa Dos Santos; Wilton Meneguetti Pazolini. <sup>1</sup>Prof. Paulo de Tarso Lopes.<sup>2</sup>

1- Acadêmicos do Curso Bacharel em Serviço Social Multivix.

2- Professor orientador, Bacharel em Serviço Social pela UFES, licenciado em História pela Uniasselvi, Especialista em Psicopedagogia pela Unicidade, Mestre em relações étnicas raciais pelo CEFET/ RJ, Assistente social cras Laranjeiras/ Serra - ES.

### RESUMO

Para este trabalho objetivou-se analisar as contribuições que programas como o BPC, são capazes de trazer para a vida do idoso, isso por meio das políticas públicas do país. Deste modo, busca-se analisar criteriosamente o programa de benefício de prestação continuada – BPC, destacando suas principais contribuições com a vida do idoso no Brasil. Almeja-se também, identificar o processo histórico do BPC; Analisar as leis que o regem; e identificar as políticas públicas do Brasil relacionadas à desigualdade social do país. Destaca-se que o interesse pelo assunto surgiu após o desenvolvimento do estágio e do acompanhamento dos atendimentos dos beneficiários e solicitantes do BPC realizado pela Supervisora de Campo. Para a realização de tal pesquisa, selecionou-se o método de pesquisa bibliográfica, desenvolvendo uma ampla revisão da literatura, através de sites, artigos e livros, realizando uma abordagem qualitativa. Almeja-se como resultado alcançar os objetivos traçados e solucionar o problema de pesquisa, sendo assim concluiu-se que trabalhos como este são de grande importância para a formação do aluno, além de trazer informações relevantes sobre as políticas públicas do país e o trabalho do assistente social para o leitor.

**Palavras-chave:** BPC; Políticas; Benefício; Idoso.

### ABSTRACT

For this work, the objective was to analyze the contributions that programs such as the BPC are able to bring to the life of the elderly, through the country's public policies. In this way, we seek to carefully analyze the continuous provision benefit program - BPC, highlighting its main contributions to the life of the elderly in Brazil. It is also intended to identify the historical process of the BPC; Analyze the laws that govern it; and identify

public policies in Brazil related to social inequality in the country. It is noteworthy that the interest in the subject arose after the development of the internship and the follow-up of the BPC beneficiaries and applicants carried out by the Field Supervisor. To carry out such research, the bibliographical research method was selected, developing a wide literature review, through websites, articles and books, carrying out a qualitative approach. As a result, the aim is to achieve the objectives outlined and solve the research problem, thus concluding that works like this are of great importance for the student's training, in addition to bringing relevant information about the country's public policies and the work of the social worker. for the reader.

**Key words:** BPC; Policies; Benefit; Elderly.

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca desenvolver o tema sobre o BPC – Benefício de Prestação Continuada, o qual é um direito da pessoa idosa, porém devido ao processo de informatização do sistema do INSS – Instituto Nacional do Seguro Social, ocorreram algumas mudanças no acesso e acompanhamento dos pedidos desse benefício. Sendo assim, almeja-se neste trabalho compreender um pouco mais sobre o histórico do benefício assistencial, perpassando pela Constituição Federal – CF até a Lei Orgânica da Assistência Social, desde a sua criação até os moldes que atualmente tem sido aplicado pela Previdência Social, com as alterações legais e, principalmente, das mudanças que ocorreram nos últimos anos (PINHEIRO, ET AL, 2018).

Para isso, determinou-se como problema de pesquisa o questionamento sobre, quais são as dificuldades encontradas pelas pessoas idosas e pessoas com deficiência em requerer o Benefício de Prestação Continuada – BPC, frente ao novo modelo de requerimento e atendimento online desumanizado pela Central do INSS? Neste sentido, destaca-se que se almeja reunir esforços para provar ou negar se as mudanças ocorridas na Previdência Social estão sendo prejudicial às pessoas idosas e pessoas com deficiência que precisam requerer o BPC e vivem em situação de vulnerabilidade social (STOPA, 2019).

De modo geral, objetiva-se analisar os entraves que possam estar dificultando o acesso das pessoas idosas e pessoas com deficiência quanto ao requerimento do

BPC, após a implantação do sistema online. Especificamente objetiva-se abordar sobre o contexto histórico desse benefício no Brasil; analisar o atendimento ofertado pelo 135 do INSS; identificar se o atendimento online do INSS é de fácil acesso para pessoas com pouco ou nenhum acesso tecnológico.

Selecionou-se o método de pesquisa bibliográfica básica, qualitativa, almejando desenvolver uma ampla revisão de literatura, na qual utilizaremos como bases de dados o Estatuto do Idoso, Constituição Federal - CF de 1988, Política Nacional de Assistência Social – PNAS\2004, Lei Orgânica da Assistência Social – LOAS, Sistema Único de Assistência Social SUAS, Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência).

Também será uma pesquisa básica, pois esta busca responder as perguntas com intuito principal de ampliar o conhecimento, sendo motivada pela curiosidade, além de ter suas descobertas publicadas para a transmissão e o debate do conhecimento (GIL, 2018, p.25). De modo geral, a análise bibliográfica será a base para este trabalho científico, por isso, utiliza-se como técnica de coleta de dados às fontes secundárias, obtidas por meio de documentos, artigos, revistas e livros (BUENO, 2009).

O presente trabalho encontra-se organizado em tópicos, sendo p primeiro uma Revisão de literatura, a qual tem como base todos os referenciais teóricos (livros, textos, leis, emendas, entre outros documentos que falam de previdência); o segundo tópico aborda sobre o BPC na história, contando sobre a ideia constitucional, que dá origem a Lei 8.742/93, Art. 20, a Lei em si, bem como todas as modificações feitas ao longo dos anos até nossos dias. Em seguida aborda-se sobre as mudanças no portal do INSS e o acesso ao BPC, buscando por meio deste tópico analisar os entraves que possam estar dificultando o acesso das pessoas idosas e pessoas com deficiência quanto ao requerimento do BPC, após a implantação do sistema online.

Discute-se também sobre as melhorias no acesso aos canais e portais de atendimentos do INSS, onde se analisa sobre o atendimento ofertado pelo 135 do INSS; identificar se o atendimento online do INSS é de fácil acesso para pessoas com pouco ou nenhum acesso tecnológico. Por fim, apresentam-se os resultados e discussões, onde se destaca sobre a importância da interferência do trabalho do profissional de serviço social, analisando sobre a quantidade de beneficiários que há no Brasil.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Apesar de não se instituir como referencial teórico, temos por base a Constituição Federal, em seu Artigo 203, também a Lei 8.742 de 07 de dezembro de 1993, que dispõe sobre a assistência social no Brasil, em seu

Artigo 20 cria o Benefício de Prestação Continuada, além da Política Nacional de Assistência Social, aprovada pelo Conselho Nacional de Assistência Social em 2004, que tratam especificamente a legislação em questão.

Considerando que a Assistência Social integra a seguridade social, formada pela Saúde, Assistência Social e Previdência Social, os recursos empregados para assistência à pessoa deficiente e a pessoa idosa são repassados para Previdência Social, estudado por Moreira (2019), além de Derrida (2019), Raichellis (2009), entre outros autores mencionados neste texto.

Para além dessa querela, desponta Vaitsman e Lobato (2017) que tratam especificamente sobre o benefício de prestação continuada, Boshetti (2006) e Stopa (2019), que produziu um histórico sobre o benefício. Estaremos dialogando com estes e outros autores para melhor detalharmos nosso relato.

## A PREVIDENCIA SOCIAL

De acordo com as pesquisa de Nulle e Moreira (2019), observa-se que a Previdência Social brasileira é uma política integrante do Estado de Bem-Estar Social, determinada como um direito social, prevista nos artigos 6º, 194, 195, 201 e 202 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

Diante disso, compreende-se que a previdência é um amplo sistema de proteção social (Seguridade Social), tornando a Previdência um componente dessa rede protetiva. Porém, desde a promulgação da Constituição Federal de 1988, houve diversas alterações na Previdência Social, sendo as principais ocorridas nos anos de 1998, 2002, 2003 e 2015.

Neste sentido, torna-se relevante destacar que no artigo 194 da Constituição Federal de 1988 consta que “a seguridade social compreende um conjunto integrado de ações de iniciativa dos Poderes Públicos e da sociedade destinado a assegurar os direitos relativos à saúde, à previdência e à assistência social” (BRASIL, 2016, p. 117).

Ainda no parágrafo único deste artigo são elencados alguns princípios

(diretrizes) que devem nortear a atuação do poder público quanto à organização da Seguridade Social, sendo eles:

Universalidade da cobertura e do atendimento; uniformidade e equivalência dos benefícios e serviços entre as populações urbanas e rurais; seletividade e distributividade na prestação dos benefícios e serviços; irredutibilidade do valor dos benefícios; equidade na forma de participação no custeio; diversidade da base de financiamento; caráter democrático e descentralizado da administração mediante gestão quadripartite, com participação dos trabalhadores, dos empregadores, dos aposentados e do Governo nos órgãos colegiados (BRASIL, 2016, p.117).

Neste sentido, destaca-se Derrida (2007), o qual afirma que os instrumentos jurídico-institucionais de proteção social à saúde e segurança do trabalhador possuem grande importância, pois exercem controle sobre as leis vorazes do mercado. Isso, pois, existe uma crescente desumanização do trabalho no contexto do capitalismo, intensificando a relação entre trabalho e adoecimento, o que fragiliza os sujeitos de direitos, dada a maior insegurança no mundo do trabalho em suas múltiplas dimensões e complexidades.

Sendo assim, compreende-se a importância da previdência social para o setor trabalhista, a qual atua neste como uma parte integrante da dinâmica estrutural do sistema capitalista, sendo ela a presença dos fundos públicos na reprodução da força de trabalho e gastos sociais. Por isso, os trabalhadores passam a ser inseridos na Previdência Social, mas nem todos são beneficiados, isso, pois, não é privilégio de todos os trabalhadores brasileiros, pois grande parte da população economicamente ativa do Brasil não faz parte das estatísticas da Previdência Social, não é considerada segurada, vive à margem do trabalho formal e da proteção social (JESUS, 2015).

Do ponto de vista de Boschetti (2009), o direito à Previdência universalmente corresponde ao direito do trabalho formal e protegido, situação que é contrária à lógica de funcionamento do sistema capitalista e está muito distante de ser vivenciada em países de economia periférica como o Brasil.

Sendo assim, concorda-se com Silva e Yazbek (2014), ao identificar a necessidade em garantir os níveis mínimos de qualidade de vida aos cidadãos associada a políticas de promoção do acesso a direitos universais e a serviços sociais associados com a dignidade humana. Porém, para que isso ocorra, torna-se imprescindível a construção de uma sociedade democrática e inclusiva, capaz de formular respostas públicas em conformidade com as necessidades de cada região.

## O BPC – BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA E SEU CONTEXTO HISTÓRICO

De acordo com os estudos de Vaitsman e Lobato (2017, p.01), o “Benefício de Prestação Continuada – BPC é um direito assistencial garantido pela Constituição Federal de 1988 aos idosos com 65 anos ou mais de idade e a pessoas com deficiência cuja renda familiar seja de até 1/4 do salário mínimo”.

Ainda em conformidade com a autora, no ano de 2015 este auxílio alcançou cerca de 4 milhões de pessoas. Sua implementação envolve organizações de três setores sociais, sendo eles, a previdência social, assistência social e saúde. “No caso das pessoas com deficiência, física ou mental, várias barreiras se colocam para o acesso ao benefício. Algumas delas são resultados da precariedade de mecanismos de coordenação e cooperação entre os serviços de saúde, de assistência social e previdência” (VAITSMAN E LOBATO, 2017, p.01).

Vaitsman e Lobato (2017), também destacam que:

O Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário – MDSA, é responsável pela gestão, coordenação, regulação, financiamento, monitoramento e avaliação do Benefício, enquanto ao INSS cabe sua operacionalização, incluindo o reconhecimento do direito e a concessão, com base nas avaliações médica e social (VAITSMAN E LOBATO, 2017, p.01).

Diante de tais informações é possível compreender que o auxílio denominado como BPC é um benefício para pessoas acima de 65 anos que não contribuíram com o INSS, assim como também são de baixa renda, ou possuem alguma deficiência física. A disponibilização deste benefício é realizada pelo INSS sob coordenação e gestão do MDSA.

Boschetti (2006) destaca em seus estudos que o BPC foi reivindicado no processo de redemocratização do país, vivenciado na efervescência dos movimentos sociais e políticos na década de 1980, depois de um duro período de ditadura militar. Este benefício até então fazia parte da Previdência Social, a Renda Mensal Vitalícia (RMV), o qual passou a ser pensado na Assistência Social.

Stopa (2019, p.01) afirma que:

A RMV, criada em 1974 pela Lei n. 6.179, era um benefício no valor de 60% do salário mínimo, destinado às pessoas idosas com setenta anos ou mais e aquelas incapacitadas para o trabalho, que tivessem sido filiadas à Previdência por pelo menos doze meses, pessoas que tivessem exercido atividade remunerada por cinco anos, consecutiva ou não, mesmo sem

filiação à Previdência, e aquelas que tivessem ingressado na Previdência após completar sessenta anos sem direito aos benefícios regulamentares e que não auferissem renda superior ao valor da RMV. Portanto, o acesso a esse benefício tinha como pressuposto a filiação ao regime previdenciário ou a comprovação de trabalho e não tinha o valor de um salário mínimo, já o BPC está desvinculado de contribuição direta e da necessidade de comprovação de trabalho, o que é um marco no Brasil.

Assim compreende-se que O BPC foi garantido na Constituição Federal de 1988 como um dos objetivos da Política de Assistência Social da seguinte forma:

Um salário mínimo mensal a pessoa com deficiência e ao idoso que comprovem não ter meio de prover a própria subsistência e nem tê-la provida por sua família. Contudo, ficou a cargo da legislação específica a definição dos critérios para a gestão, a manutenção, para o financiamento e o acesso, e até então a Assistência Social não tinha o status de direito. Somente na mencionada Constituição é que foi assegurada como Política de Seguridade Social, junto à Saúde e à Previdência Social (STOPA, 2019, p.05).

Maciel (2008, p.27), destaca que em meados da década de 1990, sob a influência do ideário neoliberal, as retrações em relação ao que foi garantido para a Seguridade Social e para as outras políticas já têm início. Assim, conforme destaca Stopa (2019, p.05), apesar do reconhecimento legal, o processo de transformação das prerrogativas constitucionais em direitos não ocorreu conforme prescrito. Isso, pois, as políticas públicas foram diretamente atingidas pelas contrarreformas do Estado, que restringem direitos com o argumento de redução de custos, privilegiando o privado em detrimento do público e deixando explícita a indicação de ausência da democratização da gestão da Seguridade Social.

Stopa (2019) relata que essa realidade impactou na regulamentação da Política de Assistência Social, pois os governos posteriores à aprovação da CF/88 não tinham interesse em aprovar uma lei que organizasse essa política, que, via de regra, era utilizada como manobra política para fins eleitoreiros. Nesse contexto, a Lei Orgânica da Assistência Social (Loas) foi aprovada cinco anos após a aprovação da Constituição, em dezembro de 1993 (Lei n. 8.742).

No processo de regulamentação foram previstos critérios perversos para o acesso ao benefício: idade de setenta anos ou mais para o idoso, a condição de incapacidade para a vida independente e para o trabalho para a pessoa com deficiência e para ambas a renda *per capita* familiar no valor inferior a  $\frac{1}{4}$  do salário mínimo, bem como revisão bienal. Esses critérios foram aprovados de forma a delimitar ao máximo o alcance do BPC; e, por mais que ao longo dos anos tenha sido alterado, o critério que mais impacta na garantia do direito, o da renda, não sofreu nenhuma alteração (STOPA, 2019, p.07).

Maciel (2008) alega que somente em janeiro de 1996 a concessão do BPC foi

iniciada - sete anos após a garantia constitucional - através do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), órgão responsável pela política previdenciária. Dessa forma, entende-se que para o INSS predomina-se a ideia de seguro, de tal maneira que apenas quem trabalhava formalmente ou queira contribuinte individual poderia ter acesso aos benefícios.

Ainda em conformidade com este autor, percebe-se que o direito a um benefício no valor de um salário mínimo, sem contribuição direta, feria a ética capitalista. Deste ponto de vista enxerga-se que realmente é difícil para os contribuintes aceitarem que pessoas que nunca contribuíram possuam os mesmos direitos de receber um salário mínimo. Porém, vale ressaltar a necessidade da população menos privilegiada em ter condições básicas de saúde, alimentação e educação, algo que o benefício tratado é capaz de promover.

## **AS MUDANÇAS NO PORTAL DO INSS E O ACESSO AO BPC**

De acordo com Pinheiro et al (2018), o INSS demonstrou na pesquisa desenvolvida pelas autoras uma grande necessidade em mudar a forma de análise das propostas, isso devido à forma atual ser antiga e demandar de um alto número de solicitações de benefícios. Com os avanços da tecnologia, assim como outras empresas, o INSS também viu a oportunidade em avançar tecnologicamente. Para as autoras:

A análise documental e as entrevistas com os trabalhadores com cargos de gestão permitiram situar o projeto de digitalização sob a perspectiva da organização, identificando as justificativas envolvidas para a mudança do modelo de atendimento, bem como as expectativas acerca das transformações operadas nos fluxos de trabalho (PINHERO et al, 2018, p. 01).

Ainda em conformidade com as autoras, a pertinência do projeto de inovação tecnológica justifica-se pela necessidade de responder às diversas restrições à prestação de serviços de qualidade aos cidadãos, tendo como objetivos, conforme aponta Pinheiro et al (2018, p.01):

- O crescimento da população e o significativo aumento da demanda por serviços do INSS;
- A diminuição progressiva da força de trabalho na instituição, sem

perspectiva de reposição;

- A necessidade de economicidade na gestão dos serviços públicos.

Seguindo a trilha das recentes tendências de prestação de serviços por meio eletrônico, o projeto de inovação tecnológica do INSS propôs a aplicação da tecnologia da informação para viabilizar a externalização de parte das atividades, fundamentando-se numa perspectiva colaborativa Inter setorial de políticas públicas (Instituto Nacional do Seguro Social, 2017).

Ainda em conformidade com o próprio INSS (2017), com o estabelecimento de acordos de cooperação com organizações públicas ou privadas da prestação de serviços online, almeja-se ampliar os canais de atendimento da Previdência Social. Sendo que essa iniciativa prevê:

- A redução do fluxo de beneficiários nas unidades de atendimento do INSS (APS);
- A possibilidade de abertura de mais vagas para novos requerimentos, reduzindo a zero, o tempo de espera de atendimento;
- A otimização da força de trabalho atual da organização.

Diante destes argumentos, percebe-se que a perspectiva do INSS era de integrar as novas tecnologias em suas principais atividades, com intuito de favorecer a distribuição mais equilibrada da demanda de requerimentos de benefícios previdenciários entre os servidores analisadores de todo o país, isso conforme a possibilidade de realização de análises de processos em meio digital. Além disso, “a reorganização dos fluxos de trabalho permite que os servidores analisadores possam concentrar-se exclusivamente na atividade de concessão de benefícios, esperando-se maior celeridade e qualidade nas análises” (PINHEIRO et al, 2018, p. 2).

Ainda em conformidade com o autor supracitado, percebe-se que a redefinição dos fluxos acabou dividindo a atividade de análise de benefícios, a qual anteriormente era realizada integralmente pelo servidor analisador numa agência de atendimento (APS), em três etapas de digitalização de documentos; autenticação; e análise. Com as mudanças ocorridas em 2019 e aplicadas a partir de 2020, a digitalização de documentos e autenticação passou a ser realizadas por estagiário-servidores do

INSS na APS, ou nas entidades parceiras. O servidor analisador passa a se responsabilizar unicamente pela etapa de análise digital do requerimento.

Compreende-se deste modo, que o projeto de digitalização do INSS almejava que os analisadores pudessem ter melhores condições de analisar as propostas, assim como consequência ampliar o número de análises por um analisador. Com a aplicação deste projeto os analisadores também poderão realizar suas atividades, conforme explica Pinheiro et al (2018, p.02), “na própria agência (APS); em espaços reservados para que o servidor não tenha contato com os usuários; em polos de análise digital; em regime de tele trabalho”.

Os autores mencionados acima, explicam que no primeiro caso, isso é a análise desenvolvida na própria agência APS, o servidor continua a responder pela carga horária diária, com obrigatoriedade de registro eletrônico de frequência. Nos polos digitais e em tele trabalho, os servidores passam a atender metas de produtividade individuais, sem obrigatoriedade de cumprimento de carga horária específica. Neste sentido, Pinheiro et al (2018, p.03), explica que:

A pontuação mensal a ser cumprida foi definida com base no tempo de atendimento estimado para cada serviço no modelo presencial. O atendimento presencial de um requerimento de aposentadoria por idade, por exemplo, deveria ser realizado em, no máximo, 60 minutos. Como os servidores têm carga horária de seis horas de trabalho, podiam atender até seis beneficiários requerentes de aposentadoria por dia. Para a análise digital, considera-se que o processo de aposentadoria por idade vale 60 pontos, contabilizando, portanto, uma média mínima de 360 pontos/dia. Assim, definiu-se como meta individual, o cumprimento de 7920 pontos mensais que, distribuídos pelos dias úteis, correspondem a uma média de 360 pontos/dia.

Diante desta perspectiva percebe-se que a inovação tecnológica tornará possível um maior número de atendimentos, assim como também um aumento no número de propostas analisadas. São muitos os benefícios que essa inovação demonstra ser capaz de trazer para o INSS, porém percebe-se que boa parte das solicitações, agendamentos e consultas passaram a ser realizados de forma on-line, onde o próprio requerente poderá acessar o site do INSS, navegando pelo portal MEU INSS, e fazer suas solicitações, agendamentos e acompanhar o andamento de seu pedido (PINHEIRO et al, 2018).

Diante destes fatos, percebe-se que essa inovação foi capaz de mudar a forma de trabalho do INSS e o acompanhamento do requerente, parece ser algo facilitador, mas ao mesmo tempo surgem indagações sobre a questão do acesso, isso, pois ao

levamos em consideração a faixa etária do público de 65 anos beneficiários do BPC, enxergamos que o acesso deles a internet é praticamente nulo, geralmente não havendo familiares que atendam as informações do portal, os quais acabarão recorrendo ao serviço particular de terceiros.

## **MELHORIAS NO ACESSO AOS CANAIS E PORTAIS DE ATENDIMENTOS DO INSS**

De acordo com Stopa (2019, p. 05), mesmo com um número baixo de agências, foi necessário que a operacionalização do benefício assistencial ficasse sob a responsabilidade do INSS, uma vez que, “embora não haja APS na maioria dos municípios brasileiros, a cobertura de atendimento do INSS está em todo território nacional”. Porém, torna-se relevante destacar que os CRAS são agências de orientação e a previdência o repasse, por isso, acredita-se que deveria ficar por conta do CRAS os processos de avaliações e comprovações, visto que a burocratização do sistema ao invés de melhorar, tem provocado demoras no atendimento, as perícias são realizadas sem um olhar técnico social, exigindo recursos. Por isso, o INSS deveria responsabilizar-se apenas pelos pagamentos (VAISTMAN, LOBATO, 2017).

Outro fator que contribui na decisão de escolha sobre quem iria gerir o BPC foi à questão relacionada ao INSS possuir procuradores federais, que defendem os interesses da autarquia partindo de uma rigidez legalista.

É importante compreender que essa forma de gerir o benefício traz consequências em relação ao seu entendimento e à sua concepção. Trata-se de um benefício sem filiação obrigatória, sendo operacionalizado em uma instituição com a perspectiva do seguro social em detrimento do conceito de Seguridade Social garantido na CF/88. Os trabalhadores do INSS atuam focados nas rotinas de serviços previdenciários, com o propósito de manter a reprodução dos interesses dessa política. Não era uma novidade para os servidores um benefício para pessoas com deficiência e idosos, tendo em vista que esse já era o órgão regulador e concessor da RMV. Todavia, essa renda tinha como pressuposto a comprovação de trabalho ou de filiação ao regime previdenciário e não era concedido para crianças e adolescentes (STOPA, 2019, p.06).

Pereira (1995, p.40), destaca em seu trabalho que no decorrer dos anos houve uma limitada interlocução entre a Assistência e a Previdência Social, pelas diferentes estruturas e organização dessas políticas, contrariando o previsto na CF/88. O autor destaca que uma das possíveis consequências desse processo será que muito dos beneficiários acreditarão estarem aposentados, seja por idade, por trabalho, ou por

invalidez, devido à deficiência ou à doença que impossibilita o ingresso no trabalho, gerando assim invisibilidade do benefício da Assistência Social, justamente por ser concedido no INSS e por não ter ocorrido um acompanhamento constante por parte dos serviços sócioassistenciais.

Concorda-se com Pereira (1995), pois essa é uma realidade de nossos dias, muitos idosos beneficiários do BPC, acreditam estar aposentado pelo INSS, isso devido ao fato de não compreenderem o funcionamento deste auxílio e por ser INSS a instituição que aprova os pedidos. Tal situação acaba gerando muitos incômodos e informações incorretas, como por exemplo, a questão dos empréstimos consignados, o pagamento de 13º salário, a possibilidade de ter o benefício pausado ou cancelado, parentes e cônjuge não possuíram direito a pensão após o falecimento do beneficiário, além de outras controvérsias geradas.

Enxerga-se que toda essa questão também está associada à falta de informação, ao analfabetismo e conhecimento jurídico dos beneficiários de auxílio, por isso a importância do CRAS para a realização inicial das propostas. Neste sentido, destaca-se que:

Em 2009 foram garantido através da Portaria n. 44 do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) que os beneficiários e suas famílias são usuários da Assistência Social e que deve ser assegurado o acesso a serviços, programas e projetos da rede sócio assistencial. Na Política Nacional da Assistência Social (PNAS/04) o BPC já havia sido integrado à proteção social básica como garantia de renda básica. É importante ressaltar que por ser operacionalizado pelo INSS, dissemina-se a ideia de que é um benefício de responsabilidade somente da Previdência Social. Diante disso, apesar de o BPC ser gerido, financiado e regulamentado pela Loas, a aprovação da Portaria n. 44 é significativa, pois traz em seu texto a premência do atendimento pela Assistência Social (STOPA, 2019, p.06).

Compreende-se que com o Decreto n. 8.805/16 ficou determinado como requisito para concessão, manutenção e revisão do BPC “que o requerente e beneficiário sejam inscritos no Cadastro Único obrigatoriamente” e que as informações para o cálculo da renda familiar mensal deverão ser declaradas no momento da inscrição da família do requerente no referido cadastro. Por isso a importância do BPC estar vinculado ao Cadastro da Assistência Social, não para o controle, “mas para o acompanhamento pela rede de serviços sócioassistenciais dos beneficiários e dos que requerem e não têm o acesso garantido” (STOPA, 2019, p.07).

Diante destes aspectos apresentados pelos autores mencionados

anteriormente juntamente com a pesquisa desenvolvida, enxerga-se que as dificuldades apresentadas anteriormente sobre a compreensão dos critérios, a necessidade de agendamento do serviço pelo portal do INSS ou pelo tele atendimento e os documentos que devem ser apresentados no protocolo, todo esse aglomerado de questões resulta em impasses para o acesso ao benefício.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O problema que desencadeou essa proposta foi: sobre quais são as dificuldades encontradas pelas pessoas idosas e pessoas com deficiência em requerer o Benefício de Prestação Continuada – BPC, frente ao novo modelo de requerimento e atendimento online pela Central do INSS? Neste sentido, destaca-se que problema de pesquisa foi solucionado, pois através dos resultados da pesquisa bibliográfica e da análise crítica do trabalho de alguns autores, verificou-se que às mudanças ocorridas no sistema do INSS, ocasionaram inúmeras dificuldades para a pessoa idosa e com deficiência ao requerer o Benefício de Prestação Continuada – BPC, frente ao novo modelo de requerimento e atendimento online desumanizado pela Central do INSS, comprovando também a hipótese levantada.

Neste sentido, destaca-se que a pessoa idosa ou com deficiência, inevitavelmente terá dificuldades para lidar com a tecnologia, isso, pois, geralmente são pessoas analfabetas ou de pouca leitura, sem acesso a internet, além de geralmente estarem em situações de vulnerabilidade social, diminuindo as chances desses indivíduos de realizarem seus requerimentos online e acompanhar o processo de forma virtual.

Sendo assim, ao analisar as leis que regem este programa, percebeu-se o quanto a população brasileira carece de programas sociais, levando em consideração suas necessidades básicas para a sobrevivência. Por isso, sugere-se com este trabalho, que ao invés de demandar as instituições, demande aos profissionais, até porque, no INSS, o serviço social foi relegado a um cargo administrativo, com isso, perdeu a característica técnica profissional. É importante facilitar o trabalho dos agentes envolvidos, porém, também é necessário levar em consideração as necessidades e carências do público-alvo.

## **REFERÊNCIAS**

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS AUDITORES FISCAIS DA RECEITA

FEDERAL DO BRASIL - ANFIP / DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS -

Dieese. **Previdência: reforma para excluir?** Brasília: Anfip/Dieese, 2017.212p.

BOSCHETTI, M. **Ditadura e serviço social: Uma análise do Serviço Social no Brasil pós 64.** São Paulo: **Cortez, 2006.**

BRASIL. Lei n. 8.742, de 07 de setembro de 1993. **Lei Orgânica Da Assistência Social.** Dispõe sobre a organização da Assistência Social. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm)>. Acesso em: nov. 2022.

BRASIL. Lei n.10.741, de 01 de outubro de 2003. **Estatuto do Idoso.** Disponível em:< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm)>. Acesso em: nov. 2022.

BRASIL. Ministério da fazenda. **Dívida Pública Federal: Relatório Anual2016.** 14. ed. Brasília: Secretaria do Tesouro Nacional, 2016.

BUENO, Silvana Beatriz. **Utilização de recursos informacionais na educação.** Perspect. ciênc. Inf. Belo Horizonte, v.14, n1, abri. 2009.

CARDOSO, Eliana. DIETRICH, Thais Peres. SOUZA, André Portela. **Envelhecimento da população e desigualdade.** Articles, Brazil. J. Polit.Econ. 41 (1), Jan-Mar 2021.

CECCHINI, S.; MARTÍNEZ, R. **Protección social inclusiva en América Latina: una mirada integral, un enfoque de derechos.** Santiago de Chile:Cepal/GIZ, 2011.

CLOT, Y. **Trabalho e poder de agir.** Belo Horizonte: Fabrefactum, 2010.

FAGNANI, Eduardo. **Reforma da Previdência: especialista fala tudo o que você precisa saber sobre ela (e o que a mídia não te conta).** 2017. Voyager.Disponível em: <https://voyager1.net/entrevista/especialista-responde-as-principais-duvidas-sobre-a-reforma-da-previdencia/> Acesso em: nov. 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. Ed. São Paulo: Atlas,2018.

INSS, Instituto Nacional do Seguro Social. **Projeto INSS Digital: uma nova forma de atender.** Brasília, Brasil. 2017.

MACIEL, C. A. B. **Benefício de Prestação Continuada: as armadilhas.**

Presidente Venceslau: Letras à Margem, 2008.

MARCONI, M.A; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica.** 7ªed. -

São Paulo: Atlas, 2010.

NULLE, Andressa Lopes. MOREIRA, Cássio Silva. **A Previdência Social: reforma ou há alternativas?** Economia e Sociedade, Campinas, v. 28, n. 3(67), p. 791-819, setembro-dezembro 2019.

PEREIRA, P. A. **A construção do conceito de Assistência Social: aproximações e divergências na produção do Serviço Social.** In: SPOSATI.

A. (Org.) Assistência Social: polêmicas e perspectivas. São Paulo: Cadernos do Núcleo de Seguridade e Assistência da PUC/SP, 1995.

PINHEIRO, Sacha. SANTOS, Marta. CUNHA, Liliana. **Digitalização do trabalho no INSS: tensões e estratégias de regulação na implementação do novo modelo de atendimento.** Digitalização e evolução do trabalho real, vol 14, nº2, 2018.

SILVA, Maria do Rosário de Fátima. YAZBEK, Maria Carmelita. **Proteção social aos idosos: concepções, diretrizes e reconhecimento de direitos na América Latina e no Brasil.** Rev. katálysis 17 (1), Jun 2014.

STOPA, Roberta. **O direito constitucional ao Benefício de Prestação Continuada (BPC): o penoso caminho para o acesso.** Serv. Soc. Soc. no.135 São Paulo, 2019.

VAITSMAN, Jeni. LOBATO, Lenaura de Vasconcelos. **Benefício de Prestação Continuada (BPC) para pessoas com deficiência: barreiras de acesso e lacunas intersetoriais.** Ciênc. saúde coletiva vol.22. Rio de Janeiro Nov. 2017.

## **BENEFÍCIOS DO USO DE *BENCHMARK* PARA UMA ORGANIZAÇÃO**

Gabriela Xavier Marvilla Marinho, Igor Reckel Jacobsen, Raiane de Souza Gava<sup>1</sup>  
Paulo Cezar Tonacio Junior<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O artigo de conclusão de curso trouxe o tema do *benchmark* e sua aplicabilidade para melhoramento e evolução da qualidade dos serviços e produtos vendidos, inclusive aqueles que são vendidos por meio de aplicativos móveis. A palavra tem origem inglesa e apresenta o sentido de “referência”. O objetivo do artigo é demonstrar que essa é uma ferramenta que pode ser implementada para realização de estudos e análises, para que seja possível melhorar práticas melhores pelas empresas que fornecem aplicativos de diversas naturezas para seus clientes. O problema de pesquisa do artigo foi: De que maneira *benchmark* contribui como ferramenta para apontar melhorias em uma organização? Com a pesquisa, foi possível entender e concluir que o planejamento e cada etapa de execução do uso e implementação da ferramenta precisa ser conhecida pela empresa, para que haja os resultados esperados e que os dados coletados realmente propiciem reflexão e posteriores ações de planejamento para que as empresas se mostrem cada vez mais eficientes. Para realizar o estudo, a opção foi pela pesquisa bibliográfica. Por meio do estudo foi possível concluir que o *benchmark* é uma ferramenta importante na obtenção de respostas sobre o que está adequado às expectativas dos clientes e aquilo que precisa ser ajustado e melhorado.

**Palavras-chave:** *Benchmark*. Melhorias. Empresas.

### **ABSTRACT**

The course conclusion article brought the theme of the benchmark and its applicability to improve and evolve the quality of services and products sold, including those that are sold through mobile applications (App's). The word has an English origin and has the meaning of “reference”. The objective of the article is to demonstrate that this is a tool that can be implemented to carry out studies and analyzes, so that it is possible to improve best practices by companies that provide applications of different natures to their customers. The research problem researched was: How does the benchmark help to improve business processes? With the research, it was possible to understand and conclude that the planning and each stage of execution of the use and implementation of the tool needs to be known by the company, so that there are the expected results and that the data collected really provide reflection and subsequent planning actions so that companies become more and more efficient. To carry out the study, the option was for the bibliographical research. Through the study, it was possible to conclude that the benchmark is a way of obtaining answers about what is adequate to the customers' expectations and what needs to be adjusted and improved.

**Keywords:** Benchmark. Improvements. Companies.

## INTRODUÇÃO

Inicialmente, é preciso entender o que significa *benchmark*. Ele pode ser

---

1 Graduandos/as em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.2 Professor orientador da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix. Neste sentido, ele pode ser realizado por pesquisas que conseguem fazer o comparativo de ações empresariais de instituições que atuam no mesmo ramo ou em ramos diferenciados (CESTARI et al., 2022).

O *benchmark* tem como meta a realização de melhorias de funções e processos de uma empresa, dispositivos, *softwares* e, até mesmo, aplicativos móveis, sendo uma ferramenta passível de ser utilizada como aliada para superação da concorrência com demais empresas. É um instrumento que ajuda no desenvolvimento de novas ideias, que propicia um cenário de análise de estratégias, à empresa criar novas ações estratégicas a partir do que já tem o hábito de aplicar (FERREIRA et al., 2017).

Como se pode notar, essa ferramenta é uma ação estrategista que aponta para a possibilidade de se aprender com outras empresas, uma ação que requer tempo e disciplina. Ela pode ser aplicada em qualquer processo, sendo crucial para qualquer

tipo de empresa, já que o seu foco é ser um instrumento contribuinte, ocasionando melhorias ao desempenho empresarial dentro da área de vendas ou prestação de serviços (FERREIRA et al., 2017).

O *benchmark* também pode ser utilizado para identificar pontos críticos e qualitativos em empresas que fazem suas vendas de produtos ou serviços por meio de móveis. Os aplicativos móveis foram criados com o intuito de facilitar a vida das empresas e de clientes. Por meio do uso deles, há um maior acesso e possibilidade de compras e contratação de serviços, já que os indivíduos podem sem sair do conforto de sua casa para resolver problemas, pagar contas, comprar roupas, comprar alimentos, entre outros (SOUZA; SILVA, 2019).

Por isso, o objetivo do trabalho é apontar como o *benchmark* é importante como técnica para auxiliar na melhoria contínua nos processos que envolvem a organização. Assim, escolheu-se essa temática por se tratar de uma ferramenta que vem ganhando espaço no mercado.

A pesquisa foi feita em referências publicadas *online* e impressas (livros, artigos e sites), que descrevem sobre o assunto escolhido para apontar, através de um estudo teórico, sobre a viabilidade e aplicação do *benchmark* nos aplicativos móveis.

O problema da pesquisa situou-se na pergunta norteadora, que enfatizou o seguinte questionamento: De que maneira *benchmark* contribui como ferramenta para apontar melhorias em uma organização?

Por meio do artigo, pretende-se entender o que é *benchmark*, bem como sua importância, abordar sobre a estrutura do *benchmark* e, por fim, destacar como pode ajudar em melhorias dentro da empresa, pois assim será possível entender o que está funcionando ou não dentro do mercado, ajudando os empresários na tomada de decisões com o intuito de maximizarem resultados.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa realizada será de natureza básica, pois o conhecimento produzido por este tipo de pesquisa não tem finalidade imediata e visa contribuir para outras pesquisas.

Ela é uma pesquisa, segundo o caráter procedimental, bibliográfica, pois, este tipo de pesquisa permite que o pesquisador cruze informações conceituais e opiniões sobre o tema escolhida, observando pontos importantes para a investigação e desenvolvimento da pesquisa. Analisar bibliografias é um ato importante que pode

constituir-se em valiosa técnica de chegar à obtenção de dados de qualidade e relevantes para o trabalho (GIL, 1999).

Ela se constitui como pesquisa bibliográfica, uma vez que os dados bibliográficos podem ser mensurados e descritos através de tabulações por meio de relatórios, produções textuais, tabelas comparativas, entre outros. A coleta de dados da pesquisa aconteceu por meio de catalogação de fontes diferenciadas, como publicações de periódicos, livros e documentos eletrônicos.

A amostra pesquisa reuniu diversas publicações que abordam sobre o assunto escolhido para ser alvo do estudo. Foi feito, inicialmente, um levantamento de materiais, depois realizou-se uma seleção do material pesquisado, fichamento, arquivamento das informações relacionadas à pesquisa e, por conseguinte, a escrita do texto do artigo, que se constitui o trabalho de conclusão de curso do grupo.

Os descritores usados para a pesquisa do material bibliográfico foram: *benchmark*, *benchmark* e empresas, *benchmark* e melhorias na empresa.

## RESULTADOS

### CONCEITOS INICIAIS

O estudo bibliográfico realizado neste tópico tem o intuito de fundamentar os conceitos de *benchmark*. É indispensável que haja um suporte teórico para o entendimento da ferramenta que será alvo do estudo, mostrando-a como meio de promoção do processo de inovação. O *benchmark* tem uma história evolutiva de suas origens, conceitos e aplicações. Segundo Abreu (2013, p. 321):

[...] o termo 'benchmarking' aparece pela primeira vez em 1979, quando a empresa Xerox passou a questionar seu modelo de gestão [...]. Essa questão decorre da necessidade de entender os custos de produção.

Para entender quais processos os concorrentes usavam para entregar suas mercadorias com mais eficiência, rapidez e qualidade, a empresa denominada Xerox, desenvolveu esse recurso, depois de perceber que os custos de fabricação de seus produtos estavam atrelados aos preços de extração de seus concorrentes (DOMINGUES et al., 2022).

As características e o desempenho das copiadoras adversárias foram comparados e seus componentes automáticos foram desmontados para pesquisa. Assim foi surgindo o *benchmark*, com estágios denominados de comparação de

qualidade e recursos do produto. A evolução do *benchmark* por Watson (1994, p. 7):

[...] é caracterizada por várias transições que levaram ao desenvolvimento de uma nova ciência de gestão: o benchmarking tornou-se sua evolução como processo de negócio. Seu desenvolvimento é semelhante ao modelo clássico "arte para ciência" para o desenvolvimento de uma nova ciência da administração.

Amorim (2016, p. 43) define que “[...] *benchmark* é o procedimento contínuo de avaliação de produtos, serviços e práticas em relação aos concorrentes mais fortes ou líderes reconhecidos da indústria”. Esse processo de medição contribui sistematicamente para o processo de mudança que visa a melhoria, portanto, *benchmark* é uma poderosa ferramenta que pode ser empregada pela gestão empresarial, propagada, de forma global, e utilizada para transformar uma organização, introduzindo modificações necessárias para melhorar processos, práticas e resultados (ROCHA et al., 2020). No que diz respeito ao processo de mudança, Rodrigues e Nakayama (2000, p. 103) vincularam a ferramenta do *benchmark* a elementos e instrumentos que estimulam mudanças dentro da empresa.

Pode ser um caminho seguro para a excelência porque aproveita todos os ganhos intelectuais que outras organizações acumularam, evitando erros e armadilhas ao longo do caminho. “O *benchmark* sempre foi uma ferramenta muito utilizada em ambientes comerciais, embora não se limite ao uso corporativo e possa ser aplicado em qualquer situação” (ROCHA et al., 2020, p. 100).

Esta ferramenta pode ser utilizada por qualquer organização, independentemente do seu porte e setor de atuação. Nesse sentido, Spendolini (1993, p. 9) aponta uma definição mais ampla do conceito da ferramenta em estudo:

*Benchmark* é o processo de avaliação contínua e sistemática de produtos, serviços e fluxos de trabalho, e é uma Avaliação de uma organização, com o objetivo de melhoria organizacional.

Bogan (1996) elaborou um conceito com uma mais densa desse conceito, definindo-o como a busca contínua do melhor método para produção de maior desempenho, à medida que a própria organização vai realizando a adaptação e implementação da ferramenta.

No *benchmark*, o objetivo é a expansão por meio da identificação de melhores práticas de outras empresas que, quando implementadas de forma melhorada e com mais qualidade, resultarão em desempenho superior para a empresa. Mesmo com

possibilidades ilimitadas de aplicação, o tem sido amplamente utilizado em ambientes comerciais, dentre os quais para Watson (1994, p. 40):

[...] é uma prática de qualidade que despertou recentemente interesse comercial. A razão fundamental para o *benchmark* é aprender como melhorar os processos de negócios e se tornar mais competitivo, sabendo que compensa a fundação de uma empresa mais rapidamente do que qualquer outra prática de qualidade.

No contexto do mercado, alguns métodos de negócios são confundidos com *benchmark*. Esses métodos incluem pesquisa de mercado e análise competitiva, onde a finalidade de cada método difere significativamente de acordo com sua finalidade, foco e aplicação nas áreas de negócios (ROCHA et al., 2020).

O ambiente atual das organizações aponta para uma situação cada vez mais competitiva, levando as organizações a reverem suas práticas e modelos de gestão em momentos específicos para se alinharem aos fatores críticos de sucesso do negócio. Para tanto, o benchmarking pode ser utilizado como ferramenta para alavancar esse processo em uma empresa (ROCHA et al., 2020).

Como se pode notar, *benchmark* é a busca das melhores práticas que ajudam uma empresa a maximizar o desempenho dos negócios. Definir metas operacionais com base nas melhores práticas operacionais é uma parte importante do sucesso de qualquer empresa (AMORIM, 2016).

A obrigação de avaliar os métodos de outras instituições para alcançar uma vantagem opositora é a essência do benchmarking competitivo. E é aí que entra o benchmarking. De acordo com Boxwell (1996, p. 50), *benchmark* competitivo significa “[...] medir suas operações, processos, atividades, produtos ou serviços em relação aos concorrentes e melhorá-los para que sejam idealmente os melhores no campo [...]”.

Para Pereira (2012), o uso do *benchmark* competitivo se correlaciona com o desempenho da informação competitiva: em formação. fluxo de informações que permite tomar as decisões corretas monitorando sistematicamente a concorrência. Segundo Bertoncello (2003, p. 38), em um estudo de *benchmark* competitivo, os autores envolvidos no estudo possuem características comuns de aplicação:

[...] as operações devem ser verdadeiramente comparáveis; deve-se avaliar corretamente o porte, para não prejudicar a comparação; a coleta de dados é o item de maior dificuldade nesse processo; pode-se buscar a troca de informações através de uma terceira parte, um consultor, por exemplo; deve-se garantir a confidencialidade e anonimato, para despertar o interesse na colaboração, e deve-se sempre seguir o código de conduta ética; informações

sobre o que constitui a base da vantagem competitiva da organização são praticamente inacessíveis; muitos fracassos não são porque os dados não sejam coletados, mas porque os gerentes não usam as informações aprendidas.

Desta forma, pode-se dizer que o *benchmark* é uma técnica que compara qualquer empresa com as melhores empresas do mundo em seu campo; sua finalidade é responder a situações e procedimentos dentro de uma organização, para facilitar o crescimento analisando e aplicando a experiência de terceiros. Portanto, não é apenas uma comparação e replicação, mas também uma avaliação e aprimoramento do próprio negócio, pois seus métodos podem ser aplicados dentro da empresa (ROCHA et al., 2020).

Pode-se dizer também que observar o que os concorrentes estão fazendo ajuda a melhorar o próprio negócio, então o *benchmark* vai muito além da mera comparação: avalia a qualidade, a estratégia e o atendimento dos concorrentes, se equipara e eleva o nível de seus requisitos.

Portanto, ele é uma ferramenta padrão de referência onde é possível avaliar corretamente os procedimentos, não significa que seja utilizado apenas para copiá-los. Na verdade, esse método verifica principalmente os processos e ações que os outros empreendimentos fazem bem e aquilo que produz resultados positivos, ao mesmo tempo em que identifica lacunas nos procedimentos da concorrência.

## O BENCHMARK E SUA IMPORTÂNCIA

Pode-se dizer que este instrumento não é um livro de receitas prático, mas apenas uma busca pelos ingredientes certos para fazer um bolo de sucesso. É uma metodologia de descoberta e vivência prática de situações que levam ao desenvolvimento de um determinado processo em toda a organização. Requer identificar as melhores práticas e prever o desempenho futuro para reunir informações durante o processo para definir metas e desempenho realistas (SERVINO; MARTINELLO; NOGUEIRA, 2011).

Com a metodologia aplicada, é possível produzir informações importantes para que as indústrias conheçam diferentes formas de resolver situações e obstáculos semelhantes, o que contribui para a própria capacidade de melhorar seus procedimentos de trabalho. O planejamento da estratégia de uma empresa é necessário para orientar suas atividades (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

Portanto, o planejamento estratégico fornece aos gestores muitas informações sobre o mercado, antecipando mudanças e oscilações. Facilita o entendimento das necessidades do ramo de atuação, mantendo o autoconhecimento e o meio ambiente da empresa sempre atualizados com base em pesquisas estratégicas, ajudando a empresa a se preparar para atuar em ambientes internos e externos (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021, 1163).

O maior desafio de uma organização concorrente é, portanto, elevar as expectativas do mercado oferecendo bens e serviços de qualidade superior aos oferecidos pelos concorrentes (SERVINO; MARTINELLO; NOGUEIRA, 2011) para que consiga obter a chamada Qualidade Total (QT). O objetivo da “[...] Qualidade Total é usar a inteligência, criatividade e experiência de toda a sua força de trabalho para fazer uma organização insuperável em seu mercado” (HUTCHINS, 1992, p. 17).

Após identificar o mercado que deseja atuar e escolher qual estratégia usar para atingir o objetivo desejado, determinar o diferencial do bem ou serviço, e de fazer todo o diagnóstico de mercado necessário, é chegada a hora de comparar a empresa a outras, por meio do *benchmark* (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

Depois de determinado o mercado em que deseja atuar, escolhido uma estratégia para atingir o objetivo desejado, determinado a diferença entre o produto ou serviço e realizado todos os diagnósticos de mercado necessários, é hora de comparar a empresa com as demais. estudos comparativos.

As melhores práticas de *benchmark* e *design* de aliança estratégica representam práticas que conduzem a um aprendizado, o qual envolve outras organizações. Todavia, os colaboradores também podem desenvolver com seus amigos por meio do trabalho em equipe. Equipes eficazes e aprendizagem são inseparáveis; você não pode ter um sem o outro. As equipes fornecem valor, incentivam o aprendizado, fornecendo apoio construtivo, incentivo e reconhecimento aos seus membros. Esses valores ajudam a equipe a alcançar e também aumentar o desempenho de toda a empresa (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

Em outras palavras, é o processo de identificação, compreensão e adaptação de diferentes processos e práticas da empresa, o que não é, portanto, espionagem ou mera cópia. Na verdade, é o aprendizado como uma forma humilde e persistente de aceitar que outra indústria é mais perfeita em determinado processo e que, por meio de análise e comparação, pode aprender com seus resultados.

Segundo Camp (1998) existem ao menos quatro tipos de *benchmark*, que estão listados a seguir:

- 1 - Benchmarking competitivo: caracterizado pelo objetivo primário de práticas

concorrentes.

2 - Benchmarking interno: Buscar as melhores práticas existentes em diferentes departamentos da organização, isso tem a vantagem de poder obter facilmente parcerias mais favoráveis, além de avaliar o pessoal interno.

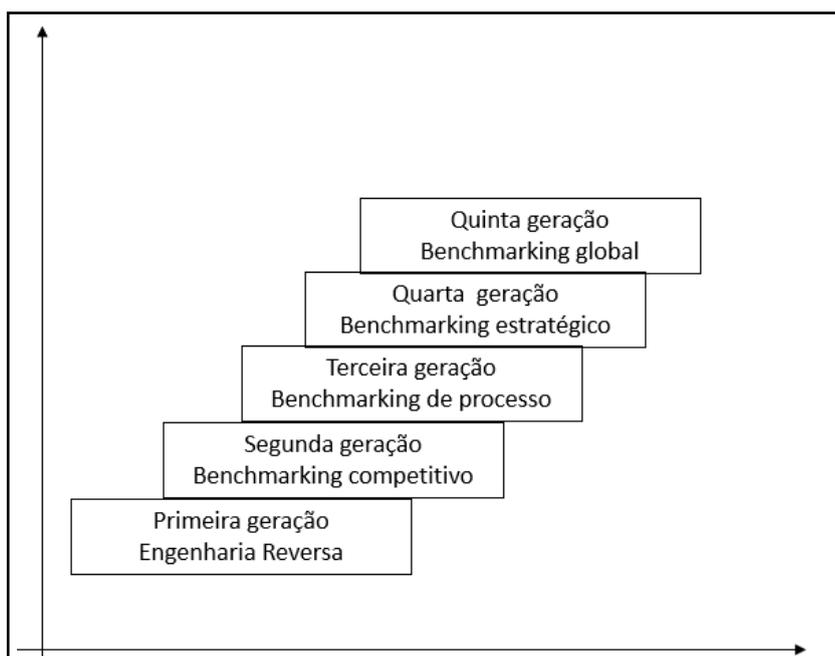
3 - Benchmarking Geral: Consiste na analogia de métodos e procedimentos de trabalho com empresas que utilizam procedimentos de forma nova, com a finalidade de revelar as práticas mais eficazes. Benchmarking Funcional: Com base em um cargo específico que pode ou não existir dentro da própria organização, ele troca informações sobre uma função bem definida.

## DISCUSSÃO

Sobre a origem do *benchmark*, de acordo com Cristia (2006, p. 4), “[...] em 1979, o termo ‘*Benchmark*’ aparece pela primeira vez, quando a empresa Xerox começou a questionar seu modelo de gestão [...]”. Já na visão de Watson (1994, p. 7), o “[...] *benchmark* tem sua evolução marcada por várias transições, acarretando no desenvolvimento de uma nova disciplina de gerenciamento.”

Esta ferramenta pode ser entendida como uma ciência que está em constante evolução e ela agrega mudanças e sofisticções, que, na visão de Watson (1994) é apontada como “gerações” devido a função do tempo, revelando mais intensamente sua amplitude e conceitos, de acordo com a figura abaixo:

**Figura 1:** Evolução do *benchmark*



Fonte: Próprios autores baseados em Watson (1994)

Cabe esclarecer que *benchmark* atualmente faz menção a processos voltados para atividades de pesquisa. Nesse processo, as empresas determinam sistematicamente o nível de disputa de seus processos contra seus concorrentes. Esse processo é feito por meio de comparação com outras empresas que atuam no mesmo ambiente da empresa que realiza o processo de comparação (AMOIM, 2016). De acordo com Oiko et al. (2006, p. 12):

O benchmark, como comparação em relação a desempenhos superiores e adoção das práticas realizadas na obtenção desse desempenho superior, é uma das técnicas para melhoria de desempenho mais antigas da humanidade, embora tenha sido formalizada recentemente.

Todo o procedimento de pesquisa realizado com o benchmark é ininterrupto, visando comparar produtos, serviços ou mesmo práticas de negócios e envolve preferencialmente organizações que estejam na vanguarda do mercado de compradores da atividade em desenvolvimento. Deve ser uma coisa. Para Barreiros, Protil e Moreira (2008, p. 23):

O processo de investigação feito por meio do *benchmark* necessita ser contínuo, tendo como objetivo a comparação entre produtos/ serviços e práticas empresariais, de preferência, práticas que envolvem empresas que lideram o mercado consumidor.

Por meio dessa ferramenta, mudanças e ajustes podem ser feitos para melhorar a realidade das empresas pesquisadas, pois elas têm maiores chances de sucesso. Os dados obtidos por meio desse processo de pesquisa de benchmarking são importantes e devem ser tratados como tal, pois quanto mais informações uma empresa possui, mais ela pode gerar melhorias para reter e reter clientes. E agora, ter clientes fiéis e atrair outros igualmente fiéis é essencial para expandir e fortalecer marcas e empresas (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

No entanto, a comparação recomendada pelo utensílio em estudo é que não haja sua efetivação com o intuito de copiar as ações de outras empresas. O ponto chave é refletir sobre essas práticas e aprimorar as ações alcançadas por meio do processo de investigação de acordo com a realidade da empresa. (VASCONCELOS; CANEN, LINS, 2006).

Existem aplicativos (App) que auxiliam na identificação de práticas consideradas bem-sucedidas em várias áreas e empresas. Por exemplo, no setor bancário, existem muitos aplicativos que ajudam os clientes a simplificar processos que antes só eram possíveis indo ao escritório ou usando um caixa eletrônico (LARA; GOSLING; RODRIGUES, 2018).

Então, um dos maiores desafios que os profissionais de *marketing* enfrentam ao usar uma plataforma móvel, por exemplo, além de poder dar uma nota final que mostra se os resultados são bons ou ruins (LARA; GOSLING; RODRIGUES, 2018).

Com o nascimento da Internet e o uso comercial desse recurso, houve uma

mudança significativa na expansão tecnológica que melhorou a transmissão de informações e auxiliou no compartilhamento de informações por meio de computadores. Isso deu origem a novas formas de vendas de serviços e produtos e fez com que o chamado comércio eletrônico (COSTA, 2014).

O *benchmark* é separado em três partes ou fases: projeto, implantação e implementação de melhorias (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021). Para implementá-lo com sucesso e obter resultados ponderáveis, que sejam realmente significativos e contribuam para a diferenciação da empresa em um mercado competitivo, é necessário dar a cada etapa de implementação da ferramenta a mesma atenção e importância (VITORINO, 2016).

O primeiro passo é planejar o *benchmark* e isso requer a capacidade de analisar os problemas listados que são comunicados por meio do benchmark. Então, habilidades organizacionais são necessárias para garantir que a pesquisa planejada e executada ocorra de forma tranquila e com sucesso (BOXWELL, 1996).

Durante a fase de planejamento, a empresa selecionará os processos, produtos e/ou serviços que serão avaliados e medidos, serão identificados os fatores centrais a medir, e as empresas que serão alvo da investigação, nomeadamente as que comercializam e produzir com excelência. Essas são as empresas que serão analisadas (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

O segundo passo de implementação do *benchmark* é a execução. Nessa fase, a empresa analisará o desempenho da organização, que é referência para a investigação. O objetivo é quantificar esse desempenho e, principalmente, buscar entender como essas organizações alcançam os resultados observados (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

As empresas que usam o *benchmark* para análise de seus negócios, focalizam as etapas sobre o que fazem, como fazem seus negócios, como seus negócios funcionam e comparam com outras empresas pesquisadas. A coleta de dados para o sucesso desta fase permite que dados sólidos e confiáveis possam revelar novas práticas de gestão que serão aplicadas na empresa, potencializando ou criando vantagem competitiva em relação às demais empresas.

Algo importante ocorre quando uma empresa consegue contatar potenciais parceiros de *benchmark*, com o intuito de obtenção de informações sobre suas práticas de gestão (OIKO et al., 2007). Assim, entrando na fase de implementação, quando a empresa que faz o levantamento tem que fornecer dados sobre as atividades

empresariais que desenvolve, mostra que não pretende replicar a estratégia, mas sim compartilhar informações e dados.

Nesse caso, seria benéfico enviar uma carta ou e-mail informando as áreas de interesse na análise e investigação, quais fatores subjacentes devem ser coletados e medidos e as questões que serão abordadas. Para discussão e investigação de dados (CAVALCANTI; FARIA, 2009).

Após coletar os dados dos parceiros, é preciso começar a medir o desempenho deles, compare-los com o desempenho do negócio, observando ações e estratégias reais mostradas por intermédio da pesquisa e das métricas usadas para avaliar os resultados positivos e negativos dos parceiros ou concorrentes, quando a parceria não for uma possibilidade (OIKO et al., 2006).

É neste momento de medição que a pesquisa é crítica: as ações ou a falta de ação da equipe determinarão o sucesso da investigação realizada. Se as mudanças não forem feitas, e se a equipe não se tornar o catalisador da execução do processo de inovação para que as coisas aconteçam, então o benchmarking pode ser considerado um desperdício de tempo e recursos (BOXWELL, 1996).

A etapa de medição é um momento importante no benchmarking. Tais momentos envolvem o ato de decidir o que medir e como fazê-lo. Diante disso, é imprescindível construir modelos, parâmetros de benchmark, para verificar o que pode ser comparado e o que pode ser descartado.

Portanto, neste momento, o padrão de comparação entre marcas econcorrentes está sendo delineado e estabelecido. Os parâmetros de medição precisam ser claramente definidos para garantir a comparabilidade dos conjuntos de dados coletados. Exemplo: uma pessoa não pode comparar os seguidores do *Instagram* com seus seguidores do *Twitter*, porque as redes são diferentes. O uso de ferramentas de monitoramento de mídia social então é fundamental. A eficiência dos recursos utilizados terá um impacto significativo quanto ao uso de aplicativos, como as redes sociais, por exemplo, quando as empresas recorrem às estratégias de *benchmark* (MEDEIROS, 2014).

Durante a fase de medição, as empresas precisam desenvolver planos para atender ou superar as empresas que revelam práticas importantes. Por isso, colaboradores e gestores devem se comprometer com a implementação e acompanhamento dos resultados. É importante ressaltar que o benchmarking é um desperdício de recursos financeiros se as informações e aprendizados obtidos para

melhorar o desempenho da empresa não forem colocados em prática (MARTINS; SANTOS, 2010).

O *benchmark* pode ser também uma ferramenta competitiva para aprimoramento de aplicativos das mais variadas naturezas, que empresas usam para ofertar seus produtos e serviços. Atualmente, o uso de aplicativos, até mesmo em setores como venda a varejo, supermercados, compra de alimentos, solicitação de transportes, entre outros, têm crescido.

Para identificar se os aplicativos funcionam adequadamente, respeitando as expectativas e necessidades dos usuários, o *benchmark* torna-se uma ferramenta essencial neste contexto. Por intermédio dele, as empresas podem identificar problemas recorrentes em aplicativos, saber acerca da satisfação do cliente, compreendendo melhor os resultados e, com isto, pode melhorar as práticas para queo aplicativo se torne mais eficiente e adequado ao consumidor.

O avanço tecnológico dos aplicativos móveis *wireless*, nos últimos tempos, fez com que aparecesse uma nova necessidade de frente de pesquisa: a que focaliza a e analisa grandes quantidades e volumes de dados (DOMINGUES et al., 2018).

Segundo Domingues et al. (2018), com a evolução das tecnológicas móveis, houve uma redutividade nos custos de dispositivos móveis, algo que facilitou a maximização e ampliação de oferta, bem como o surgimento do uso de aplicativos das mais diferentes naturezas. Todavia, até mesmo as empresas que possuem serviços de aplicativos móveis notaram a necessidade de conhecer com mais propriedade as expectativas, aspectos positivos e negativos dos aplicativos.

Com isto, os sistemas que fazem com que esses aplicativos (App's) funcionem podem passar por melhorias e ajustes que levem, até mesmo, o cliente à fidelização do uso do mesmo. As melhorias trarão mais clientes que, mostrando maior satisfação diante do aperfeiçoamento contínuo do App, farão uso constante dos mesmos. Um dos principais interesses de realização de estudos e análises de App's por meio do *benchmark* tem relação com os padrões de uso de tais serviços (PERIN; SILVA; VALENTIM, 2021).

O nível de satisfação dos clientes demonstra o nível de sublimidade dos aplicativos, quanto ao serviço que entregam. Dessa maneira, a prática do *benchmark* oportuniza fundamentação para corrigir estratégias, ajudando as empresas que

também fornecem produtos e serviços por meio de App's consigam se destacar, conquistando um posicionamento de qualidade diante dos clientes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi possível notar, a comparação é um elemento que faz parte da realidade competitiva das empresas. Por meio deste instrumento há possibilidade de reconhecer em que posição a marca está, qual lugar ocupa dentro do seu setor, seja de vendas ou oferta de prestação de serviços. Comparar as realidades de empresas pode acarretar e apontar informações cruciais para o negócio. Neste contexto, destaca-se a importância do *benchmark*.

Não importa o porte da empresa, a ferramenta de *benchmark* é de extrema importância para que haja o mapeamento da concorrência e a preparação de ações que possam trazer melhorias e apresentem resultados mais qualitativas

Até mesmo as empresas que ofertam produtos e serviços por meio de aplicativos podem utilizar o *benchmark* para que melhoramentos, correções e aprimoramento possam ocorrer ante ao atendimento das necessidades e expectativas de usuários de aplicativos móveis de qualquer natureza.

Foi possível notar, por meio do artigo, que existe todo um processo de implementação do *benchmark* que toda empresa, até mesmo aquelas que fazem uso de aplicativos móveis para alcançar seus clientes, necessitam respeitar e implementar.

## REFERÊNCIAS

ABREU, João, et al. Business Processes Improvement on Maintenance Management: a case study. **Procedia Technology**, v. 09, n. 5, 320–330, 2013.

AMORIM, J. A. S. Desenvolvimento de metodologia de coleta de dados de indicadores de desempenho para bechmarking de empresas de construção. **Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada**, v. 2, n. 1, p. 41-46, 2016.

BARREIROS, R. F.; PROTIL, R. M.; MOREIRA, V. R. Processo decisório nas cooperativas agroindustriais do Paraná: uma análise comparativa utilizando o Modelo

Racional e o Modelo Político de Decisão. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 4, art. 1, p. 3-22, 2008.

BERTONCELLO, Silvio L. T. **A ferramenta benchmarking em administração: aplicabilidade e tendência de utilização no Brasil**. 2003. 114 f. Tese (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

BOXWELL, Robert J. **Vantagem competitiva através do benchmarking**. São Paulo, SP, Ed. Makron Books, 1996.

CAMP, Robert C. **Beanchmarking – O Caminho da Qualidade Total**. 3.ed. São Paulo: Pioneiroa, 1998.

CESTARI, Virna Ribeiro Feitosa et al. Benchmarking de aplicativos móveis sobre insuficiência cardíaca. **Revista Brasileira de Enfermagem**, [S.L], v. 75, n. 1, jan. 2022.

CRISTIA, Arianne C. El benchmarking como herramienta de evaluación. **Acimed**, Ciudad de La Habana, v.14, n.4, p. 1-10, jul./ago. 2006.

DOMINGUES, Marcos Aurélio et al. Altigran da. Benchmarking Session-based and Session-aware Recommender Systems for Jusbrasil. *In*: WEBMEDIA IN PRACTICE - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS MULTIMÍDIA E WEB (WEBMEDIA), 28, 2022, Curitiba. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2022

FERREIRA, Renata Carneiro et al. Benchmarking na identificação de aplicativos móveis internacionais sobre a violência na escola. **Revista Atas**, v. 15, n, 3, p. 139-143, jan./fev. 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HUTCHINS, David C. **Sucesso Através da Qualidade Total**. Rio de Janeiro: Imagem, 1992.

LARA, R. D.; GOSLING, M.; RODRIGUES, I. F. Mobile government: uma análise dos aplicativos estaduais como mediadores do relacionamento entre os cidadãos e os governos estaduais. **Revista do Serviço Público**, v. 69, n. 2, p. 62–88, 2018.

MEDEIROS, Felipe da Silva. **Eficiência em Concessões de Infraestrutura: Benchmarking, Price-cap e o fator “x”**. 2014. 51 f. Dissertação (Pós-graduação em Engenharia da Produção) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre-RS, 2014.

MARTINS, Silvestre Gomes; SANTOS, Alexsandra Santana dos. O benchmarking e sua aplicabilidade em unidades de informação: uma abordagem reflexiva. **Interface**, v. 7, n. 1, p. 1-12, 2010.

OIKO, Olívia Toshie. **Desenvolvimento de um sistema de informação para benchmarking e sua aplicação em arranjos produtivos locais**. 2007. 187 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade de São Paulo, São Carlos-SP, 2007.

PEREIRA, Antônio J. P. **Um estudo de caso exploratório aplicando os métodos e as técnicas da inteligência organizacional e competitiva na rede mundial varejista Wal-Mart**. Rio de Janeiro Digital Simonsen, 2012.

PERIN, Ana Paula Juliana; SILVA, Deivid Eive; VALENTIM, Natasha Malveira C.. Um benchmark de ferramentas de programação em blocos que podem ser utilizadas nas salas de aula do Ensino Médio. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO*, 32., 2021, Online. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2021, p. 1162-1173.

ROCHA, A.G.T. et al. Rastreamento de contatos como ferramenta de combate à transmissão do SARS-COV-2: benchmark internacional, soluções tecnológicas e considerações éticas. **NOMOS: Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC**, Fortaleza, v. 40, n. 1, p. 99-122,, jan./jun. 2020.

SERVINO, Alex; MARTINELLO, Magnos; NOGUEIRA, Guilherme M.. Benchmark Suíte para Gingga-NCL Execução e Análise na Plataforma Android. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS MULTIMÍDIA E WEB (WEBMEDIA)*, 17. , 2011, Florianópolis. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2011 . p. 11-14.

SOUZA, Renata Rodes Hidalgo de; SILVA, Thatyane do Nascimento. **A aplicabilidade do benchmarking nos aplicativos móveis**. Artigo Científico apresentado à Faculdades Doctum de Serra como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração, Serra, 2019.. Disponível em: <<http://dspace.doctum.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/1993>>. Acesso em: 10 mai, 2022.

SPENDOLINI, Michael J. **Benchmarking**. São Paulo: Makroon Books, 1993.

VASCONCELLOS, Vinícius Albuquerque; CANEN, Alberto Gabbay; LINS, Marcos Pereira Estellita. Identificando as melhores práticas operacionais através da associação Benchmarking-Dea: o caso das refinarias de petróleo. **Pesqui. Oper.**, v.26, n. 1, p. 51-67, 2006.

VITORINO, Elizete Vieira. Análise dimensional da competência em informação: bases teóricas e conceituais para reflexão. **Revista IberoAmericana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 421-440, jul./dez. 2016.

WATSON, Gregory H. **Benchmarking Estratégico**: Como transformar as técnicas de benchmarking em fator de competitividade e acréscimo de produtividade. São Paulo:Ed. Makron Books, 1994.

## RESÍDUOS SÓLIDOS NA PANDEMIA E A SAÚDE AMBIENTAL NO BRASIL

Artemio da Silva Júnior <sup>1</sup>, Marquiane Azine de Souza <sup>1</sup> e Caio Simão de Lima <sup>2</sup>

1- Acadêmicos do curso de licenciatura Ciências Biológicas EAD

2- Orientador - Mestre em Biologia Animal - Professor na Multivix - Vitória

### Resumo

Em 1994 no Brasil, com o processo preparatório para a Conferência Pan-Americana sobre saúde e ambiente no desenvolvimento humano sustentável, foi iniciada a elaboração da política Nacional de saúde ambiental. A Saúde Ambiental foi e é descrita como parte da Saúde Pública que se ocupa em várias formas de vida, das substâncias e das condições em torno do homem que podem exercer alguma influência sobre sua saúde e seu bem-estar. Com a propagação da pandemia do covid-19 no Brasil, a utilização em massa de materiais descartáveis tanto para profissionais da área da saúde quanto da população geral, o descarte inadequado no meio ambiente veio a gerar um impacto na saúde ambiental do Brasil; A Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe), estima que o distanciamento social gerou no país um aumento de 15% a 20% na quantidade de resíduos residenciais aumento de 10 a 20 vezes a geração de hospitalares. Deste modo, este estudo objetivou descrever os principais impactos ocasionados na saúde ambiental pelo descarte inadequado desses resíduos sólidos que foi gerado. Trata-se de uma revisão de literatura que se inicia pela abordagem teórica a partir da saúde ambiental e segue com a apresentação da vigilância em resíduos sólidos na pandemia.

**Palavras-chave:** Saúde Ambiental, risco, substâncias, meio Ambiente.

### INTRODUÇÃO

O primeiro caso de Covid-19 foi registrado no Brasil no dia 26/02/2022 no hospital Israelita Albert Einstein localizado em São Paulo. O paciente foi um senhor de 61 anos que havia visitado a Itália (UNA-SUS. 2020). Logo no início da pandemia, compreendeu-se que a Covid-19 se transmitia por meio do contato entre os indivíduos contaminados e outros sadios, transmitido através de gotículas e secreções que entram em contato com

algumas partes do corpo, como a boca, os olhos e nariz (OPAS, 2022; WHO, 2022; OMS, 2022).

Desse modo, observa-se na sociedade a necessidade de limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos, pois esta faz parte dos serviços essenciais que asseguram a salubridade do ambiente e promovem saúde humana em casos pandêmicos.

A Lei Federal nº 12.305/2010 apresenta na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) estabelece algumas diretrizes para a destinação adequada dos resíduos sólidos (BRASIL, 2010). Apesar de que esta política oferece essas orientações, 3.301 (59,2%) de um total de 5.570 de municípios brasileiros destinam seus rejeitos em lixões, e apenas 1.256 (22,5%) realizam coleta seletiva, em razão do reduzido número de programas desse tipo no país (DIAS, 2011; VENTURA *et al.*, 2021)

No período entre 2018 e 2030, estimam-se que R\$ 29,7 bilhões em investimentos em medidas de caráter estrutural e estruturantes para novos aterros sanitários e recuperação de lixões sejam empreendidos (SANTOS PICANÇO; PINHEIRO, 2016). No Brasil, a elaboração da Política Nacional de Saúde Ambiental (PNSA) se deu em 1994 com o processo preparatório para a Conferência Pan-Americana sobre Saúde e Ambiente no Desenvolvimento Humano Sustentável – Copasad (SANTOS PICANÇO; PINHEIRO, 2016).

Uma Comissão Intraministerial foi criada para subsidiar o Grupo de Trabalho Interministerial na elaboração do primeiro documento relacionando as áreas de saúde e ambiente: o Plano Nacional de Saúde e Ambiente. Este processo culminou com 'a produção de dois textos pelo Ministério da Saúde, em 1995 e 1999, que são considerados os principais marcos referenciais para a elaboração da PNSA'. (BRASIL, 2009, p.15) (SANTOS PICANÇO; PINHEIRO, 2016, p. 5).

No documento referencial da PNSA, os objetivos/finalidades desta política social são assim definidos:

[...] proteger e promover os seres humanos e colaborar na proteção do meio ambiente, por meio de um conjunto de ações específicas e integradas com instâncias de governo e da sociedade organizada, para fortalecer sujeitos e organizações do governo e não do governo para o enfrentamento dos determinantes socioambientais e na prevenção dos agravos decorrentes da exposição humana a ambientes adversos, para contribuir na melhoria da qualidade de vida da população sob a ótica da sustentabilidade. (BRASIL, 2009, p.21 *apud* SANTOS PICANÇO; PINHEIRO, 2016, p. 5).

A PNSA entende que a participação, o diálogo e a interlocução entre os diversos atores e instâncias da sociedade são fundamentais para pensar, planejar e produzir ações e projetos que diminuam os impactos socioambientais. Repensar novos hábitos de consumo e desgastes de material e implementar uma ação de ensino de boas práticas de uso e descarte como tema central na educação ambiental é uma boa iniciativa no

combate a esta problemática atual.

Esse trabalho tem como objetivo geral discutir e analisar os principais impactos ocasionados na saúde ambiental pelo aumento e descarte inadequado de resíduos sólidos. Seu objetivo específico é caracterizar a problemática do descarte inadequado dos resíduos sólidos no Brasil durante a pandemia, além de verificar como a literatura científica aborda a relação entre o descarte dos resíduos de saúde e a saúde ambiental.

## **METODOLOGIA**

Este trabalho se trata de uma revisão bibliográfica narrativa, na qual foram consultadas literaturas relativas aos impactos ambientais causados por resíduos sólidos durante a pandemia de Covid-19, e as formas adequadas de destinação dos mesmos. Para a consulta, foram utilizados artigos de jornais e revistas, notícias e fichas técnicas, base de dados do Google e Google Acadêmico utilizando as palavras-chave “Pandemia”, “Poluição ambiental”, “COVID-19” e “Resíduos sólidos”.

## **COVID X RESÍDUOS SÓLIDOS**

A gestão de coleta de resíduos empregada pelos municípios no Brasil durante a pandemia foram: gestão de resíduos sólidos e limpeza pública convencional; intensificação da higienização e uso dos EPIs; elaboração de plano de contratação e treinamento de temporários; e, portanto, o afastamento daquele que apresentar sintomas de Covid-19 e afastamento de pessoas de grupo de risco das atividades. A coleta dos recicláveis foi uma importante questão de debate, mas para os profissionais que paralisaram as suas atividades, foi sugerido auxílio social temporário. Para a população foram dadas as seguintes orientações: colocar os resíduos em 2 sacos na cor vermelha, limpos, resistentes e descartáveis; fechar muito bem quando tiver 2/3 de sua capacidade; identificar a sacola com resíduos sólidos contaminados; descartar normalmente para a coleta de resíduos urbanos.

Estima-se que durante o período de emergência sanitária decorrente da Pandemia de COVID-19, e por conta das medidas que tomamos como aquarentena, isolamento e distanciamento social adotadas, haverá um relevante aumento na quantidade gerada de resíduos sólidos domiciliares (15-25%) e um crescimento bastante considerável na geração de resíduos de serviço de saúde em unidades de atendimento à saúde (10 a

20%), conforme descreve a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE, 2020; 2022).

A ABRELPE (2020; 2022) recomenda que as atividades de coleta seletiva continuem desde que os profissionais da catação tomem cuidados necessários para proteção individual, garantindo que os avanços alcançados até então, relacionados à coleta seletiva na fonte, não sejam perdidos. Em contrapartida, a Associação Brasileira de Engenharia Sanitária Ambiental (ABES) defende a paralisação do setor dos materiais recicláveis, diante da impossibilidade dos profissionais trabalharem com equipamentos adequados de biossegurança. A ABES esclarece que os benefícios não justificam os riscos à saúde desses profissionais, e sugere que os catadores de materiais recicláveis sejam compensados por meio de auxílio social temporário instituído nos governos locais (ABES, 2020; ABRELPE, 2020; 2022; WIEGO, 2021).

Nessa perspectiva, enquanto algumas cidades adotaram a suspensão temporária da coleta seletiva, outras preferiram manter a coleta dos materiais recicláveis na fonte geradora a fim de evitar que a produção dos resíduos sólidos urbanos seja aumentada e que os materiais fiquem acumulados. Ademais, defendem a garantia de renda dos catadores de materiais recicláveis que, em muitas cidades, sobrevivem apenas com os materiais que coletam, não havendo outra fonte de renda.

Um fator que recorrente durante a pandemia do Covid-19 foi a geração excessiva de diversos resíduos, comumente utilizados na área da saúde, em domicílios, tais como máscaras, lenços, luvas e medicamentos usados ou vencidos. Muitos países estão classificando os resíduos de serviço de saúde como infecciosos, reduzindo a capacidade atual de descarte seguro dos resíduos sólidos de origem domiciliar. O gerenciamento dos resíduos de serviço de saúde (RSS) demanda um conjunto de procedimentos de gestão, planejamentos e ações sequenciais a fim de eliminar qualquer possibilidade de infecção e promover um encaminhamento seguro e eficiente, visando à proteção dos trabalhadores e a preservação da saúde pública e ambiental (BRASIL, 2018).

## **SAÚDE AMBIENTAL E ASPECTOS ÉTICOS**

Ribeiro (2014) apresenta uma definição de Saúde Ambiental que insere os aspectos de atuação prática, colocada na Carta de Sofiadurante encontro da Organização Mundial de Saúde (OMS) em 1993:

Saúde ambiental é tudo aquilo que engloba a saúde humana, incluindo-se vários fatores como a qualidade de vida, fatores físicos, químicos, biológicos, sociais e psicológicos no meio ambiente. Também se refere à uma teoria e prática de valorizar, corrigir, controlar e evitar tudo aquilo que possa vir a prejudicar a saúde tanto das gerações atuais como as futuras (OMS, 1993 *apud* RIBEIRO, 2014, p. 72).

O conceito de justiça ambiental teve iniciativa na preocupação com os aspectos sociais, os princípios éticos então baseia na justiça ambiental, explicitado por Martinez-Alier (1999), que descreve alguns dos movimentos ambientais dos pobres. Martinez-Alier e Jusmet (2001) desmistificam a relação que se tem entre pobreza e degradação ambiental, mostrando que a pobreza não causa esgotamento dos recursos naturais. As pessoas de renda baixa dependem muito dos recursos locais porque não possuem poder de compra para participar do comércio internacional, nem para habitar em locais de menor risco à sua saúde, risco este causado pela contaminação e degradação ambientais. Enquanto a riqueza consegue escapar da degradação, exportando-a para outros locais.

A justiça ambiental, segundo Porto (2011), é entendida como um princípios que asseguram que nenhum grupo suporte uma parcela desproporcional das consequências ambientais negativas de operações econômicas, decisões de políticas e programas, ou a ausência delas, assegurando o acesso justo e equidade aos recursos ambientais do país. A Constituição Brasileira, quando incluiu a idéia de que saúde e meio ambiente constituem direitos do povo brasileiro, fez com que as políticas de meio ambiente focassem na atenuação das disparidades regionais em termos de salubridade ambiental, para que todos os indivíduos estivessem sujeitos a semelhantes fatores ambientais de risco de agravos à saúde. A Saúde Ambiental atual se baseia no reconhecimento da existência e das necessidades de todos os seres humanos e no encontro de soluções dentro dos princípios de apreciação e de universalidade.

Atualmente, os direitos humanos ou direitos que não pode se transferido ser humano são: equidade, liberdade, felicidade, vida e propriedade. Nos tempos de hoje, um meio ambiente salubre não é só visto como um elemento da qualidade de vida, mas como um direito humano ou um direito que não poder ser transferido, portanto sujeito ao princípio universal de igualdade e a receber um status legal formal, uma vez que constituiria um direito legal.

As pesquisas em Saúde Ambiental têm buscado ajudar políticas, programas e ações que visem garantir maior justiça ambiental e esse direito de não transferir do ser humano, apesar das dificuldades, por exigir transformações nos próprios homens. Como

afirmou Gracia (2003), professor de bioética:

A minha experiência de mais de 25 anos no meu curso de medicina, me ensinou que é a necessidade de aquisição de novas habilidades e conhecimento, senão de algo mais profundo, uma procura de transformação do próprio ser. O que demonstra que ensinar ética, e mais em concreto bioética, é muito difícil.

## **IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS**

Um meio ambiente preservado traz para o homem o bem estar e saúde. Assim como há necessidade de monitorar a saúde da população, a vigilância e o cuidado com o meio ambiente, é necessário mapear áreas e contabilizar população e o bioma. Desta forma é possível, através destes resultados obtidos sobre a saúde ambiental de uma determinada área ou população, mensurar os impactos que o meio ambiente e o homem sofrem com a exposição de agentes patogênicos ou resíduos poluentes entre outras demais causas de desequilíbrio ecológico. “Como direito de todos, ter um meio ambiente preservado e em equilíbrio para uso coletivo do povo é fundamental para uma qualidade de vida sadia de todos, e cabe ao poder Público preservá-lo e defendê-lo para gerações futuras” diz o artigo 225 da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988).

Um dos maiores efeitos sobre o meio ambiente causado pela Covid-19 foi o aumento de resíduos sólidos contaminados, entre eles estão o resíduo hospitalar e o plástico doméstico, devido ao confinamento de muitas pessoas em suas residências. Um grande aumento da produção industrial foi diretamente voltada para descartáveis, máscaras, agulhas, seringas, luvas, óculos de proteção e máscaras de proteção facial, todos estes itens se tornaram uma forma de resíduo contaminado após seu uso. Segundo a Abrelpe (2020), houve este aumento significativo da geração de resíduos sólidos em que a geração de resíduos no ano de 2010 passou de 66,7 milhões de toneladas para 79,1 milhões de toneladas em 2019, diferença de cerca de 12,4 milhões de toneladas a mais. Estes dados revelam que, em média, o brasileiro produz 379,2kg de lixo por ano, passando um pouco mais de 1kg de lixo por dia.

Em uma situação de normalidade onde recursos financeiros públicos são voltados para diversas melhorias de infraestrutura urbana, assim como a manutenção de serviços básicos de saúde pública, viu-se a utilização emergencial destes recursos como exclusiva para o enfrentamento da pandemia de Covid-19, onde outras várias formas de viroses e doenças foram ignoradas pelos agentes públicos de saúde, levando a população a uma perda de saúde aguda.

Ademais, com vários *lockdowns* determinados pelos governantes, viu-se o aumento do desemprego e um crescente aumento da população em situação de rua, a perda significativa da saúde devido a uma alimentação restringida pela falta de renda financeira, e pessoas em estado vulnerável expostas a agentes contaminantes nas ruas por falta de higiene adequada. Estes fatores estão ligados a este efeito colateral da Covid-19 sobre a sociedade, esta não apenas agravou de forma individual a vida de quem testou positivo para o vírus, como afetou de forma direta a vida social como um todo.

Novos hábitos se enraizaram na sociedade, tais como o uso de álcool em gel para higienizar as mãos e o uso de máscaras descartáveis para pessoas em estado gripal. O descarte de máscara contaminada ainda é um dos maiores problemas enfrentados por aqueles que lidam com resíduos, trabalhar com estes materiais contaminados é um risco enfrentado durante sua jornada de trabalho.

## **O PAPEL DOS CATADORES NESSE CENÁRIO**

Os catadores de materiais recicláveis são considerados os grandes protagonistas da indústria de reciclagem em todo o país. Eles sustentam posição fundamental na gestão de resíduos sólidos no Brasil, à medida que sua própria existência indica a dificuldade de incluir no gerenciamento desse sistema às atividades para catação, e um dos grandes problemas é a escala de produção combinada com as dificuldades logísticas. O grupo de trabalhadores atua de maneira informal ou organizada em cooperativas e, mesmo antes de uma definição de políticas públicas devidamente claras para a gestão de resíduos no país, vem concretizando um trabalho de grande importância ambiental, contribuindo significativamente para o retorno de diferentes materiais para o ciclo produtivo, e gerando uma economia de energia e de matéria-prima. Assim, evita-se que grande quantidade de material seja destinada a aterros.

A utilização dos resíduos sólidos como um insumo nos processos produtivos geram benefícios diretos e indiretos, principalmente na redução da poluição ambiental causada pelos aterros e depósitos de lixo, como em benefícios indiretos relacionados à conservação de energia. Em ambas as situações, há potencial de diminuição das emissões de gases responsáveis pelo aquecimento global. Foi estimado que, em um cenário ideal de reciclagem, teria sido possível evitar a emissão de 19 a 29 milhões de toneladas de dióxido de carbono no Brasil no período entre 2000 e 2015. Portanto, a reciclagem de resíduos sólidos urbanos representa uma importante forma de atenuar os

impactos dos gases de efeito estufa, contribuindo para um desenvolvimento mais sustentável.

Todavia, não só o Brasil mas todos os países ainda apresenta um percentuais relativamente baixos de reciclagem. Segundo estimativas no Brasil para 2006, foram gerados cerca de 62 milhões de toneladas de resíduos sólidos urbanos, dos quais somente 19% da fração seca (metais, papéis, plásticos e vidros) foram devidamente reciclados. Por tipo de material, observa-se que apenas o alumínio atinge taxas de reciclagem próximas de 99,99%. Para outros materiais, como plásticos e vidros, o percentual ainda está em torno de 40% do que é produzido. Para melhorar esses índices, é preciso incentivo à coleta seletiva com adequada separação dos diversos materiais, tanto no momento da geração do resíduo – nesse caso a população tem que estar ciente para esta fazendo seu papel – quanto nas centrais de triagem. Ressaltam o papel que os catadores de matérias recicláveis vem desempenhando um bom trabalho nessa cadeia produtiva.

Não há levantamentos precisos sobre o número de trabalhadores existentes atualmente atuando na área de catadores, mas algumas previsões apontam para mais de dois milhão de trabalhadores espalhados por várias cidades brasileiras. Essa categoria exerce a função de coletar, transportar, triar, prensar, armazenar e negociar esses materiais para serem reutilizados. Para os trabalhadores conseguirem se inserir no sistema de gerenciamento de resíduos sólidos, é preciso assegurar tanto os aspectos de direito ao trabalho e renda como avaliar as condições de saúde e os riscos aos quais estão expostos (DEMAJOROVIC; LIMA, 2013, p. 116).

## **INSTRUMENTOS DA POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS**

A Política Nacional de Resíduos Sólidos foi baseada nas experiências de países pioneiros na área, estabelecendo seus princípios, objetivos, instrumentos e diretrizes adaptados para a gestão e gerenciamento no contexto brasileiro, com a intenção de solucionar problemas ambientais relacionados à gestão dos resíduos sólidos (CETRULO *et al.*, 2018).

Assim como a hierarquia de resíduos, há outros métodos para questão dos resíduos, como a responsabilidade compartilhada, a logística reversa, coleta seletiva e o ciclo de vida dos produtos. Segundo a Abrelpe (2020), mais de 60% dos resíduos sólidos são compostos por materiais orgânicos, no entanto, apenas 1,1% desse volume é

submetido a processo de tratamento, como por exemplo, a compostagem, enquanto os resíduos recicláveis convencionais, como papel, vidro, metal e plástico, representam aproximadamente 32% do total de resíduos sólidos. O baixo índice de reciclagem de resíduos sólidos no Brasil representa perda anual de R\$ 15 bilhões e um desperdício de aproximadamente 13 milhões no ano de materiais passíveis de reutilização e reciclagem (ABRELPE, 2020).

O Anuário da Reciclagem (ANCAT, 2018) simula uma série de impactos positivos que os programas de coleta seletiva desencadeiam nas esferas social, ambiental e econômica, tais como: a redução da poluição do ar, solo e água; redução dos custos com a produção; minimização da exploração de recursos naturais e serviços ecossistêmicos; geração de renda; inclusão social; e o aumento da vida útil dos aterros sanitários. Uma opção para diminuir os impactos ambientais e de saúde devido ao descarte ambientalmente inadequado é a adoção do Sistema de Logística Reversa (LR). A LR é um instrumento no desenvolvimento econômico e social caracterizado pelo conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a exequível a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para o reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada (CAMPANHER, 2016).

A logística reversa é uma prática que ajuda na diminuição da produção e do acúmulo dos resíduos em lugares inadequados, e as empresas sendo responsabilizadas pela cadeia que envolve um processo produtivo, promove nesse setor industrial a confiabilidade de uma empresa que prioriza a sustentabilidade, conferindo a ela vantagem competitiva no mercado. A responsabilidade compartilhada, definida pela lei como um sucedimento de obrigações encadeadas e individualizadas, impõe tanto ao setor empresarial quanto ao consumidor e ao Poder Público uma série de obrigações necessárias para que possa proceder à destinação final ambientalmente adequada dos resíduos sólidos (Santos, 2015).

Pela inclusão em uma sociedade altamente consumista, a responsabilidade compartilhada faz com que tal mecanismo apresente infalibilidade principalmente quando se trata de resíduos eletroeletrônicos, alisando e fazendo a conferência ao consumidor a responsabilidade caso ocorra algum dano pós consumo pelo não cumprimento das diretrizes impostas pela PNRS. Destacando que os mesmos são responsáveis pela geração do resíduo por meio da responsabilidade compartilhada e, cabe a ele a encarregado de retorná-lo às empresas. O ciclo de vida dos produtos tende a se

compreender todas as fases pelas quais eles passam, desde a ideia inicial, passando pelo desenvolvimento, produção, venda e manutenção, atingindo na disposição final do produto (FELDHUSEN; BUNGERT, 2007). A gestão do ciclo de vida de produtos é uma maneira que compreende todos os processos de negócio relacionados aos produtos e as empresas são permitidas a controlar as informações dos produtos ao longo do ciclo de vida, desde a concepção inicial até o descarte (GRIEVES, 2006; ZANCUL, 2009). Tal processo se inicia desde a criação de um produto, buscando inovar com a redução do ciclo de vida, melhorias nas tecnologias, e a busca por produtos de alta qualidade com baixo custo.

## **CONCLUSÃO**

É responsabilidade da população cuidar do meio ambiente que se vive e das formas de vidas que dependem dele, o desequilíbrio ecológico traz danos a toda criatura, a pandemia mostrou que além de agravar a saúde de pessoas que foram contagiadas e sofreram de forma sintomática as mazelas do vírus, ela trouxe em conjunto de problema causadas por seus resíduos contaminados, a utilização em massa de luvas e máscaras descartáveis nunca presenciado antes pela sociedade moderna foi uma das características mais marcantes no combate a pandemia, porém estes resíduos após serem usados, muitos foram lançados ao meio ambiente sem nenhum tratamento adequado ou mesmo amontoados em aterros sanitários, a geração de resíduos sólidos já vinha crescendo com o tempo, com o advento da pandemia apenas se acumulou mais resíduos.

Populações inteiras se viram presas dentro de suas residências aumentando assim mais ainda o resíduo doméstico também, a intervenção dos governos em criar políticas de saúde ambiental visa minimizar o efeito desta poluição e garantir a saúde e bem estar da sociedade e meio ambiente, uma conscientização da população é necessária para a diminuição de resíduos urbanos e hospitalares, através da educação ambiental poderá ser possível diminuir estes impactos, campanhas de saúde pública conscientizando o descarte adequado destes resíduos ajuda o meio ambiente a ser manter mais saudável e diminui a proliferação de agentes patogênicos diretamente alocados no solo.

Manter o meio ambiente saudável é um dos desafios para a sociedade atual, criar leis e políticas que visam este objetivo é necessário, cada dia se dá mais importância para a preservação do meio ambiente pois todos estamos inseridos neste

habitat, o conceito de saúde se entende não mais na ausência de doença mais um perfeito equilíbrio entre o ser vivo e seu ambiente de vida. Produzir e não gerar resíduos seria o ideal de cada sociedade, mas enquanto não se atinge este objetivo cabe a conscientização de todos em manter o meio ambiente livre de qualquer resíduo poluente.

## REFERÊNCIAS

ABRELPE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS. **Recomendações para a gestão de resíduos sólidos durante a pandemia de coronavírus (COVID-19)**. São Paulo, 2020. Disponível em: [abrelpe.org.br](http://abrelpe.org.br) . Acesso em: 17/10/2022.

ABRELPE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS. **Abrelpe**. Página Inicial. Abrelpe, c2022. Disponível em: <https://abrelpe.org.br/>. Acessado em: 18/11/2022.

ANCAT. **Anuário da Reciclagem**. São Paulo, 2018.

ANNUAL Report 2020 PDF. WIEGO - Woman in Informal Employment Globalizing and Organizing. **WIEGO**, 2021. Disponível em: <https://www.wiego.org/publications/annual-report-2020-pdf>. Acesso em: 18/11/2022.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada nº 222, de 28 de março de 2018. Regulamenta as Boas Práticas de Gerenciamento dos Resíduos de Serviços de Saúde e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 29 Mar 2018. Disponível em: <https://www.cff.org.br/userfiles/file/RDC%20ANVISA%20N%C2%BA%20222%20DE%2028032018%20REQUISITOS%20DE%20BOAS%20PR%C3%81TICAS%20DE%20GERENCIAMENTO%20DOS%20RES%3%8DDUOS%20DE%20SERVI%C3%87OS%20DE%20SA%C3%9ADE.pdf>. Acesso em 09/07/2022.

BRASIL. **Constituição Federal (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado 1988.

BRASIL. **Lei Federal nº 12.305/2010** de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 12 fev 2010. Disponível em:

[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.305%2C%20DE%202%20DE%20AGOSTO%20DE%202010.&text=Institui%20a%20Pol%C3%A Dtica%20Nacional%20de,1998%3B%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid %C3%AAncias](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.305%2C%20DE%202%20DE%20AGOSTO%20DE%202010.&text=Institui%20a%20Pol%C3%A Dtica%20Nacional%20de,1998%3B%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid %C3%AAncias). Acesso em: 18/11/2022.

CAMPANHER, Ronaldo. **Descarte Adequado De Medicamentos**: percepção socioambiental do empresário de drogarias frente à Logística Reversa. 2016. Dissertação (Mestrado) - Educação, Ambiente e Sociedade. Centro Universitário das Faculdades Associadas e Ensino, São João da Boa Vista, SP, 2016.

CETRULO, Tiago Balieiro; MARQUES, Rui Cunha; CETRULO, Natália Molina; PINTO, Francisco Silva; MOREIRA, Rodrigo Martins; MENDIZÁBAL- CORTÉSA, Alejandra Daniela; MALHEIROSA, Tadeu Fabrício. Effectiveness of solid waste policies in developing countries: A case study in Brazil. **Journal of Cleaner Production**, v. 205, p.179-187, 2018.

CORONAVÍRUS: Brasil confirma primeiro caso da doença. **UNA-SUS**, 2020. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/coronavirus-brasil-confirma-primeiro-caso-da-doenca>. Acesso em: 18/11/2022.

DEMAJOROVIC, Jacques; LIMA, Márcia. **Cadeia de reciclagem**: um olhar para os catadores. São Paulo: Senac, 2013.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2011.

ESPAÑA. Decreto 487/2020, de 10 de abril de 2020. Por el que se prorroga el estado de alarma declarado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. **Ministerio de la Presidencia**. Madrid, 20 abr 2020. Disponível em: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/04/10/487>. Acesso em: 18/11/2022.

FELDHUSEN, J., BUNGERT, F. Towards “The Timeless Way of Product Lifecycle Management”. In: Krause, FL. (eds) **The Future of Product Development**. Berlin: Springer, 2007.

GRACIA, D. **Teorias e pratica de los comités de ética**. Comités de bioética. Madri: Universidad Pontificia Comillas, 2003.

GRIEVES, Michael. **Product Lifecicle Management**: driving the next generation of lean thinking. New York: McGraw-Hill, 2006.

MARTINEZ-ALIER, Joan. Justiça ambiental (local e global). *In*: CAVALCANTI, Clóvis (org.). **Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas**. São Paulo: Cortez, 1999.

MARTINEZ-ALIER, Joan; ROCA JUSMET, Jordi. **Economia Ecológica e Política Ambiental**. Ciudad de México: Fondo de Cultura Econômica, 2001.

OMS - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **ONU News Perspectiva Global Reportagens Humanas**. Página Inicial. OMS, c2022. Disponível em: <https://news.un.org/pt/tags/organizacao-mundial-da-saude>. Acesso em: 18/11/2022.

OPAS - ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Brasil**. Página Inicial. OPAS, c2022. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/brasil>. Acesso em: 18/11/2022.

PORTO, Marcelo Firpo de Souza. Complexidade, processos de vulnerabilização e justiça ambiental: um ensaio de epistemologia política. **Risco, vulnerabilidade social e cidadania**, 2011. Disponível em: <https://journals.openedition.org/rccs/133>. Acesso em: 18/11/2022.

RIBEIRO, Helena. Saúde Pública e Meio Ambiente: evolução do conhecimento e da prática, alguns aspectos éticos. **Saúde e Sociedade**, v.13, n.1, p.70-80, 2014.

SANTOS, Maíra Azevedo dos; SOUZA, Anderson de Oliveira. Conhecimento de enfermeiros da Estratégia Saúde da Família sobre resíduos dos serviços de saúde. **Rev. Bras. Enferm**, v. 65, n. 4, p. 645-652, 2015.

SANTOS PIKANÇO, Claudia Fatima Moraes; PINHEIRO, Luci Faria. Política Nacional de Saúde Ambiental: Avanços e Desafios para sua Implementação. *In*: **II Seminário Internacional de Pesquisa em Políticas Públicas e Desenvolvimento Social - II SIPPEDES**, 2016, Franca / SP. II Seminário Internacional de Pesquisa em Políticas Públicas e Desenvolvimento Social - II SIPPEDES, 2016.

VENTURA, Katia Sakihama; MORAIS, Mariana Sedenho; VAZ FILHO, Paulo; BRUNETTI

JUNIOR, Agamemnon. Análise dos impactos da COVID-19 à coletade resíduos sólidos domiciliares, recicláveis e de serviços de saúde no município de Araraquara (SP), **Brasil. Eng Sanit Ambient**, v.26, n.4, p. 775- 784, 2021.

WHO - WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Coronavirus disease (COVID-19) pandemic**. Página Inicial. WHO, c 2022. Disponível em <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Acesso em: 18/11/2022.

ZANCUL, Eduardo de Senzi. **Gestão do ciclo de vida de produtos: seleção de sistemas PLM com base em modelos de referência**. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2009.

## **CONTRIBUIÇÕES DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA MICROEMPREENDEDORES EM PROCESSO DE EXPANSÃO**

**Camila Zanotelli Fereguetti<sup>1</sup>, Tadeu Emilio Bankete<sup>1</sup>, Samuel Potin<sup>2</sup>**

1 Acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis da Multivix<sup>2</sup> Mestre em Ciências Contábeis Professor da Multivix

### **RESUMO**

O trabalho a seguir trata sobre as contribuições e vantagens que o planejamento estratégico pode promover a MEIs que estão em processo de expansão e logo se enquadrarão como microempresas ou empresas de pequeno porte. Sabe-se que o planejamento estratégico é uma das formas de avaliar possibilidades, desenvolver estratégias para decisões mais assertivas e também para proporcionar direcionamentos. Nesse intuito, a contabilidade é a área que oferecerá todo suporte e orientação ao empresário mobilizando as ações que são mais viáveis à sobrevivência do negócio, pois, a partir do reenquadramento são outras realidades, outras demandas, outras metas e também outras estratégias. O objeto de estudo foi reconhecer o planejamento estratégico como ferramenta direcionadora para empresas em expansão e transição de reenquadramento. A metodologia empregada foi a pesquisa bibliográfica que reuniu

vários tipos de materiais, principalmente artigos e dissertações de mestrado que tratavam sobre o tema e estiveram publicadas entre os anos de 2013 a 2022. Os resultados apontaram que o planejamento estratégico é importante para os MEIs que estão crescendo, embora seja relevante e necessário para quaisquer portes empresariais. Para expandir os negócios, é necessário que o empreendedor conheça o terreno em que está atuando, as possibilidades que possui para crescer, os seus recursos e o quanto conseguirá fazer para permanecer competitivo. Por isso, as ferramentas do planejamento estratégico promoverão toda essa visão ao gestor da nova empresa. Para além disso, é preciso que o gestor através do planejamento estratégico conheça o novo enquadramento, o isso impactará na arrecadação fiscal, no limite de lucratividade e outras obrigações para a empresa, pois, não é apenas aumentar os lucros é equilibrar os processos.

**Palavras-chave:** Planejamento Estratégico, Expansão, Transição, Vantagens, Contabilidade Gerencial.

## **ABSTRACT**

The following work deals with the contributions and advantages that strategic planning can promote to MEIs that are in the process of expansion and will soon be classified as micro- enterprises or small businesses. It is known that strategic planning is one of the ways to evaluate possibilities, develop strategies for more assertive decisions and also to provide directions. In this sense, accounting is the area that will offer all support and guidance to the entrepreneur, mobilizing the actions that are most viable for the survival of the business, because, from the reframing, there are other realities, other demands, other goals and also other strategies. The object of study was to recognize strategic planning as a guiding tool for companies in expansion and restructuring transition. The methodology used was the bibliographic research that brought together various types of materials, mainly articles and master's dissertations that dealt with the subject and were published between the years 2013 to 2022. The results showed that strategic planning is important for MEIs that are growing, although it is relevant and necessary for any business size. To expand the business, it is necessary for the entrepreneur to know the terrain in which he is operating, the possibilities he has to grow, his resources and how much he will be able to do to remain competitive. Therefore, the strategic planning tools

will promote all this vision to the manager of the new company. In addition, it is necessary for the manager, through strategic planning, to know the new framework, which will impact on tax collection, on the profitability limit and other obligations for the company, because it is not only to increase profits, it is to balance the processes.

**Keywords:** Strategic Planning, Expansion, Transition, Advantages, Management Accounting.

## 1 INTRODUÇÃO

O universo empresarial é complexo e extenso no que se refere às especificidades e obrigatoriedades de cada tipo. Iniciando com o Microempresário Individual, o chamado MEI, este possui várias vantagens além de um regime tributário peculiar para levar alguns benefícios e fomentar o crescimento desse segmento que é responsável por boa parcela da movimentação da economia do Brasil. Muitos empreendedores saíram da informalidade através dessas vantagens provenientes das legislações específicas para esse público. Para compreensão, o microempreendedor individual é a pessoa que atua por conta própria e possui até um colaborador no máximo que recebe salário previamente acordado. O MEI não pode ter vínculo com outro tipo de trabalho (SAMMOUR; SILVA, 2020).

No entanto, muitos desses empresários crescem a ponto de ultrapassar os limites do enquadramento para o MEI que até esse ano de 2022 está em R\$81.000,00 por ano. Por um lado esse crescimento demonstra que o negócio tem grandes chances de ter êxito e por outro que a ideia do microempreendedor possui espaço para alcançar novas metas. É nesse momento que o crescimento faz com que o empreendedor necessite de mudança de enquadramento. Porém, não se trata apenas de readequar a empresa aos novos parâmetros, como nos casos de MEI que passam para Microempresas ou Empresas de Pequeno Porte. Trata-se também de uma mudança de pensamento, de conduta, de gestão e de apoio em ferramentas ligadas ao planejamento (TAMEIRÃO, 2021).

Diante disso, o planejamento estratégico pode ser um aliado para que o microempreendedor que antes estava acostumado a lidar com um tipo de negócio passe pelo período de transição conhecendo sobre sua empresa e adotando aos poucos as medidas mais adequadas.

Nesse intuito, a contabilidade é a área que oferecerá todo suporte e orientação ao empresário mobilizando as ações que são mais viáveis à sobrevivência do negócio, pois,

a partir do reenquadramento são outras realidades, outras demandas, outras metas e também outras estratégias. A visão para o crescimento não se pode apenas estar nos números e sim nas metodologias de trabalho que podem continuar levando a empresa a se expandir.

A contabilidade é importante para que o empreendedor que passa a ser microempresa passa também a necessitar de escriturações contábeis que até então eram desobrigados. Alguns livros como o razão e o de caixa são dispensados para os MEIs passando a ser obrigatórios a partir do enquadramento para ME. Alinhado a isso, tem-se o instrumento contábil como um elo mediador entre a situação de expansão e transição e as decisões que precisam ser tomadas dentro de um planejamento estratégico consistente (COSTA; FEITOSA FILHO, 2019).

A delimitação do tema serviu para que o leitor se situe mais precisamente no foco do assunto que será investigado e discutido. Sendo assim, foi compreender os métodos que o empreendedor pode adotar junto à sua empresa que se encontra em transição e expansão através dos princípios do planejamento estratégico e da contabilidade.

O objeto de estudo foi reconhecer o planejamento estratégico como ferramenta direcionadora para empresas em expansão e transição de reenquadramento. Diante do exposto, surge o problema de pesquisa indagando-se sobre como o planejamento estratégico pode auxiliar junto às empresas que se encontram em expansão?

O trabalho teve como objetivo geral verificar de que forma o planejamento estratégico pode colaborar para empresas que estão em processo de expansão. Os objetivos específicos foram analisar os aspectos de viabilidade na transição de MEI para ME; descrever as novas demandas desse enquadramento para o empreendedor; relacionar as ferramentas de planejamento estratégico com a boa gestão do negócio; elencar os papéis do contador nesse processo.

## **2 METODOLOGIA**

Para organização da pesquisa, a metodologia empregada atendeu aos preceitos de Gil (2018) em que classifica como básica, de abordagem quali-quantitativa e quanto aos objetivos, a pesquisa foi do tipo descritiva e exploratória em que o pesquisador terá como intencionalidade a aproximação do assunto. Dentre as bases de dados que foram consultadas está a Scielo, a Periódicos Capes e artigos indexados no Google Acadêmico. O critério temporal foi delimitado entre publicações de 2013 a 2022 possibilitando um recorte mais atual sobre o assunto.

Para fins de conhecimento e para adoção das medidas mais adequadas, torna-se importante a abordagem por se tratar de decisões e condutas que podem comprometer o sucesso da empresa. Quando o empreendedor está bem assessorado por um profissional contábil e de ferramentas estratégicas aumentam-se as chances de tomar decisões mais assertivas e manter o seu negócio por mais tempo competitivo.

A metodologia empregada nesse projeto foi fundamentada nos princípios de Gil (2018). Sendo assim, quanto a classificação da pesquisa escolheu-se pela básica considerando a construção de um conhecimento que será útil para consultas futuras dentro da comunidade acadêmica e também profissional. Quanto à abordagem, foi empregada a do tipo qualitativa considerando a necessidade de interpretação dos dados e informações.

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi do tipo descritiva e exploratória em que o pesquisador teve como intencionalidade a aproximação do assunto com o seu problema de pesquisa na condição de compreendê-lo melhor e assim contextualizá-lo dentro dos objetivos.

O método de abordagem foi o hipotético-dedutivo considerando o percurso realizado durante a pesquisa em que primeiramente se identificou um problema, levantou-se uma hipótese a qual foi testada durante o levantamento bibliográfico no trabalho de conclusão final. Os resultados obtidos foram discutidos em tópico próprio (MEDEIROS, 2019).

Quanto aos procedimentos, a pesquisa foi do tipo bibliográfica com adoção do método monográfico. A pesquisa bibliográfica é construída a partir de materiais já publicados em revistas, periódicos, manuais, dissertações de mestrado e teses de doutorado. Alguns livros também serviram de fonte de consulta para fundamentar conceitos mais primários. Foram utilizadas as palavras-chave: planejamento estratégico, expansão, transição, microempresa, vantagens, contabilidade gerencial.

Após a primeira consulta, foram observados todos os artigos filtrados e a partir do título e da disponibilização do material foi feita a primeira triagem. Após essa leitura prévia foi feita outra análise, agora na íntegra dos artigos, dissertações e teses para então observar o tipo de estudo e se o assunto está compatível com o delimitado para esse trabalho. Após essa etapa, foram feitos fichamentos e então a extração das informações que foram importantes para a pesquisa como por exemplo, o planejamento estratégico, seus princípios, ferramentas, auxílio da contabilidade nessa missão dentre outros elementos.

A estruturação do trabalho tem como idealização a divisão em capítulos que trataram sobre o microempresário individual, suas vantagens e características pelo enquadramento e o crescimento que alguns podem ter nas suas atividades. A partir desse ponto, foi abordado sobre a microempresa e suas novas demandas principalmente na visão contábil com a exigência de outras ações nos campos fiscais. No terceiro momento, foi falado um pouco mais sobre a necessidade de readequação não apenas nos trâmites legais, mas também da gestão que precisou se pautar de instrumentos contábeis e do planejamento estratégico como fontes de direcionamento das tomadas de decisão mais assertivas.

Após essa apresentação, foram discutidos os resultados no campo próprio e apresentados os resultados nas considerações finais do trabalho.

### **3 REVISÃO DE LITERATURA**

#### **3.1 O MICROEMPRESÁRIO INDIVIDUAL**

Para começar a entender sobre o microempresário individual é preciso primeiramente conhecer sobre o que é empreendedorismo, tendo em vista que é a partir desse pressuposto que o MEI é lançado no mercado. O empreendedorismo possui várias facetas e compreensões. Pode ser entendido como apenas uma ideia inovadora, como um processo, como um gerador de resultado, como um elo de ligação entre o indivíduo e uma oportunidade e principalmente, o empreendedorismo como uma ação (LOPES; LIMA, 2019).

Nesse cenário surge o microempreendedor que dá força e movimentação ao empreendedorismo. Trata-se de uma categoria de trabalhador que se enquadra dentro de um tipo de legislação podendo ter até um funcionário. O MEI é uma espécie de política pública se for considerada a potencialidade da sua inclusão social. Isso porque permite que várias pessoas saiam da informalidade ou mesmo do desemprego para se tornarem gestores do próprio negócio, da própria ideia. É importante dizer que a formalização do MEI também favorece a União, pois, cresce-se a arrecadação (XAVIER; SILVEIRA, 2022).

A figura do Microempreendedor Individual (MEI) foi criado pela Lei nº 128/2008 com o intuito de regularizar pessoas com atividades e pequenos negócios. Com isso, esses empreendedores conseguiriam ter acesso a diversos benefícios governamentais, da Previdência Social bem como pela conformidade fiscal (RATHKE; SILVA; SILVA,

2016).

Como forma de auxiliar esses empresários, o governo criou o regime tributário específico para os MEIs intitulado de SIMEI que continha o objetivo de promover o empreendimento com maior segurança e oportunidades. As várias vantagens que esse enquadramento proporciona vai desde os juros mais baixos em financiamentos e linhas de créditos específicas até as taxas fixas do regime tributária o que faz com que o empresário consiga se planejar com maior exatidão nos seus relatórios mensais (BUTIGNON, 2021).

Ao ultrapassar o limite de arrecadação anual, o MEI deve pedir seu desenquadramento como tal e solicitar nova adesão no tipo que mais atender aos critérios da empresa. Essa solicitação pode indicar que houve um crescimento na empresa o que demanda de melhor entendimento por parte do microempreendedor sobre vários tipos de processos gerenciais, fiscais e tributários para que sua empresa consiga se expandir diante dos ditames legais e estratégicos. A ampliação da receita demanda também de um melhor entendimento para gerir essa nova modalidade que dentro da contabilidade também requer outras condutas (SAMPAIO, 2020).

No entanto, o que por um lado pode parecer vantagem, por outro pode indicar limitações para o crescimento desses empreendimentos. Isso porque com o aumento da arrecadação que passa de R\$81.000,00 (oitenta e um mil reais) ao ano, essas empresas ficam obrigadas a modificar seu enquadramento a começar pelas Microempresas que podem faturar até R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) por ano (TAMEIRÃO, 2021).

O empreendedor deve compreender o significado da contabilidade, de gestão e planejamento estratégico para expandir o seu negócio da melhor maneira possível e com consistência para permanecer no mercado competitivo. É desse modo que terá condições de apoiar-se e tomar decisões assertivas para melhor administrar o seu negócio principalmente os que estão em mudança, em transição de enquadramento. Essas informações são geradas pelo setor contábil através de relatórios gerenciais, que são detalhados de acordo com cada segmento, atividade ou demanda dos empreendedores (MOTA, 2018).

### **3.2 ADEQUAÇÕES E REORGANIZAÇÃO: AÇÕES NECESSÁRIAS**

Até alguns anos atrás, a extensa e pesada carga tributária, não motivava os

empresários a abrir seus negócios contribuindo para a permanência de muitos deles na informalidade. Poucos conseguiam se organizar e iniciar suas atividades econômicas sob a regularidade. A carga tributária acabava sendo um empecilho para o crescimento desses negócios especialmente as micro e pequenas empresas (TAMEIRÃO, 2021).

Nessas condições, o MEI precisa fazer a solicitação para reenquadramento em outro regime seja ele na microempresa ou outro que atenda aos critérios. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2022) elenca que é necessário que o empresário gere um código para ser inserido no portal e justificar qual o motivo para o desenquadramento. É viável que se busque auxílio de um profissional contábil para maiores orientações e para verificação das condições e possíveis impostos que ainda não tenham sido pagos.

É preciso reconhecer que apenas as regularizações burocráticas não são suficientes para que a empresa que está em expansão, como por exemplo, o MEI passando para Microempresa consiga se adaptar e permanecer lucrativa no mercado competitivo. O empresário precisa estar preparado para as mudanças estruturais, financeiras, tributárias e de ações cotidianas que requerem planejamento e controle minuciosos. É nesse contexto que o planejamento estratégico surge. Toda e qualquer empresa demanda de planejamento estratégico que direcionará os processos que devem ser feitos conforme as metas traçadas promovendo assim a identificação dos pontos fortes e fracos além das ameaças e oportunidades (RATHKE; SILVA; SILVA, 2016).

As microempresas também possuem tratamento diferenciado se comparadas às empresas de maiores portes. Esse fato decorre do fato de que são inúmeros esses tipos de empresa no país e ainda pelo grande potencial de geração de renda e movimentação da economia do Brasil. Embora uma microempresa tenha um faturamento cinco vezes maior do que a de um MEI, ela ainda possui o benefício de ter simplificações das obrigações administrativas, tributárias, creditícias e outras espécies (FELTRAN et al., 2022).

O processo administrativo é composto pelo planejamento e em todas as suas esferas deve ser bem estruturado para que o gestor se aproxime mais precisamente da situação em que a empresa está. Por meio do planejamento é que as empresas conseguem prever o que irão fazer, quando, como e onde. Permite saber também sobre como farão para atingir seus objetivos desenvolvendo nos funcionários as habilidades e competências necessárias para contornar situações positivas sempre com foco no sucesso (ALMEIDA; OLIVEIRA, 2020).

Importante destacar que para que um empresário expanda seus negócios é preciso realizar além das verificações contábeis, também uma análise do mercado por meio da análise SWOT. É uma das principais ferramentas utilizadas no planejamento estratégico permitindo levantar dados importantes sobre o cenário em que a empresa atua ou irá atuar. A intencionalidade é que a empresa aproveite seus pontos fortes, elimine os pontos fracos ou os enfrente com estratégias eficientes, aproveite as oportunidades existentes no ambiente e proteja a empresa de ameaças (DALMOLIN, 2018).

Para todas essas estratégias é preciso que o profissional contábil esteja presente auxiliando, orientando e intervindo nas decisões a fim de demonstrar ao gestor quais os caminhos mais viáveis associando com a capacidade da empresa.

Segundo Souza et al., (2022), a contabilidade é a linguagem dos negócios trazendo para o gestor ou o microempresário auxílio para as tomadas de decisão e até mesmo direcionamentos importantes. A interpretação dos dados pela contabilidade é algo essencial para o crescimento do MEI nessa seara de competitividade que é o mercado. A jornada de crescimento do MEI é algo incerto e que demanda de muito planejamento e dados corretos a serem analisados.

Para Oliveira, Neves e Morais (2022), no ordenamento comum, os recursos de uma empresa oferecem suporte para que a mesma consiga se desenvolver e crescer de forma livre e atuante no mercado competitivo. No entanto, se for lançado um olhar econômico sobre muitas empresas, essas entram no mercado com recursos escassez ou mal empregados, limitados, desproporcionais à sua atual situação quiçá para uma expansão. Essa situação pode se agravar ainda mais se forem considerados os custos de transição e isso deve ser visto e posto pela contabilidade para que o microempreendedor tenha ciência das vantagens, mas principalmente dos riscos

### **3.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO**

Segundo Braga e Domingues (2018), o planejamento estratégico é um caminho que se trilha com a expectativa de se alcançar as metas principalmente em empresas que estão em processo de expansão e ainda não sabem ou sentem insegurança sobre os resultados que irão alcançar. Essa ferramenta poderá analisar melhor o ambiente externo da organização, identificando as oportunidades e ameaças, assim como o ambiente interno, também voltando um olhar mais detalhado sobre os pontos fortes e fracos da mesma. A interpretação do mercado de atuação é imprescindível para o

crescimento e para que se possa escolher o melhor caminho para se destacar frente aos concorrentes.

Criar um plano estratégico é uma ação fundamental do planejamento para a expansão do negócio. Tal plano auxilia na preparação de uma visão realista para o futuro da atividade e consegue maximizar o potencial que a empresa possui para alcance dos objetivos bem-sucedidos dos negócios. É viável dizer que não se pode confundir planejamento estratégico com planejamento de negócios, uma vez que esse último define metas apenas para um curto período de tempo ou até médio prazo. Já o planejamento estratégico tem uma visão para além do médio prazo, elabora as etapas para alcançar tais metas e cria as estratégias (BUTIGNON, 2021).

Para Soares Neto, Santos e Anjos (2019), é importante que os gestores apliquem as ferramentas do planejamento estratégico dentro de um cenário de expansão dos seus negócios, pois, ele contribuirá para aprimorar visões mais expansivas e minuciosas identificando também possíveis pontos fracos a tempo de intervir. É a partir dessa utilização que a organização conseguirá trilhar caminhos que visem à expansão dos negócios.

É importante conhecer as ferramentas de planejamento estratégico tendo em vista que muitas empresas pequenas falham ao identificá-las, ao aplicá-las e ao interpretá-las dentro da sua realidade. Esse fato é recorrente e também preocupante sendo um dos motivos do fracasso de alguns empreendimentos. A falta de informação é um dos fatores que pode promover esse resultado. Os principais objetivos do planejamento estratégico residem principalmente na elaboração de um guia que lhe permita traçar os caminhos pelos quais atingirá cada um dos propósitos da organização em cada uma de suas áreas permitindo que cada um de seus objetivos seja claro e como estes serão realizados (FERNÁNDEZ; MARTÍNEZ; NGONO, 2019).

Segundo Alves e Macedo (2019), o planejamento estratégico é uma responsabilidade inerente ao gestor ou empreendedor e se refere tanto à formulação de objetivos quanto à seleção dos cursos de ação a serem concretizados. É considerar três situações: onde estamos, para onde queremos ir e como iremos. Com isso o gestor analisará a situação organizacional, a missão, objetivos, políticas, estratégicas, valores e visão encontrando ou elaborando uma estratégia de solução.

### **3.4 AS VANTAGENS E BENEFÍCIOS**

Ao implementar modelos ou instrumentos do planejamento estratégico, as empresas poderão obter vantagens e benefícios. Para isso, é preciso que a empresa analise todos os seus recursos internos a fim de conhecer o seu funcionamento bem como a sua potencialidade para que o planejamento seja uma ferramenta de vantagem competitiva. No cenário competitivo, os recursos internos podem dizer muito sobre qual direcionamento tomar (BUTTNER, MORANO, 2013).

Para Falqueto et al, (2019), o planejamento estratégico embora traga muitas vantagens competitivas para as empresas, também encontra dificuldades de ser mantido em ambientes dinâmicos e complexos. Sabe-se que nem toda realidade empresarial é similar e por isso, em algumas realidades esse planejamento será melhor implantado e já em outra nem tanto. Há fatores que podem incidir sobre essa facilitação. O gestor precisa reconhecer que o planejamento estratégico promove vantagem sobre o ocompetidor e permite identificar novas oportunidades de crescimento. Isso para o MEI é imprescindível assim como para outras empresas como as micro.

Quando o MEI resolve expandir e usar o planejamento estratégico como fundamentação das suas decisões certamente estará trilhando um caminho mais promissor, considerando que cada estágio de crescimento dependerá da sua avaliação de várias métricas. Entenderá que sua relação com o ambiente externo é de suma importância para continuar crescendo e dando os passos de acordo com sua capacidade. Desse modo, o MEI em expansão deverá cultivar a mentalidade de flexibilizar, de inovar, de se readaptar, de readequar, de enfrentar desafios com criatividade e integrar vários setores e conhecimentos em prol de um objetivo: o crescimento (GOMES, 2019).

Outra vantagem para o MEI que está em período de transição é a ampliação do conhecimento acerca de vários aspectos do seu negócio. Isso porque terá que fazer registros, análises, interpretações dentre outras ações que visem à compreensão da sua realidade e assim consiga seguir em um campo sem muitas surpresas. As chances de erro vão diminuindo ao adotar essas condutas (FALQUETO et al., 2019).

Segundo Leite (2018), a vantagem para que seja competitiva não pode ser encontrada e nem superada pelos concorrentes e deve ser sustentável. Desse modo, a empresa se torna diferente no mercado e ainda consegue ter excelência na entrega dos seus resultados. Muitas vezes pensa-se que a vantagem competitiva é um produto, mas na verdade ela vai sendo adquirida durante a implementação do planejamento estratégico. Isso porque é nessa fase que a empresa vai decidindo que direção tomar.

O planejamento é importante para as empresas em expansão, pois, ele permite

que o gestor defina o que se pretende no futuro, quais são as metas, resultados e ajuda na identificação das ações e recursos necessários para que tais objetivos sejam alcançados. Em todo processo de expansão, o conhecimento ocupa lugar de destaque, devendo ser explorado para que represente um grande diferencial para a organização que está se formando (DAMIAN et al., 2021).

### **3.5 O MONITORAMENTO ESTRATÉGICO COMO FORMA DE ACOMPANHAR A EVOLUÇÃO**

Após todas as mudanças, enquadramentos, adaptações e estratégias surge o monitoramento estratégico como forma de acompanhar se toda essa transformação está se mantendo ou se precisa continuar tendo ajustes. Com isso, a nova empresa já reenquadrada e expandida, precisa adotar métodos de coleta de dados, de análise de índices para então criar parâmetros que sejam referência nas análises (VARELA et al., 2019).

Segundo Teixeira et al., (2018), o monitoramento faz parte do planejamento estratégico. É uma das etapas tendo em vista que é preciso avaliar o que está sendo feito para possíveis mudanças, ajustes ou continuar como está. Há uma relação entre os ciclos de planejamento, monitoramento, avaliação e direcionamento. Essa relação sempre deve promover resultados que direcionem o microempresário para novas e corretas decisões. É importante reconhecer que

o microempreendedor deve adotar estratégias de expansão e de planejamento que sejam passíveis de monitoramento, de avaliação, de coleta de índices para análise.

Carvalho (2020), cita como um dos instrumentos produzidos pelo monitoramento estratégico é a inteligência competitiva. Significa dizer que através do monitoramento e da compreensão dos índices e das potencialidades que a nova empresa está adquirindo é possível apontar para o surgimento desse elemento dentro do contexto empresarial.

O planejamento estratégico precisa ser monitorado para que seu ciclo seja efetivado. Para isso é prudente que ferramentas e instrumentos sejam adotados de acordo com o perfil de cada empresa sem desconsiderar sua necessidade. Mesmo o planejamento estratégico que está sendo implementado precisa de monitoramento (LUGOBONI et al., 2020).

As informações são importantes para quaisquer portes de empresas, e nas microempresas que são os próximos enquadramentos que o MEI pode adotar também não seria diferente. Sendo assim, a fonte de informação pode ser um indicativo ou um

subsídios para que o monitoramento seja bem feito. Todas as informações podem e devem ser usadas pois, podem indicar algo diferente. As fontes documentais, por exemplo, além das pessoais e institucionais podem contribuir potencialmente para o monitoramento da empresa (BARBOSA et al., 2019).

### 3.6 PESQUISAS ANTERIORES

Após o levantamento da literatura foi possível encontrar e organizar alguns resultados acerca da importância do planejamento estratégico para microempreendedores em expansão.

Os resultados iniciam-se com as especificidades apresentadas sobre o MEI que pode ser uma pessoa que tenha até um colaborador sendo regido por uma legislação específica como apontam Sammour e Silva (2020) com faturamento de até R\$81.000,00 no ano de 2022 como descreve Tameirão (2021) e sem necessidade de escrituração de livro caixa conforme afirmam Costa e Feitosa Filho (2019).

Já Rathke, Silva e Silva (2016) citam a lei que o criou a qual se trata da 128/2008 trazendo todos os conceitos, obrigações legais, direitos e deveres assim como afirma Butignon (2021) dizendo que o MEI possui regime tributário próprio. Para Lopes e Lima (2019), os conceitos de MEI vão além das especificidades técnicas citadas até o momento. Para esses autores o MEI pode ser entendido como um processo, como uma ideia inovadora ou como uma ação que realmente é a que mais o dá significado.

Nessa mesma linha de raciocínio, estão Xavier e Silveira (2022) que afirmam que o MEI é uma forma de legalização de algumas ações e atividades de pessoas que até então viviam na informalidade ou até no desemprego. Torna-se, portanto, na visão dos mesmos, uma oportunidade de crescimento. Já Tameirão (2021) reforça que essa falta de formalidade pode ser proveniente da grande e pesada carga tributária que o Brasil possui, inibindo o enquadramento dos negócios e a contribuição correta para a economia.

As questões do MEI também são apresentadas por Mota (2018) que já permanece na linha tênue entre o enquadramento ou reconhecimento do MEI e sua possibilidade de passar a ser microempresa. Para o autor, o MEI precisa solicitar seu desenquadramento caso esteja faturando mais do que o limite supracitado. O SEBRAE (2022) também orienta que caso o MEI comece a apurar um faturamento acima de R\$81.000,00 deve pedir seu reenquadramento.

No entanto, é válido trazer o pensamento de Rathke, Silva e Silva (2016) que citam

que não basta apenas regularizações burocráticas para reenquadramento. É preciso usar planejamento, estratégias para que o negócio continue sendo lucrativo. Feltram et al (2022) citam que não apenas o MEI consegue benefícios. As microempresas também possuem alguns tratamentos diferenciados o que pode ser um benefícios para o MEI em expansão que vá se enquadrar nessa nova modalidade sem sentir tanto.

Complementando, tem Dalmolin (2018) trazendo que para o planejamento também devem ser consideradas as análises contábeis. Souza et al., (2022) concordam com ele dizendo que a contabilidade é a linguagem dos negócios e, por isso, não pode ser afastada das análises e dos planejamentos.

Oliveira, Neves e Moraes (2022) dizem que os recursos financeiros de um negócio devem ser acompanhados minuciosamente, pois, influenciarão no crescimento. Em casos de má gestão, má emprego ou ausência de acompanhamento, a empresa pode não continuar crescendo ou dando um passo além do que pode.

Adentrando para o âmbito do planejamento estratégico propriamente dito, Braga e Domingues (2018) afirmam que é uma ótima ferramenta para o processo de expansão. Butignon (2021) também confirma essa ideia dizendo que é uma opção assertiva tendo em vista a possibilidade de desenvolver uma visão em médio prazo do negócio e do campo a ser trilhado. No entanto, segundo Soares Neto, Santos e Anjos (2019) para obter esse patamar de excelência é preciso que os gestores apliquem as ferramentas estratégicas corretas e mais adequadas ao negócio. E, para essa aplicação segundo defendem Fernández, Martinez e Ngonu (2019) o gestor precisa conhecê-las.

A direção também é relevante segundo Alves e Macedo (2019) devendo ser um fator do processo, pois, quando se sabe onde está e para onde vai, é provável que esteja dando o primeiro passo para uma expansão exitosa. As vantagens e benefícios da expansão estão elencados no trabalho de Buttner e Morano (2013) que dizem que estão nos próprios recursos internos da empresa, ou seja, financeiros, humanos e estruturais. Já para Falqueto et al (2019) embora seja vantajoso, o planejamento estratégico nem sempre encontra campos propícios para sua implantação e continuidade. Mas também afirmam que promover a expansão do negócio é promover a aquisição de mais conhecimento da atividade e de todo o processo. Damian et al., (2021) concordam dizendo que o conhecimento sempre ocupa um lugar de destaque.

Leite (2018) diz que a vantagem não ser qualquer uma, ou seja, ela deve ser aquela que não pode ser superada facilmente pela concorrência e deve ser sustentável.

Para que todos os processos deem certo é preciso que haja o monitoramento. Os

autores foram categóricos ao falar que o monitoramento faz parte do ciclo do planejamento estratégico e também deve usar estratégias para que os resultados sejam passíveis de análise segundo apontam Carvalho (2020) e Teixeira et al., (2018).

Varela et al., (2019) acreditam que através do monitoramento é que se consegue acompanhar todo o processo feito até um determinado momento. Para que o ciclo seja efetivado é preciso que haja avaliação e monitoramento conforme apontam Lugoboni et al., (2020). Barbosa et al., (2019) além de concordarem com todos esses pontos ainda complementam que as informações para que exista um bom monitoramento são a base de todo o processo e assim aumentam as chances da expansão ser exitosa.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo da pesquisa é reconhecer o planejamento estratégico como ferramenta direcionadora para empresas em expansão e transição de reenquadramento. Para tanto utilizou-se a metodologia da pesquisa bibliográfica que reuniu a literatura e alguns estudos feitos na área para apresentar como o planejamento estratégico pode auxiliar os empreendedores a expandir seus negócios.

Após a realização desta pesquisa evidenciou-se com o levantamento da literatura que o planejamento estratégico deve ser adotado pelos microempresários individuais que desejam expandir ou já se encontram dentro desse processo. Isso porque os autores pesquisados demonstraram que o planejamento dará suporte e uma melhor visão sobre os passos a serem dados. É importante dizer que o planejamento estratégico também engloba a questão financeira da empresa tendo em vista o reenquadramento, as novas obrigações, o volume de faturamento que está mudando e que inclusive é um dos principais pontos que levou o MEI a crescer. Por isso, o planejamento estratégico também pode direcionar para quais aplicações tomar, em que investir financeiramente, quais os setores irão sofrer maiores impactos e assim por diante.

Todo negócio precisa de planejamento e isso foi evidenciado nessa pesquisa. Um MEI com seu faturamento precisa de gestão e de planejamento para aplicar assertivamente seus recursos em prol do seu crescimento. Uma microempresa precisa adotar a mesma conduta e agora com maior atenção ao crescimento dos lucros e assim sucessivamente. O planejamento estratégico compõe um ciclo de crescimento e expansão dos negócios e, por isso, deve ser explorado por profissionais da área contábil e administrativa.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. S. C.; OLIVEIRA, S. S. Planejamento Estratégico em Empresas de Pequeno Porte. **Revista Gestão & Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 38-56, 2020.

ALVES, R.L.; MACÊDO, M. E. C. O Papel do Controller no Planejamento Estratégico de uma Empresa. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 13, n. 43, p. 45-61, 2019.

BARBOSA, E. R. et al. Uso de fontes de informação no monitoramento dos ambientes organizacionais: subsídios para o planejamento estratégico em bibliotecas universitárias brasileiras. **Em Questão**, v. 25, n. 1, p. 442-472, 2019.

BRAGA, M. M. DOMINGUES, H. **Planejamento estratégico**: um estudo de caso na Tumat Store. Disponível em: <https://dspace.doctum.edu.br/bitstream/123456789/2113/1/PLANEJAMENTO%20ESTRAT%c3%89GICO.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2022.

BUTIGNON, R. L. **MEI**: como formalizar e gerenciar empresas. São Paulo: Expressa, 2021.

BUTTNER, A.; MORANO, R. S. Vantagem competitiva através do Planejamento Estratégico: avaliação de firmas brasileiras de autopeças. **Revista Gestão da Produção Operações e Sistemas**, v. 9, n. 3, p. 25, 2013.

CARVALHO, D. E. Inteligência Competitiva: uma ferramenta de apoio estratégico às empresas brasileiras. **Brazilian Journal of Business**, v. 3, n. 1, p. 2-15, 2021.

COSTA, M. L. da; FEITOSA FILHO, R. I. A importância da contabilidade no processo de desenvolvimento do microempreendedor individual (MEI). **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 10, n. 2, p. 154-163, 2019.

DAMIAN, I. P. M. et al. Gestão do conhecimento para o planejamento

estratégico na pandemia: um estudo de caso em um observatório de cooperativas. **Palavra chave**, v. 11, n. 1, p. 144-144, 2021.

DALMOLIN, G. **Análise estratégica para um microempreendedor individual de varejo de vestuário**. 2018. 42 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Faculdade Antonio Meneghetti. Restinga Seca, 2018.

FALQUETO, J. M. Z. et al. Avaliação da implantação do planejamento estratégico em uma universidade pública: barreiras, facilitadores e eficácia. **Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)**, v. 24, p. 357-378, 2019.

FELTRAN, A.de A. et al. Transição de microempreendedor individual para microempresa: alterações necessárias para o processo. **Revista Ibero- Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 10, p. 859-874, 2022.

FERNÁNDEZ, S. R. H.; MARTÍNEZ, L. Á. M.; NGONO, R.A. F. Barreiras que dificultam o planejamento estratégico nas organizações. **Tendências**, v. 20, n.1, p. 254-279, 2019.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GOMES, G. A. F. G. **Estratégia de vantagem competitiva**: um estudo por meio do modelo VRIO aplicado a um hotel. 2019. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal Rural do Semi-Árido. Mossoró, 2019.

LEITE, A. F. **Planejamento estratégico nas microempresas em Pau dos Ferros /RN**. 2018. 34 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciência e Tecnologia) – Universidade Federal Rural do Semi-Árido. Pau dos Ferros, 2018.

LOPES, R. M. A. ALMEIDA. LIMA, E. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 59, p. 284-292, 2019.

LUGOBONI, L. F. et al. Proposta de implantação do BSC para monitoramento do

planejamento estratégico em um escritório contábil. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 14, n. 2, p. 140-155, 2020.

MEDEIROS, J. B. **Redação científica**: prática de fichamentos, resumos, resenhas. 13ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MOTA, L.A. **A importância da contabilidade gerencial e do planejamento estratégico**: estudo de caso nas micros e pequenas empresas. 2018. 37 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) –Centro Universitário de Brasília. Brasília, 2018.

OLIVEIRA, E. A. B. de; NEVES, F. J. T.; MORAIS, A. P. de O. O tratamento diferenciado das microempresas e empresas de pequeno porte no Brasil e as tendências law and economics. **RFD-Revista da Faculdade de Direito da UERJ**, n. 41, p. 1-33, 2022.

RATHKE, A. A. T.; SILVA, C. do N.; SILVA, F. P. da. A disparidade de carga tributária na transição do microempreendedor individual (MEI) para a microempresa (me). **Receita Federal**, p. 98, 2016.

SAMMOUR, J. R.; SILVA, C. R. As peculiaridades do microempreendedor individual (MEI) e a perspectiva do profissional contábil na cidade de Britânia/GO para essa modalidade empresarial. **Revista de Estudos Interdisciplinares do Vale do Araguaia-REIVA**, v. 3, n. 01, p. 21-21, 2020.

SAMPAIO, R. M. A. **Uma análise da produção científica sobre microempreendedor individual no Brasil**. 2020. 63 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Potiguar. Natal, 2020.

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Transição: **MEI para Microempresa**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/quando-e-como-ocorre-a-transicao-de-mei-para-microempresa,4d4df1751e2d7410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Se>

%20o%20MEI%20ultrapassou%20o,no%20site%20do%20Simples%20Naciona I..  
Acesso em: 05 jun. 2022.

SOARES NETO, E. S.; SANTOS, F. B. **Levantamento de problemas e busca de soluções através de planejamento estratégico e ferramentas administrativas.** 2019. Disponível em:  
<http://repositorio.fucamp.com.br/bitstream/FUCAMP/473/1/Levantamentoproblemasbusca.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2022.

SOUZA, M. S. de et al. Não Obrigatoriedade de Contabilidade Para o Microempreendedor Individual, Incentivo ou Morte Certa? **Anais...** 19ª Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade. São Paulo. 27 a 29 de julho de 2022.

TAMEIRÃO, N. L. **De MEI para microempresa:** análise da viabilidade da transição de uma empresa de marketing de conteúdo. 2021. 100 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão Estratégica) – Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2021.

TEIXEIRA, L. I. L. et al. Governança em IFES do Nordeste: Concepção, Execução e Monitoramento da Gestão Estratégica. **Revista Organizações em Contexto**, v. 14, n. 28, p. 265-291, 2018.

VARELA, R. et al. Sistema de Monitoramento Estratégico para a Gestão em Saúde. **Journal of Health Informatics**, v. 11, n. 2, 2019.

XAVIER, A. C. de O.; SILVEIRA, H. E. da. Microempreendedor individual na região norte e seus desafios: ênfase nos desafios enfrentados na pandemia de COVID-19. **Revista Novos Desafios**, v. 2, n. 1, p. 19-32, 2022.

## **DISTRAÇÃO E TRABALHO: HÁ QUALIDADES QUE FAZEM ALGUNS EMPREGADOS SE DESTACAREM EM COMPARAÇÃO A OUTROS?**

Daiane Passigate de Oliveira, Elineide Pivetta e Mailson Rodrigo Schultz

Cecília Montibeller Oliveira

### **RESUMO**

Nos tempos atuais, é muito percebida na sociedade a vontade de conseguir dinheiro sem trabalhar, mas essa idealização de muitos é vivida por poucos. A globalização, por sua vez tem proporcionado cada vez mais o acesso do ser humano a tecnologias que, quando utilizadas corretamente, auxiliam no desempenho das funções do trabalhador, por exemplo, em setores de tecnologia da informação mas, quando utilizada em demasia, essas redes podem afetar negativamente a vida do colaborador, - que, por vezes, perde o interesse no trabalho e deixa de realizar suas funções para navegar por suas redes sociais. Essa distração causada pelas redes pode ser evitada quando, mesmo tendo acesso a elas, a pessoa consiga controlar seus impulsos e deixar de lado o celular, ou até mesmo, ter domínio sobre sua mente e, mesmo fazendo uso de seu celular para trabalhar, consiga inibir sua vontade de fazer uso deste para fins pessoais.

### **ABSTRACT**

In current times, the desire to earn money without working is widely perceived in society, but this idealization of many is experienced by few. Globalization, in turn, has increasingly provided human access to technologies, which when used correctly help in the performance of worker functions, for example in information

technology sectors, but when used in excess, these networks can affect negatively affects the life of the employee, who sometimes loses interest in work and stops performing his duties to browse his social

networks. This distraction caused by the networks can be avoided when, even having access to them, the person manages to control his impulses and put the cell phone aside, or even have control over his mind and even using his cell phone to work, manages to inhibit his will to use it for personal purposes.

## INTRODUÇÃO

O termo trabalho há muito foi associado a sacrifícios e, até os tempos atuais, por alguns, é visto como tal. Com o trabalho ligado a algo ruim e/ou penoso, o trabalhador tem certa facilidade em se distrair. A crescente divulgação e desenvolvimento de novas tecnologias tem contribuído com essa dispersão no local de trabalho, pois ao facilitar a comunicação entre os usuários permite que durante o horário de trabalho os funcionários resolvam questões pessoais e diminuam sua produtividade, já que de acordo com Carvalho, Silva e Oliveira (2012, apud Albíro Gonçalves) “pessoas que navegam dentro de um limite de menos de 20% do tempo de trabalho são mais produtivas, rendendo cerca de 10% a mais em comparação com aqueles que não têm contato com a Internet”.

Cardoso (2020) afirma que as distrações do cotidiano fazem com que simples atividades levem o dobro do tempo para serem concluídas, ainda de acordo com a matéria, é necessário que o funcionário veja sentido em seu trabalho, que seja satisfeito com aquilo que faz, assim o mesmo será mais produtivo e aumentará seu foco.

Driblar as distrações não é fácil, para conseguir diminuir o impacto destas inovações em sua vida o colaborador deverá ter algumas características e diferenciais para se destacar ante este cenário. Uma característica que pode ser citada como exemplo é a autonomia, já que, de acordo com matéria do site Ponto Tel, a autonomia é a liberdade que o funcionário tem para agir no seu local de trabalho, mas essa liberdade não é o direito para que o mesmo faça o que bem entende na hora que quiser, ele faz sua gestão de trabalho, estipulando qual melhor

horário para desenvolver suas tarefas (Ponto Tel 2021).

## JUSTIFICATIVA

Observando o mundo atual, percebe-se que as tecnologias podem causar distração às pessoas nos mais diversos cenários. No trabalho essa distração pode ser um grande problema. Mesmo assim, alguns colaboradores, se destacam não permitindo que essas tecnologias os distraiam. Essa distração, afeta de maneira negativa a produtividade das empresas e acarreta em gastos maiores.

De acordo com matéria do Extra, as empresas tem um gasto de 30% maior devido a distração dos funcionários, ainda segundo a mesma matéria, as principais causas da distração são “endividamento pessoal; desmotivação por tarefas repetitivas e não criativas; problema de relacionamento com líderes ou liderança autoritária; e baixa remuneração” (EXTRA, 2020). De acordo com o disposto no artigo 482, alínea e da CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas, a falta de atenção no trabalho, ou como previsto na CLT, “desídia no desempenho das respectivas funções” (BRASIL, 1943), podem causar a demissão por justa causa do trabalhador.

Neste cenário conhecer as características dos funcionários e saber quais se destacam dentro do grupo é cada vez mais importante, visto que assim será possível conhecer aqueles com maior potencial de crescimento e treinar os demais para que haja um aumento da produtividade e evitando assim gastos com demissões.

## DELIMITAÇÃO DO TEMA

Com o grande avanço das tecnologias, e o surgimento de novidades cada vez mais acelerado, a distração por meio destes tem se tornado um grande problema para a sociedade. O Brasil, em uma escala global é o segundo país com o maior número de acessos as redes sociais portanto não é incorreto imaginar que tais redes são utilizadas pelos brasileiros durante o horário de trabalho para fins pessoais (LUMIUN, 2020).

Partindo do que é apresentado por Capellozza *et al.* (2017), Duarte e Alfredo (2018) e levando em consideração o crescente desenvolvimento de novas tecnologias e o maior risco de distração por uso das mesmas, o presente trabalho busca entender quais qualidades fazem com que uns empregados se destaquem dentre os demais e se dentro do Grupo Lima na filial de Santa Maria de Jetibá há alguém com tais características.

Durante a análise do grupo, será avaliado por meio de observação e aplicação de questionários, se os componentes da entidade apresentam alguma das qualidades listadas por UNIPAR (2021) que são: “Equilíbrio Emocional, Habilidades técnicas; Liderança; Trabalho em equipe; Autonomia; Proatividade; Comunicação; Flexibilidade; Resiliência; Domínio Tecnológico; Comprometimento; Autoconhecimento e Busca Constante por Conhecimento”

## **PROBLEMA DA PESQUISA**

O crescente desenvolvimento e surgimento de novas tecnologias tem ajudado na evolução da humanidade, mas seu uso desenfreado traz muitos perigos e problemas. Como dito por Bonatto *et al.* (2019, apud Klauer *et al.* 2014)

Um aspecto que tem sido muito estudado no campo da segurança viária é o perigo representado pela realização de uma segunda tarefa junto à direção, principalmente o uso de celular em função do fenômeno da massificação do aparelho nos últimos anos

Neste cenário, o uso desenfreado das redes, tem se expandido por toda cadeia de obrigações das pessoas, e seu uso tem sido percebido no local de trabalho, como afirmado por Capellozza *et al.* (2017), “Não é raro observar profissionais que utilizam seus dispositivos móveis durante o expediente de trabalho, com intuitos pessoais e de modo abusivo”. Mesmo com tal disponibilidade das redes, algumas pessoas possuem características que permitem seu destaque em meio a tal distração, saber quais são essas características permite que o funcionário seja notado e devidamente recompensado, além de permitir que os demais sejam treinados e a produtividade seja aumentada na entidade.

## **HIPÓTESE**

Em relação a distração causada pelas tecnologias de informação, alguns empregados possuem qualidades que fazem com que estes se destaquem em comparação aos outros.

## **OBJETIVOS**

Os objetivos do presente trabalho foram divididos em geral e específicos conforme descrição dada a seguir:

### **OBJETIVO GERAL**

Identificar por meio da aplicação de questionários quais qualidades diferenciam os funcionários dentro da Filial do Grupo Lima em Santa Maria de Jetibá.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar, dentre os 30 funcionários da filial do Grupo Lima em Santa Maria de Jetibá se há algum que se destaque mesmo com a distração causada com as tecnologias;
- Elencar quais as redes sociais/aplicativos mais utilizados durante o horário de trabalho;
- Definir quais características são comuns entre os funcionários que se destacam mesmo com a distração causada pelas tecnologias.

## **METODOLOGIA**

Conforme Moresi *et al.* (2003), o presente estudo se classificará como (i) Pesquisa bibliográfica, (ii) Pesquisa de campo e (iii) Estudo de caso, por contextualizar o tema através de material acessível ao público, principalmente por meio de artigos científicos; aplicação de questionários e definição de uma empresa específica para aplicação dos questionários, respectivamente. A leitura das fontes referentes ao tema de interesse será útil para, além de subsidiar o desenvolvimento do texto do artigo final, elaborar um questionário

semiestruturado composto por questões objetivas de múltipla escolha que será aplicado a todos os funcionários do Grupo Lima – filial de Santa Maria de Jetibá.

A fim de validar estatisticamente os dados coletados através da aplicação do questionário aplicar-se-á aos dados o teste Qui-quadrado, testando-se as seguintes hipóteses:

- $H_0$  = os grupos testados são independentes; e,
- $H_1$  = os grupos testados não são independentes.

Será considerado estatisticamente significativo um p-valor menor que 0,05 ( $p$ -valor < 0,05), isto é, para um  $p$ -valor menor que o nível de significância, rejeita-se a hipótese  $H_0$  de independência dos grupos. Os dados serão tabulados e analisados em planilha eletrônica por meio das quais também serão produzidos gráficos dos resultados da pesquisa.

O Grupo Lima, é um Provedor de internet, mas nem sempre foi assim. No início de sua história na década de 90, ela atuava no mercado de informática ofertando acessórios, manutenção e venda de computadores e cursos de informática. Neste início, há 20 anos, a empresa era denominada LimaInfo, como muitos clientes ainda hoje se referem a organização, mas com o passar dos anos e a evolução de suas tecnologias e serviços, ela passou a ser o Grupo Lima e hoje atua em mais de 09 cidades do Espírito Santo.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Em primeiro lugar, definiremos o que é distração. A distração é a falta ou ausência de atenção. Ato de estar disperso, alheio ao que ocorre a sua volta. Essa ausência de concentração pode causar acidentes, um exemplo dessa situação é o uso de celular ao dirigir, de acordo com uma matéria divulgada pela CNN Brasil, o uso de celular no volante é responsável por cerca de 57% dos acidentes sofridos por condutores na faixa etária de 20 a 39 anos (apud ABRAMET).

O termo trabalho tem origem no termo tripalium, que se traduz para “instrumento feito de três paus aguçados, algumas vezes ainda munidos de pontas de ferro, nas quais agricultores bateriam o trigo, as espigas de milho, o

linho, para rasgá-los e esfiapá-los.” (RIBEIRO e LEDA, 2005, apud ALBORNOZ, 1994 P. 10). Devido as atividades penosas que eram desenvolvidas, o trabalho humano foi por muitos anos associado a ideia de fardo e sacrifício, tanto que era desprezado pelos cidadãos livres na Grécia antiga, nos dias atuais, podemos ver resquícios dessa ideia de fardo na sociedade, quando o maior sonho dos empregados é ser rico e parar de trabalhar.

Foganholo, Muniz e Vieira (2015) conduziram uma pesquisa com o objetivo de analisar o uso particular e excessivo de comunicadores instantâneos no ambiente de trabalho. Os autores empregaram uma abordagem qualitativa com o uso de entrevista semiestruturada baseada em roteiro para coleta de dados.

A população de estudo da pesquisa foram profissionais que exercem atividades remuneradas por pelo menos 6 meses e que realizem o uso de aplicativos de comunicação instantânea durante o expediente. Inicialmente os autores realizaram um levantamento bibliográfico sobre o uso excessivo de Internet por meio de aplicativos de troca de mensagens e, dentre os estudos encontrados foi utilizado o de Davis et al. (2002) como base para a elaboração do roteiro de perguntas para medir o uso excessivo e compulsivo da Internet.

Em seguida, ocorreu a seleção das pessoas que seriam entrevistadas, selecionando cinco usuários de comunicadores instantâneos de diferentes gêneros, idade e atividades profissionais. Os resultados encontrados destacam que há o uso de aparelhos celulares com Internet pelos entrevistados e também por seus colegas de trabalho. Constatou-se uma atenuação da concentração devido as distrações recorrentes do envio de mensagens nestes aplicativos. Identificou-se de forma latente a necessidade em manter-se conectado neste meio virtual de conversas, através de interações com os colegas, o que demonstra que o conforto social e isolamento estão presentes nas respostas dos entrevistados e atuam concomitantemente.

Orhan et al. (2021) conduziram um estudo com base em um conjunto de dados originais de 369 funcionários que trabalham em diversas organizações do setor privado, representando uma variedade de áreas, cargos e indústrias a fim de examinar a questão da distração e interrupção promovida pela tecnologia no local de trabalho. Os resultados mostram que as comunicações paralelas influenciam positivamente o desempenho no trabalho e afetam negativamente a autorregulação e o engajamento no trabalho. Conforme os autores, esses

resultados enriquecem a literatura sobre transformação digital e têm implicações práticas para gerentes e empresas que implementam acordos específicos para nutrir e adotar ecossistemas digitais bem-sucedidos.

Em pesquisa da UNIPAR (2021) são listadas 13 qualidades mais buscadas por grandes empresas no mercado, são elas: equilíbrio emocional; habilidades técnicas; liderança; trabalho em equipe; autonomia; proatividade; comunicação; flexibilidade; resiliência; domínio tecnológico; comprometimento; autoconhecimento e busca constante por conhecimento e, de acordo com Catarina, Duarte e Alfredo (2018, p. 28)

a distração recorrente do uso desenfreado das redes sociais tem causado problemas nos mais variados âmbitos de interação entre as pessoas. O acesso imotivado, sem a necessidade de consecução de uma tarefa específica, ou a distração no que visará previamente fazer, tornam-se práticas comuns e perigosas, porque tendem a aumentar o tempo de exposição a conteúdos diversificados, vindo a impedir o regular desenvolvimento das atividades básicas do cotidiano.

nas empresas, uma das desvantagens das redes sociais é o possível vazamento de informações. Compartilhar o entrosamento com os colegas de trabalho e algumas atividades pode ser uma forma interessante de engajamento e marketing, porém tem que haver cuidado e avaliação do que pode transmitir uma imagem boa ou ruim da marca. (CATARINA, DUARTE E ALFREDO, 2018, p 29, apud Para Ver 2014.)

Tendo conhecimento que, de acordo com Moromizato *et al* (2017, p.498) o uso excessivo da internet pode ocasionar

alterações na qualidade do sono, na nutrição e na atividade física, menor desempenho acadêmico ou profissional e prejuízo nos relacionamentos interpessoais. Além disso, diversas pesquisas relacionam a AI aos transtornos de humor, transtorno de déficit de atenção e hiperatividade, transtorno de uso de substâncias, ansiedade, ansiedade social, solidão, baixa autoestima, menores níveis de atividade física, hostilidade e comportamento agressivo, comportamento compulsivo, impulsividade, maiores taxas de transtornos de personalidade, menor felicidade e vitalidade subjetivas, prejuízos na saúde mental de forma geral e suicídio

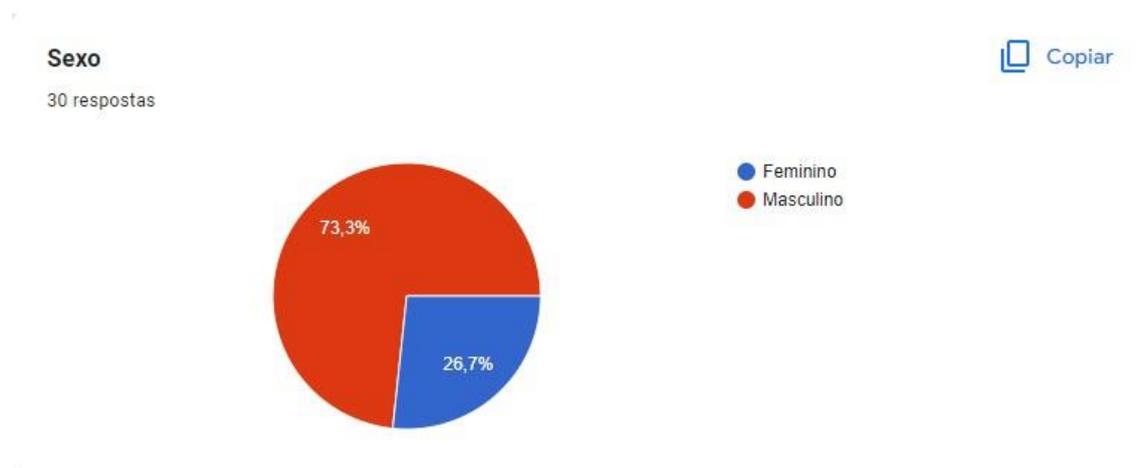
É possível perceber que a o uso da internet, assim como das redes sociais, causa não só a distração, mas também danos graves a saúde. Logo buscar formas de dosar o uso destas tecnologias no cotidiano é fundamental para que não haja nenhum prejuízo ao usuário.

Nas entidades, uma forma de realizar este controle, são os treinamentos, pois como relatado por Cardoso (2020), um empresário percebeu que seus

funcionários perdiam produtividade devido ao mau uso do whatsapp, ao realizar vários treinamentos com sua equipe o mesmo aumentou sua produtividade e a empresa aumentou seus atendimentos de 30 para 90 clientes por dia. Essa é uma boa forma de controle para empresas que tem equipes em trabalho de campo, pois dentro das instalações físicas, podem existir regras e restrições nas redes de wi-fi, mas quando as equipes vão a campo, essas restrições devem ser cobradas pelos próprios colaboradores, visto que as limitações impostas dentro das instalações deixam de obrigá-los a obediência com o distanciamento.

## RESULTADOS OBTIDOS

O grupo que respondeu ao questionário é composto em sua maioria por homens, sendo no total 22 contra 8 mulheres resultando assim nos 30 colaboradores.

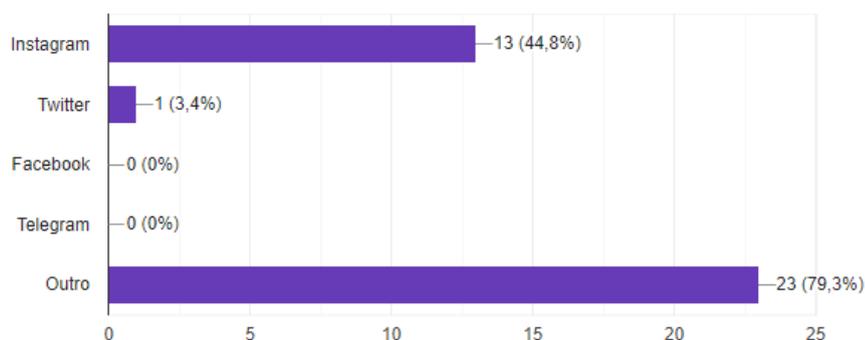


Foram listadas 4 redes sociais, para que os colaboradores evidenciassem quais delas eram mais utilizadas para assuntos pessoais, da amostra de 30 pessoas, 1 não respondeu. Das 29 respostas, 1 utiliza instagram, twitter e outros, 6 instagram e outros, 6 somente instagram, 16 somente outros.

### Durante o trabalho, quais dos aplicativos abaixo você acessa para fins pessoais?



29 respostas

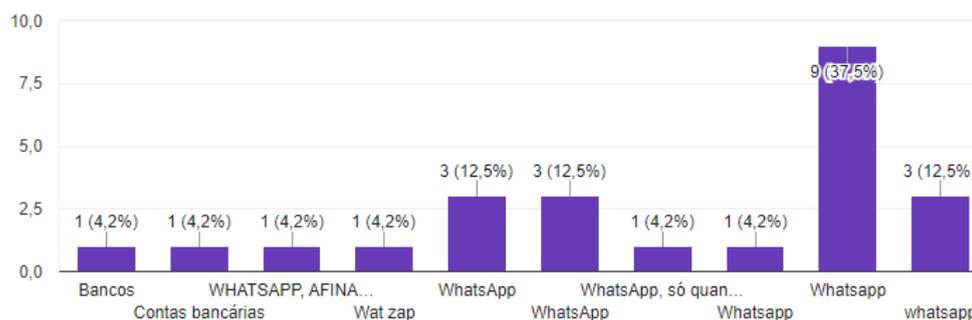


Dos entrevistados, 22 utilizam o Whatsapp para fins pessoais durante o horário de trabalho, 2 utilizam aplicativos bancários e 6 não responderam.

### Descreva abaixo qual:



24 respostas

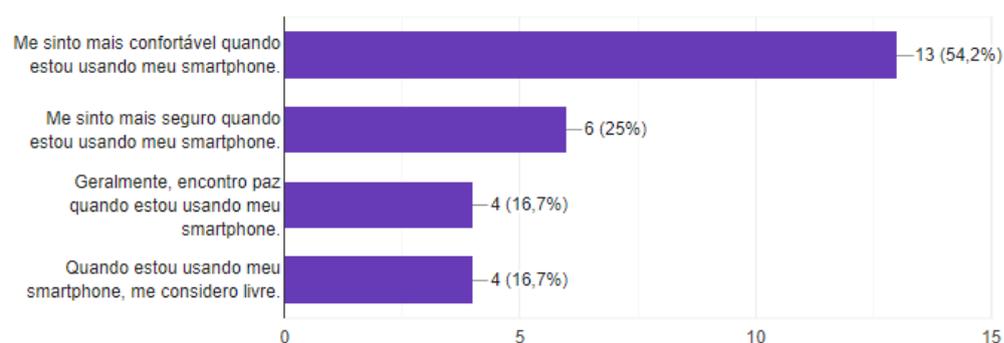


Grande parte do grupo, avaliou o uso dos aparelhos celulares como fonte de segurança no dia-a-dia. Respondendo que ao fazer uso do aparelho se sentem confortáveis. No total 24 responderam e 6 se abstiveram. Do grupo que respondeu, 1 assinalou todas as alternativas, 12 afirmaram que se sentem confortáveis ao utilizar o celular, 5 afirmaram sentir segurança com o uso do aparelho, 3 disseram sentir paz ao utilizar o smartphone, 3 consideram ser livres ao utilizar o celular.

### Conforto Online



24 respostas

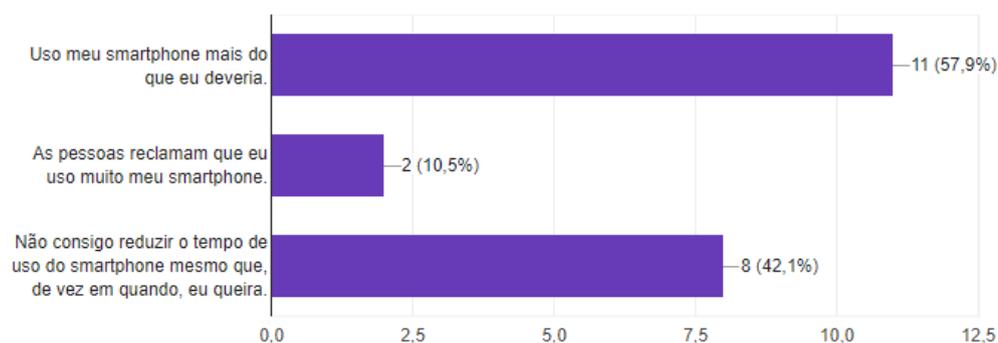


De todos os entrevistados, 1 respondeu que usa o celular mais do que deveria e que não consegue reduzir o uso, 1 respondeu que as pessoas reclamam do tempo que gasta no celular e que não consegue reduzir o uso, 10 responderam que usam o celular mais do que deviam, 1 respondeu que as pessoas reclamam do tempo despendido com o celular, 6 assinalaram que não conseguem reduzir o uso e 11 não responderam a questão.

### Controle Reduzido de Impulso

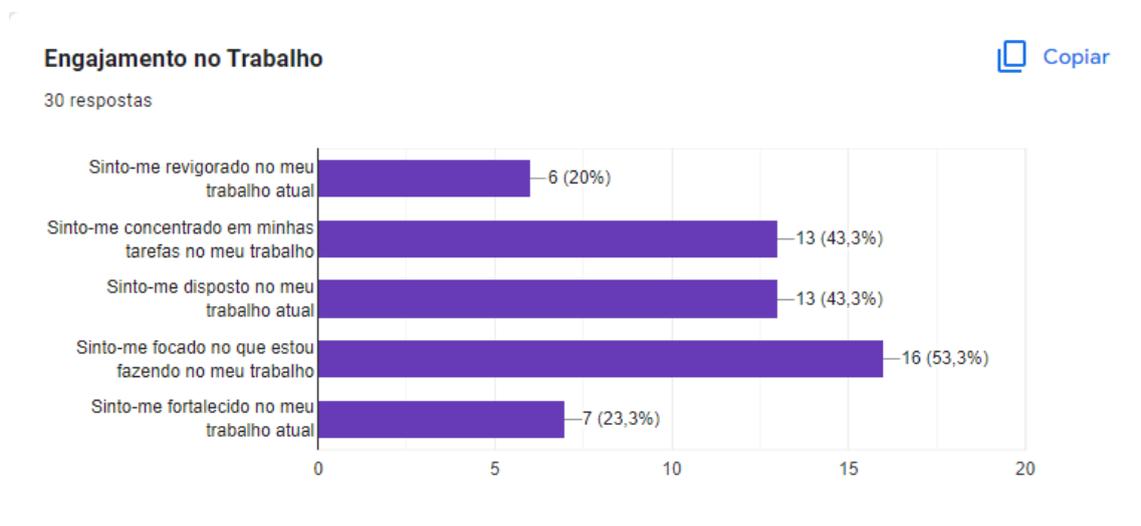


19 respostas

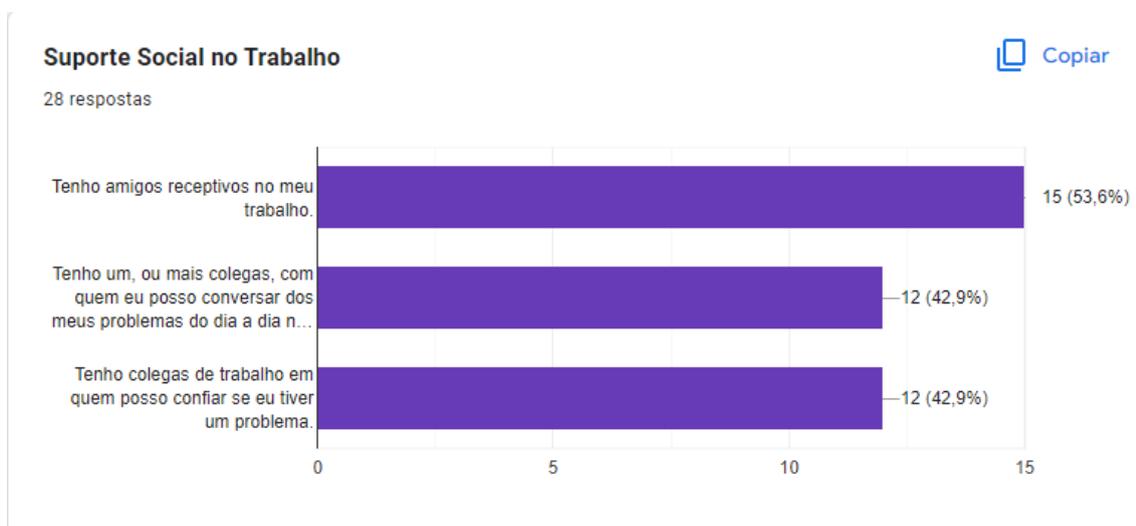


Quando questionados sobre engajamento no trabalho, todos responderam, destes, 3 marcaram todas as alternativas, 2 consideraram que sentem-se concentrados, dispostos, focados e fortalecidos no trabalho que desempenham, 1 considerou que sente-se revigorado, disposto e focado em suas tarefas, 1 disse sentir-se concentrado, disposto e focado em suas atividades, 2 se consideram concentrados e dispostos em seus afazeres, 1 se considera concentrado e focado no trabalho, 2 sentem-se revigorados, 4 consideram estar

concentrados, 4 sentem-se dispostos, 8 sentem-se focados e 2 consideram estar fortalecidos.



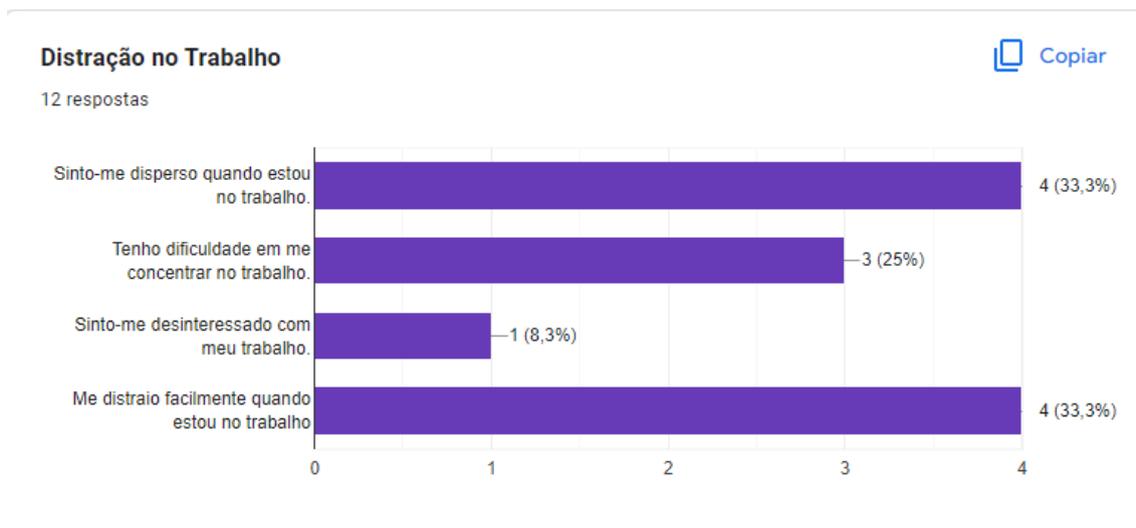
O grupo mostrou através de suas respostas, que há entre os colegas um suporte para eles, de todo o grupo, 28 responderam a questão e 2 se abstiveram. Do grupo que respondeu, 4 marcaram todas as alternativas, 2 consideram que possuem amigos receptivos no trabalho e que possuem um ou mais colegas para partilhar os problemas, 1 considera que possui amigos receptivos e que possui no trabalho colegas em quem pode confiar se tiver um problema, 8 consideram que possuem amigos receptivos no trabalho, 6 afirmaram que possuem um ou mais colegas com quem podem conversar e 7 marcaram que tem colegas no trabalho em quem podem confiar se tiverem problemas.



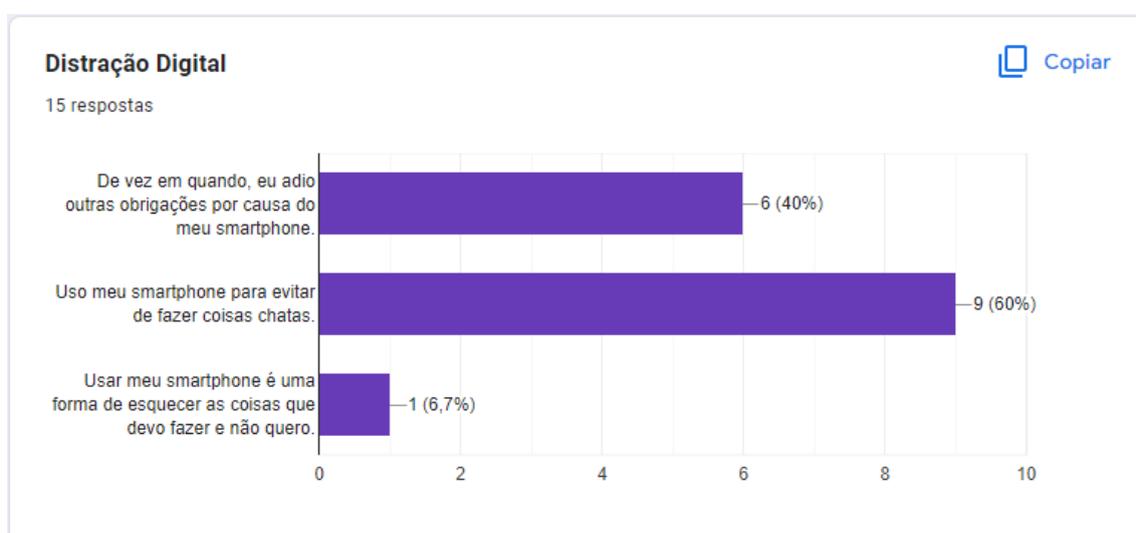
Ao contrário do observado na questão de engajamento no trabalho, grande parte do grupo optou por não responder as questões sobre distração digital e no

trabalho.

Em relação a distração no trabalho, apenas 12 colaboradores responderam, as abstinências somam 60% da amostra, ou 18 questionados. Dos 12 questionários respondidos, 4 afirmaram que se sentem dispersos, 3 disseram ter dificuldades, 1 se sente desinteressado e 4 consideram se distrair facilmente.



Já em relação a distração digital, 15 entrevistados responderam a questão, mas 15 deixaram em branco. Dos 50% que responderam, 1 afirmou usar o celular para evitar fazer coisas chatas e que o uso é uma forma de evitar fazer o que não quer, 6 contaram que as vezes adiam outras obrigações por causa do celular e 8 disseram usar o celular a fim de evitar fazer coisas chatas.



Por fim, aplicou-se aos dados o teste estatístico qui-quadrado afim de

validar estatisticamente os resultados deste estudo. Foram testadas as relações de dependência entre os fatores sexo dos entrevistados e conforto online e também o grau de instrução dos entrevistados com o conforto online. Os resultados encontrados para este teste apontam que as duas hipóteses testadas são de independência estatística, tendo em vista que para o primeiro cenário (sexo x conforto online) o p-valor do teste foi de 0,2030 e, para o segundo cenário (grau de instrução x conforto online) o p-valor foi de 0,1422. Isso significa que entre as características testadas, nenhuma apresentou relação de dependência com o conforto online.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao final do trabalho, analisando as respostas do grupo pode-se perceber que o fato de o questionário ter sido aplicado por pessoas que exercem cargos de liderança dentro da entidade influenciou negativamente o resultado da pesquisa, o que pode ser percebido na diferença de respostas nas questões de distração e engajamento, pois o nível de engajamento presenciado nas

dependências da empresa, e percebido nos relatos dos líderes é diferenciada daquele apresentado pelos colaboradores em suas respostas.

O baixo nível de atenção dos colaboradores é evidenciado no fato de que eles não seguiram as orientações sobre como deviam responder ao questionário, pois lhes foi dito que não deviam deixar de responder as questões, que a cada questão respondida, apenas uma alternativa deveria ser assinalada.

A rede social mais utilizada por toda a equipe é o Whatsapp e, como os líderes utilizam essa ferramenta para se conectar com os técnicos em campo, além de ser utilizada como forma de conexão entre toda a equipe, como parte do trabalho dos técnicos é desenvolvido fora da loja, não há como saber se estão utilizando o aplicativo para uso pessoal ou não.

Através do questionário aplicado, não foi possível identificar se há qualidades que destaquem algum dos colaboradores, nem qual característica seria. Ao analisar as respostas obtidas e, conhecendo a equipe, foi percebido que os questionados responderiam as perguntas corretamente se não fossem entrevistados por seus líderes, já que o medo de serem prejudicados dentro da entidade impediu que compartilhassem corretamente suas vivências, para um novo estudo, este deveria ser aplicado por pessoas sem contato algum com as lideranças da entidade, ou em alguma plataforma que não solicite identificação dos entrevistados.

## REFERÊNCIAS

AMERICO, Tiago. Celular é a principal causa de acidente de trânsito com pessoas de 20 a 39 anos. **CNN Brasil**. 2021. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/celular-e-a-principal-caoa-de-acidentes-de-transito-com-pessoas-de-20-a-39-anos/>> Acesso em 22 de maio de 2022.

BONATTO, Andrey Zuriel Ebeling; DUTRA, Diego Lopes; PEREIRA, Rafael Pinto; NODARE, Christiane Tessele. Avaliação do efeito da distração na condução: Estudo comparativo entre policiais e motoristas regulares. **ANPET**. 2019. Disponível em: <[https://www.anpet.org.br/anais/documentos/2019/Tr%C3%A1fego%20Urbano%20e%20Rodovi%C3%A1rio/Seguran%C3%A7a%20Vi%C3%A1ria%20III/5\\_442\\_AC.pdf](https://www.anpet.org.br/anais/documentos/2019/Tr%C3%A1fego%20Urbano%20e%20Rodovi%C3%A1rio/Seguran%C3%A7a%20Vi%C3%A1ria%20III/5_442_AC.pdf)> Acesso em 24 de maio de 2022.

BRASIL. Decreto-lei nº 5.452, de 1 de maio de 1943. Aprova a consolidação das leis do trabalho. **Lex: coletânea de legislação: edição federal**, São Paulo, v.7, 1943.

CAPELOZZA, Alexandre; Moraes, Gustavo Hermínio Salati Marcondes de; MUNIZ, Leonardo Mairene. Uso pessoal das tecnologias no trabalho: Motivadores e efeitos da distração profissional. **ANPAD**. 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/MB33w3Qc66D6HdrHgtfZn9z/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 25 de maio de 2022.

CARDOSO, Letycia. Distração no trabalho afeta produtividade e aumenta em 30% gastos de empresas. **EXAME**. 2020. Disponível em <<https://extra.globo.com/economia-e-financas/emprego/distracao-no-trabalho-afeta-produtividade-aumenta-em-30-gastos-de-empresas-24288341.html>> Acesso em 05 de Junho de 2022.

CARVALHO, Andrea Vasconcelos; SILVA, Diego Maradona Souza da Silva e OLIVEIRA, Marta Raquel Santos de. Redes Sociais no Ambiente Profissional: fator de produtividade ou de distração? 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/17386/14168>> Acesso em 20 de março de 2022.

DUARTE, Luana Terezinha; Alfredo Jonas. Uso das Redes Sociais no ambiente de trabalho: Um estudo exploratório sobre distração digital. **UNISUL**. 2018. Disponível em: <[https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/11062/1/TCC\\_2\\_Principal\\_Concluido.pdf](https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/11062/1/TCC_2_Principal_Concluido.pdf)> Acesso em 01 de abril de 2022.

FOGANHOLO, André Luiz; MUNIZ, Leonardo Mairene; VIEIRA, Almir Martins. COMUNICADORES INSTANTÂNEOS NO AMBIENTE DE TRABALHO: UM ESTUDO QUALITATIVO SOBRE O USO PARTICULAR E EXCESSIVO. In: Educação com qualidade-Tecnologias e o processo educacional. 2015. **LUMIUN. 2020. Redes Sociais: Produtividade ou distração no trabalho.** Disponível em: <<https://www.lumiun.com/blog/redLUes-sociais-no-trabalho- produtividade-ou-distracao/>> Acesso em 25 de maio de 2022.

MOROMIZATO, Maíra Sandes; FERREIRA, Danilo Bastos Bispo; SOUZA, Lucas Santana de; LEITE, Renata Franco; MACEDO, Fernanda Nunes e PIMENTEL, Déborah. O uso de internet e Redes Sociais e a Relação com Índícios de Ansiedade e Depressão em estudantes de medicina. **Revista Brasileira de Educação Médica.** 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbem/a/h64tYKYMwXDmMJ7NGpmRjtN/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 29 de maio de 2022.

ORHAN, Mehmet A. et al. Technology distraction at work. Impacts on self- regulation and work engagement. **Journal of Business Research**, v. 126, p. 341-349, 2021.

PONTOTEL. 2021. Saiba como a autonomia no trabalho ajuda na produtividade dos colaboradores. Disponível em: <<https://www.pontotel.com.br/autonomia-no-trabalho/#:~:text=Vamos%20I%C3%A1!-,O%20que%20%C3%A9%20autonomia%20no%20trabalho%3F,acordo%20com%20a%20sua%20autogest%C3%A3o>> Acesso em 31 de maio de 2022.

RIBEIRO, Carla Vaz dos Santos; LÉDA, Denise Bessa. O significado do trabalho em tempos de reestruturação produtiva. **UERJ.** 2004. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v4n2/v4n2a06.pdf>> Acesso em 21 de maio de 2022.

SANTOS, Elsa. Distração no trabalho: Causa e soluções. *Economista*. 2019. Disponível em: <<https://www.e-konomista.pt/distracao-no-trabalho/>> Acesso em 20 de maio de 2022.

T2 ARQUITETURA ENGENHARIA CORPORATIVA. Distração no trabalho: O que atrapalha minha equipe no escritório? Disponível em: <<https://www.t2arquitetura.com.br/distracao-no-trabalho-atrapalha-minha-equipe-escritorio/>> Acesso em: 22 de maio de 2022.

TUMELERO, Naína. Um guia rápido sobre metodologia da pesquisa. Metzger. 2019. Disponível em: <<https://blog.metzger.com/metodologia-de-pesquisa/#:~:text=A%20metodologia%20de%20pesquisa%20nada,se%20deve%20seguir%20%C3%A0%20risca>> Acesso em 01 de abril de 2022.

UNIPAR. 2021. Conheça as qualidades profissionais exigidas por grandes empresas. Disponível em: <<https://blog.unipar.br/qualidades-profissionais/>> Acesso em 26 de maio de 2022.

## FATORES QUE INTERFEREM NA EXCELÊNCIA DA CONTABILIDADE DIGITAL NO DEPARTAMENTO CONTÁBIL DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE EM ARACRUZ ES

Mariane Terci Lirio Dettogni<sup>1</sup>Kevyn Phillipe Gusmão<sup>2</sup>

1 Acadêmico do Curso Ciências Contábeis

2 Orientador: Mestre - Professor Multivix Serra e EaD

### RESUMO

A contabilidade tradicional sofreu mudanças significativas desde a sua criação e têm evoluído de maneira orgânica para a contabilidade digital, com a utilização de tecnologias, internet e softwares nos escritórios de contabilidade o qual permitem maior agilidade e eficácia aos seus usuários. A contabilidade digital tem demonstrado vantagens com a garantia de resultados financeiros fidedignos para os clientes e maior rapidez na dinamização dos processos contábeis para os contadores de modo geral. Estar apto a receber, interpretar e adequar essas mudanças tecnológicas globais da contabilidade é considerado fator relevante para a entrega de bons resultados para os clientes. Com a finalidade de investigar quais são os fatores que interferem na excelência da contabilidade digital de um departamento contábil em um escritório de contabilidade, esta pesquisa mostra o resultado de um estudo de caso realizado em um escritório de contabilidade em Aracruz, Espírito Santo. Por meio da pesquisa, observou-se que um dos maiores entraves para contabilidade digital tem sido a aceitação e comprometimento dos clientes quanto ao envio dos documentos mensais em formato digital. Também foi observado que apesar de ser um processo moroso, algumas conquistas também foram exaltadas como a utilização de ferramentas que permitem maior proximidade com o cliente como o *WhatsApp business*. Percebe-se assim que um processo para a efetivação de uma contabilidade digital deve ser realizado a quatro mãos entre clientes e escritórios de contabilidade para alcance de melhores resultados para ambos.

Palavras-Chave: contabilidade digital, tecnologias, escritório de

contabilidade, dinamização de processos.

## 1 INTRODUÇÃO

As transformações sucedidas no modo de vida desde o período passado e o impacto das novas tecnologias de informação, globalização e comunicação, delinearão um novo panorama de mercado baseado em novas exigências profissionais e organizacionais. Estas exigências estão aliadas a padronização das atividades com o intuito de um melhor planejamento, inovação e controle das atividades, buscando a satisfação do cliente através de um produto ou serviço oferecido (PARDINHO *et al.*, 2021).

A contabilidade digital surge então como excelente alternativa para auxiliar no cumprimento destas exigências, além de garantir maior integração e interação na relação cliente e escritório de contabilidade, promovendo maior segurança nas informações e entrega de relatórios e demonstrações contábeis para a tomada de decisões. A contabilidade desta forma, deixa de ser manual com a entrega de documentos físicos por parte dos clientes, e passa a ser digital, com atualizações contábeis em tempo real e com a utilização de recursos tecnológicos que oferecem aprimoramento dos serviços contábeis (JUNIOR, 2021).

Objetivando a melhoria constante, os escritórios de contabilidade são demandados por uma prestação de serviço de qualidade, que garanta a seus clientes agilidade quando da solicitação de informações, assertividade, eficiência, eficácia, e claro, constante atualização, inclusive digital, pois é por meio desta que retrabalhos são excluídos e excelentes resultados alcançados garantindo desta forma diferencial competitivo frente a outros escritórios de contabilidade (SOUZA, 2011).

A aplicação e discussão da contabilidade digital tem se tornado cada vez mais relevante, uma vez que proporciona maior integração entre gestores de empresas e escritórios de contabilidade, torna o dia a dia dos profissionais contábeis mais ágeis, produtivo, diminuindo erros na execução, perda de informações e dados, garantindo segurança e claro, maior confiança para o cliente com uma

prestação de serviço contábil mais eficiente, rápida, eficaz e integrada. É necessário deixar de lado aquela mentalidade equivocada que um escritório de contabilidade só serve para guardar papel e livros, é preciso romper com esses modelos antigos de raciocínio tanto na visão da contabilidade, quanto para o cliente, e perceber que esforços em conjunto tendem a ser muito mais lucrativos e assertivos para ambos (JESUS, 2021).

Desta forma, o presente artigo busca investigar quais são os fatores que interferem na excelência da contabilidade digital de um departamento contábil em um escritório de contabilidade em Aracruz, Espírito Santo. Para tanto, será realizado um estudo de caso, a fim de identificar as barreiras no processo da contabilidade digital em um departamento contábil em um escritório de contabilidade. Os objetivos específicos norteiam-se em conhecer o perfil organizacional do escritório de contabilidade; identificar as principais barreiras percebidas no processo da contabilidade digital e analisar por meio de estudo de caso, quais são os fatores que interferem na excelência da contabilidade digital e que prejudicam a obtenção de resultados satisfatórios em um escritório de contabilidade.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Neste capítulo serão abordados a história e conceituação da contabilidade no mundo e no Brasil e sua evolução até os dias atuais.

### **2.1 CONCEITUAÇÃO E BREVE HISTÓRICO DA CONTABILIDADE**

A contabilidade é considerada uma das ciências mais antigas do mundo, e sua história está atrelada a história da evolução da humanidade. Surge da necessidade do ser humano em monitorar o desenvolvimento do seu patrimônio e também das atividades comerciais que surgiram por volta de 4500 a.C. Naquele período, os resultados das colheitas eram registrados em placas de argila, mas fazia-se necessário o uso da contabilidade para lidar com a prosperidade do homem e com a perpetuação dos bens aos seus filhos, tornando-se assim cada vez mais necessário o controle e registro de seu patrimônio (FERREIRA, 2021).

Segundo Alves 2017 p. 8, uma linha do tempo pode ser tracejada desde a história da civilização até o surgimento de fato da contabilidade:

- A Idade Média, espaço de tempo compreendido entre os anos de 476 e de 1453, é conhecida como a Era Cristã. Nesse período, no ano de 1202, Leonardo Fibonacci concluiu a obra *Liber abaci*, baseada na aritmética e na álgebra;
- A Idade Moderna compreende o período de 1453 até 1789. No ano de 1458, Benedetto Cotrugli apresentou a obra *Della mercatura et del mercante perfetto*, um marco na história da contabilidade. Em 1494, surgiu o escrito *Summa de arithmetica, geometria, proportioni et proportionalità*, obra elaborada por Frei Luca Pacioli, que apresentou um capítulo abordando a contabilidade, mais precisamente as partidas dobradas, dando início à evolução da contabilidade;
- A Idade Contemporânea representa o período de 1789 até os dias atuais, quando outra obra proporcionou o avanço do conhecimento contábil, dando destaque à administração da riqueza, não somente ao seu controle. A obra, publicada em 1840, foi *La contabilità applicata alle amministrazioni private e pubbliche*, escrita por Francesco Villa, que definiu a contabilidade de fato como útil e necessária ao capitalista, promovendo-a à condição de conhecimento científico.

É necessário dar ênfase à obra do frade franciscano, Luca Bartolomeo de Pacioli, distinto matemático italiano que representa um grande marco para a história da contabilidade. Ficou famoso devido a publicação de seu livro, “*Summa de Arithmetica, Geometria Proportioni et Propornaliti*” (Coleção de Conhecimentos de Aritmética, Geometria, Proporção e Proporcionalidade), por meio da seção “*particularis de computis et scripturis*” (contabilidade por partidas dobradas) introduziu-se a teoria do débito e crédito, em que se entende que ao adquirir mercadorias, tem-se uma entrada e ao pagar pelas mesmas tem-se uma saída, resultando assim no registro contábil que permanece até os dias de hoje (ALVES, 2017).

Ao longo do tempo os métodos contábeis foram aperfeiçoados e melhorados por outros pensadores e escolas contábeis, que suscitaram na estrutura da contabilidade como ciência. Desta forma, com o avanço da economia, das tecnologias e com o aparecimento do capitalismo, a contabilidade tornou-se uma das principais ferramentas para controle das organizações.

## 2.2 EVOLUÇÃO DA CONTABILIDADE NO BRASIL

A contabilidade no Brasil teve início em 1530 com a chegada dos europeus durante o período colonial. Com o rápido aumento da população e com o surgimento das primeiras alfândegas, foi necessário realizar registros contábeis para obter

controle de todo patrimônio. Em 1549, o rei Dom João III nomeou Gaspar Lamego como o primeiro contador geral das terras no Brasil devido à necessidade de controlar e registrar as informações contábeis dos armazéns alfandegários (REIS *et al.*,2007).

Segundo Buesa (2010), em 1808, período imperial, a contabilidade no Brasil passou por algumas mudanças devido a chegada da família real portuguesa. O método das partidas dobradas passou a ser exigido para os Contadores Gerais da Real Fazenda. Deu-se início também na organização e aumento de atividades mercantis, comerciais a exemplo ao que existia em Portugal.

Heissler *et al.*, (2018), analisam que no período de 1822 a 1889, considerado período do Brasil Independente, o progresso contábil foi entusiasmado pelas mudanças nas legislações comerciais no Brasil e no mundo.

Baseado nestas mudanças, em 25 de junho de 1850 por meio da aprovação da lei 556, constituiu-se o Código Comercial, em que contribuiu para o desenvolvimento da contabilidade no país de forma a regulamentar e definir regras para o trabalhador comerciante de maneira a proteger seus negócios e instituir base burocrática para agentes mercantis, tribunais e comerciais (CABRAL, 2016).

A primeira lei das sociedades por ações foi promulgada em 22 de agosto de 1860, lei 1.083, que contemplava a respeito dos bancos de emissão, meio circulante, companhias, sociedades por ações e expunha apreensão com o sistema financeiro (BRASIL, 1860).

A lei 1.083 não foi a única a dissertar sobre a sociedade por ações, pois antes de sua publicação, o decreto 2484, de 05 de junho de 1858 apresentava regras para as empresas a respeito da relevância da demonstração anual de informações referente a receitas e despesas aos acionistas. O decreto também fazia menção a necessidade de se um guarda-livros para a manutenção das escriturações (TIBURCIO, 2013).

Por meio do decreto imperial nº 4.475 foi estabelecida a profissão de guarda-livros, sendo considerada como a primeira profissão liberal do Brasil. O profissional da contabilidade que antigamente era conhecido como guarda-livros, era responsável por toda a escrituração mercantil, contratos, controle de pagamentos e recebimentos, etc. Estes profissionais deveriam ainda ser conhecedores da língua portuguesa e francesa e possuir boa escrita e caligrafia (REIS *et al.*,2007).

Com o início do período republicano não ocorreram muitas mudanças com relação à evolução contábil e econômica, apenas em 1929 com a crise na bolsa de Nova Iorque que ocorreram algumas alterações no que se diz respeito a regulamentações contábeis e também sobre a importância da auditoria (BACCI, 2002).

Através do decreto-lei nº 9.295 de 27 de maio de 1946, foram instituídos o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e os Conselhos Regionais de Contabilidade (CRCs) os quais são responsáveis por toda a fiscalização e regulamentação do exercício da profissão contábil (BRASIL, 1946).

Outro momento relevante para contabilidade no Brasil foi na década de 1970, com a publicação da lei 6.404/76 sobre as Sociedades por Ações, tornando obrigatório as companhias abertas a padronização de suas demonstrações contábeis (MATTES *et al.*, 2018).

O Conselho Federal de Contabilidade na década de 1980, emitiu a resolução nº 529/81 sobre as Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC), na qual orientam tecnicamente o exercício da profissional contábil (CFC, 1981).

Em 1994 com o plano real, a lei nº 9.249/95 revogou a correção monetária das demonstrações contábeis tratadas na lei nº 7.799/89, e o art. 1º da Lei nº 8.200/91 (BUESA, 2010).

Em 22 de janeiro de 2007, por meio do decreto nº 6.022, foi instituído o Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), um marco revolucionário para a contabilidade no país. Este sistema contribuiu para a área contábil no que se refere a atualização da execução das obrigações acessórias transmitidas pelos contribuintes aos órgãos responsáveis por meio digital (BRASIL, 2007).

Em 2007, foi criado pelo Conselho Federal de Contabilidade o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) por meio da resolução nº 1.103/2007, com a prerrogativa de padronizar os procedimentos contábeis e políticas existentes entre os países por meio da fundação das *IRFS (International Financial Reporting Standards Foundation)* (CFC, 2007).

Diante de tantos desafios enfrentados pela contabilidade ao longo dos anos devido a constantes mudanças internas econômicas e também pelo cenário

econômico mundial é cada vez mais necessário possuir controles e informações contábeis concisos e consistentes de modo a fornecer subsídios para resultados satisfatórios assim como tomada de decisões mais assertivas.

### **2.3 A ERA DA CONTABILIDADE DIGITAL**

As alterações econômicas e mercadológicas exigem especial atenção nas estratégias de negócios por parte das organizações, e valer-se de tecnologias que garantam diferencial competitivo traz impactos bastante positivos.

Para tanto, o profissional de contabilidade pode e deve utilizar-se desta transformação digital como meio de auxiliar, direcionar e incentivar seus clientes ao uso de tecnologias e da contabilidade digital como forma de agilizar processos permitindo o crescimento das organizações. Diante de tantas mudanças, o profissional contábil precisa deixar de lado a visão do profissional guarda-livros de antigamente e buscar atualização frente ao mundo digital, tornando assim um consultor para seus clientes (SILVA, 2021).

Para Pires 2017, a contabilidade digital aparece como um modelo de prestação de serviços que utiliza das tecnologias da informação para auxiliar o trabalho dos profissionais contábeis além de atender ao fisco de forma mais rápida evitando fraudes e sonegação.

Segundo Araujo *et al.*, 2020, a contabilidade digital é a união da contabilidade tradicional aliada ao uso da internet e de tecnologias como, plataformas digitais, programas e demais tecnologias que agregam valor aos serviços contábeis prestados para auxiliar a interatividade entre empresas e escritórios de contabilidade.

De acordo com Silva *et al.*, 2021, a contabilidade digital torna a relação cliente contador mais próximos, pois ambos conquistam benefícios que incluem, ganho em produtividade, redução de custos, segurança, exatidão nas informações, melhor organização e gestão de tempo, melhor atendimento, lucratividade, agilidade, eficiência, melhor apoio nas tomadas de decisões, diferenciais competitivos, etc.

Deste modo, o papel do profissional da contabilidade sofreu inúmeras mudanças ao longo dos anos, deixou de ser o responsável apenas por encargos tributários e passou a ser um gestor/consultor de informações que auxiliam

empresários em suas tomadas de decisões. Compete ao contador valer-se de ferramentas que garantam o seu diferencial competitivo frente a seus concorrentes tornando-se um contador consultor e estratégico que diagnostica os pontos de melhoria das empresas, auxilia o cliente na resolução dos desafios para assim auferir resultados positivos para a empresa, demonstrando desta forma seu potencial e valor e como é necessário possuir um contador mesmo diante de tanta tecnologia.

## 2.4 A CONTABILIDADE DIGITAL NOS ESCRITÓRIOS DE CONTABILIDADE

O contador ainda é o responsável por registrar todas as demonstrações contábeis de uma empresa. Isto não quer dizer que devam ser realizadas como antigamente, pelo contrário, podem e devem ser utilizadas de forma mais dinâmica. É inegável que a transformação digital também chegou aos escritórios de contabilidade, demandas que eram extremamente manuais deram espaço à evolução das ferramentas e tecnologias digitais.

O blog da Conta Azul Empresas Contábeis 2020, informa que os serviços de digitalização contábil chegaram ao Brasil por volta de 2015 com o intuito de garantir a eficiência e agilidade dos escritórios contábeis aprimorando a relação cliente e contador.

O blog traz ainda algumas estatísticas a respeito de pesquisas, por exemplo, o relatório *The Practice of Now 2019*, feito pela Sage, revela que 90% dos contadores acreditam que há transformações no modo de pensar a respeito da contabilidade digital.

Sobre as consequências de se utilizar a contabilidade digital, 86% afirmaram ganhos de produtividade.

A pesquisa realizada pela empresa Xero em 2017, revelou que as empresas que utilizam a contabilidade digital têm um crescimento de 15% ao ano e as que não utilizam estas ferramentas possuem um crescimento de 4%.

A consultoria da empresa *Atherton Technology Research* publicada pela Forbes em 2018, informava que até 2020 as rotinas contábeis seriam 100% digitais. Estas pesquisas revelam como a contabilidade digital é essencial, pois ela impulsiona as atividades dos escritórios de contabilidade de maneira mais produtiva e

ágil, além de fomentar a dedicação dos contadores com o que é necessariamente prioritário, que é analisar a saúde financeira das empresas de seus clientes de forma estratégica e mais inteligente.

Desta forma, este é o caminho que o uso da contabilidade digital proporciona, valer-se de ferramentas que potencializam o uso dos mecanismos digitais, máquinas para exaltar a performance dos contadores.

### 3 METODOLOGIA

Para a elaboração deste artigo foi adotada uma metodologia com base em um referencial bibliográfico de natureza básica com abordagem qualitativa.

Segundo (Gil, 2002), a pesquisa bibliográfica é “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Para melhor elaboração do artigo realizou-se uma leitura analítica de alguns autores e suas respectivas obras. Segundo Gil (2002 p. 78), a leitura analítica:

É feita a partir dos textos selecionados. Embora possa ocorrer a necessidade de adição de novos textos e a supressão de outros tantos, a postura do pesquisador, nesta fase, deverá analisá-los como se fossem definitivos. A finalidade da leitura analítica é a de ordenar e resumir as informações contidas nas fontes, de forma que estas possibilitem a obtenção de respostas ao problema da pesquisa.

A pesquisa utilizada neste estudo é, quanto aos objetivos, predominantemente exploratória. Segundo Gil (2002 p. 41), pesquisas exploratórias:

Proporcionam maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

A pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa com abordagem qualitativa, segundo Gerhardt, 2009, “preocupa-se com aspectos que não podem ser quantificados e sim explicados, compreendidos, baseando-se no entendimento das relações sociais, organizações, etc”.

A estratégia de investigação utilizada é o estudo de caso. Segundo (Ventura,

2007), o estudo de caso:

É uma metodologia que visa a investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações.

O método utilizado na coleta de dados é a entrevista aberta, em que o entrevistador propõe um tema e capta a fala do entrevistado. Este tipo de entrevista proporciona uma riqueza de possibilidades, uma vez que a comunicação não verbal, experiências pessoais e sociais contribuem e muito para o entendimento do tema proposto (NOGUEIRA, *et al.*, 2004).

## **4 DISCUSSÃO**

O presente estudo foi realizado em julho de dois mil e vinte e dois com base no setor contábil de um escritório de contabilidade localizado no município de Aracruz no Espírito Santo.

Por meio do método de coleta de dados, entrevista aberta, aferiu-se as percepções dos colaboradores e também do gerente do departamento contábil, que são os personagens de fato que realizam as atividades diárias e percebem ao longo do tempo todas as evoluções e desafios enfrentados no setor e que podem contribuir de fato com o objeto da pesquisa, que é investigar os fatores que interferem na excelência da contabilidade digital de um departamento contábil em um escritório de contabilidade.

### **4.1 IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO**

O escritório de contabilidade estudado é uma empresa de prestação de serviços contábeis, fiscais e trabalhistas que possui 22 anos de existência localizado na cidade de Aracruz no Espírito Santo. Seu quadro societário conta com seis profissionais, sendo dois sócios-administradores, e quatro sócios com capital. Possui 13 colaboradores em seu quadro efetivo, lotados nas áreas contábil, fiscal, departamento pessoal, recepção e arquivo. A respeito dos recursos da empresa,

dispõe de escritório informatizado e com instalações modernas, seus profissionais são especializados e aptos para o atendimento aos clientes em qualquer ramo de atividade de forma a executar o acompanhamento e desenvolvimento socioeconômico das pessoas físicas e jurídicas.

Os clientes assistidos são pessoas jurídicas devidamente inscritas nos órgãos competentes, empregador, doméstico e rural. O perfil do público alvo é dividido em: Microempreendedor Individual (MEI); Microempresas, Empresa de Pequeno Porte e Empresas de Grande Porte.

## **4.2 GERENCIAMENTO E AVALIAÇÃO DA CONTABILIDADE DIGITAL**

A respeito do conhecimento e do entendimento que o escritório de contabilidade em estudo possui sobre a contabilidade digital, é notório que a empresa compreende que sua utilização é uma estratégia bastante desafiadora tanto para os escritórios de contabilidade quanto para os clientes, mas que trazem inúmeros benefícios, como agilidade, eficácia nas informações e a entrega de melhores resultados para os clientes, porém, é algo que aos poucos vem sendo difundido por se tratar de mudança de cultura por parte dos clientes e também para a empresa.

O gerente contábil, informou:

A contabilidade digital é algo fantástico, por meio dela é possível ter maior agilidade na contabilização dos documentos, elimina-se bastante o papel e temos mais tempo para analisar de fato a situação do nosso cliente. Mas, entendemos que não é um processo fácil, é difícil lidar com a cultura de pessoas que sempre entregaram documentos físicos. Não podemos tratar da mesma maneira daqueles que encaminham seus documentos de forma online, temos que ir aos poucos e com paciência demonstrando o quão importante e vantajoso esse processo é para todos. Muitos clientes não possuem um controle básico de pagamentos e recebimentos que possa nos auxiliar para importarmos para a contabilidade, outros não possuem nem o conhecimento do que se trata um arquivo de banco em formato ofx por aí vai. Então, é um trabalho de formiguinha e que requer muito cuidado e atenção com os clientes.

A equipe do setor contábil também contribuiu com relação ao conhecimento que possuem sobre a contabilidade digital e se mostraram bastante entusiasmados, pois demonstraram por meio de exemplos como a contabilidade vem sofrendo mudanças. Segundo a Colaboradora A:

A contabilidade mudou muito e ainda pode mudar, nós ainda lançamos

muitos documentos manualmente, mas com paciência e insistência temos revertido um pouco mais a situação, nós solicitamos aos clientes se eles possuem algum tipo de relatório/controlado de pagamentos e recebimentos e eles nos encaminham, assim como os extratos, enviam em formatos que podemos importar para o Alterdata e assim ganhamos mais tempo e conseguimos por nosso trabalho em dia.

A Colaboradora B contribuiu:

A contabilidade digital é sensacional, nada se compara ao que vivemos no passado, quando nos deparamos com clientes que ainda não se adaptaram a era digital, percebemos o quanto de tempo deixamos de ganhar por termos que realizar todo o trabalho de forma manual, mas quando temos clientes que nos encaminham as informações de forma online, percebemos o quão rápidos podemos ser e como as informações são fidedignas e principalmente o cliente ganha quando ele solicita uma DRE ou um Balanço, por exemplo, não temos que correr contra o tempo para atender uma solicitação.

A fim de compreender como é o funcionamento das atividades do setor contábil, verificou-se como é o recebimento dos documentos, e foi informado que a grande maioria dos documentos são recebidos fisicamente. Apenas as empresas de tributação real e presumido enviam relatórios e extratos bancários por meio de e-mail que permitem importação para o sistema Alterdata, as demais empresas dos simples, em sua maioria entregam apenas os documentos físicos, muitas vezes incompletos, sem relatórios, pendente de extratos bancários o que dificulta e atrasa demais a contabilização além do desgaste dos colaboradores na cobrança dos documentos.

Também foi relatado pela equipe:

Quando contabilizamos empresas do simples, por exemplo, nós identificamos os extratos que estão pendentes e já solicitamos para o cliente o envio para que o processo seja mais rápido e também questionamos se eles possuem algum tipo de relatório. Infelizmente os clientes não tem uma periodicidade mensal de envio dos extratos de forma digital, muitos esquecem, daí temos que cobrar novamente, mas comparado ao que era antigamente, hoje estamos muito melhor, pois antes era totalmente manual, hoje com uma conversa aqui outra ali, conseguimos trazer o cliente mais para perto e explicamos como todo o processo pode ser mais rápido.

Sobre as metodologias e ferramentas que o escritório de contabilidade possui, utiliza-se o sistema Alterdata em todos os setores, contábil, fiscal, pessoal e protocolo, e *contador*, que auxilia na identificação de certidões com problemas/impedimentos; e o escritório comunica-se com o cliente por e-mail, *WhatsApp business* e telefone.

Ao conversar com a equipe sobre essa questão, foi informado que a

contabilidade possui excelentes mecanismos, porém poderia explorá-los da melhor forma, de modo, a desenvolver mais a relação com os clientes com relação ao uso de tecnologias, pois muitos clientes ainda encaminham seus documentos fisicamente, extratos bancários impressos o que prejudica e muito o desenvolvimento das atividades.

Este é um fator relevante de atenção pois, é exatamente isto que a contabilidade digital não preconiza, pelo contrário, proporciona rapidez e assertividade na contabilização, otimização de tempo e conseqüentemente maior dedicação na análise da situação da empresa.

A respeito do impacto que a transição da contabilidade digital pode ter na profissão do contabilista é entendido pelos entrevistados como um processo natural e necessário, visto que mudanças devem acontecer para que bons resultados sejam auferidos.

A Colaboradora C informou:

Não tenho medo da contabilidade digital e nem a enxergo como uma ameaça, pelo contrário, penso que devemos utilizá-la a nosso favor pois, percebemos o quanto podemos ser mais produtivos, o quanto podemos estar em dia com as nossas contabilizações de documentos, o quanto o trabalho pode ser mais leve e rápido de modo a termos mais tempo de fato para analisarmos as informações contábeis, e não participar desta transição é um retrocesso e um atraso em todos os sentidos.

As oportunidades que a contabilidade digital pode trazer para o setor contábil também para o escritório foram relacionadas como maior agilidade e assertividade na execução das atividades e assim maior poder de captação de clientes.

Questionados a respeito dos principais desafios e oportunidades da contabilidade digital para o setor contábil, todos os entrevistados foram enfáticos em relatar que o mais complexo é a aceitação dos clientes, pois muitos ainda entregam os documentos de forma manual, muitas vezes incompletos e sem nenhum tipo de controle, seja de pagamentos, recebimentos, fluxo de caixa, etc. Esta dificuldade é maior com clientes mais antigos, por exemplo, quando não conseguem salvar extratos de modo que sejam importados para o sistema Alterdata, muitos perguntam também quanto diminuirá no horário já que estão “facilitando” para a contabilidade. Então, percebe-se que é necessária uma mudança de cultura, estratégias de maior aproximação e muita paciência para entender que ambos os lados têm a ganhar.

Em relação a resistência a mudanças, foi questionado a toda equipe como se descreve o perfil desses clientes, e pelos relatos percebe-se que a transição para a contabilidade digital é um caminho longo, mas que não é impossível:

Infelizmente não são todos os clientes que acompanham a evolução e demonstram disponibilidade para mudanças, muitos se quer respondem aos e-mails com solicitações de documentos, são necessárias muitas ligações e pedidos para que a documentação fique em dia. É um processo lento, mas com persistência temos obtido também sucesso em muitos casos.

Sobre as ações que a contabilidade tem tomado para a melhoria da transação da contabilidade digital, o gerente contábil afirmou:

Estamos construindo um caminho junto com o cliente, não podemos instituir novas regras do dia para a noite, tem que ser aos poucos e com paciência, é necessário um verdadeiro trabalho de formiguinha, de aproximação, insistência para que se chegue ao ideal para que as atividades fluam com mais leveza tanto para o setor contábil quanto para o cliente.

A respeito das ações de melhoria do processo, temos nos aproximado mais dos clientes por meio do *WhatsApp Business*, temos percebido que o tempo de resposta tem sido mais rápido e eles preferem, muitos clientes relatam que não verificam seus e-mails, então este tem sido um caminho realmente mais produtivo e eficaz.

Diante destes relatos, é nítido como a contabilidade digital pode auxiliar no setor contábil, uma vez que trabalhos manuais podem ser substituídos por atividades digitais de maneira a agregar valor ao desempenho do setor, maior eficiência e rapidez na apuração das informações contábeis, para tanto é necessário estruturar o setor e o escritório para que se alcancem o caminho ideal.

## 5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa buscou investigar os fatores que interferem na excelência da contabilidade digital de um departamento contábil em um escritório de contabilidade em Aracruz no Espírito Santo.

A contabilidade de forma geral sofreu e vem sofrendo transformações e modernizações, e isto tem agregado de maneira significativa na vida dos profissionais contábeis. Acompanhar este processo de evolução é algo bastante desafiador e requer dedicação para que a contabilidade possa ser realizada de maneira mais suave para clientes e escritórios de contabilidade.

Diante desses fatos, e com relação aos problemas observados na pesquisa e

no que diz respeito principalmente à atuação do departamento contábil no que tange a contabilização documental, faz-se necessário algumas pontuações.

Por meio das entrevistas é notório que a contabilidade digital deixou de ser algo longínquo e passou de fato a ser algo real. Alguns trabalhos manuais foram diminuídos e melhores análises acerca da situação de clientes podem ser realizados, além claro de maior contabilização de empresas em um curto espaço de tempo com mais assertividade, eficiência e eficácia.

Entraves ainda são percebidos pelos entrevistados, e um dos maiores que a pesquisa demonstrou é com relação a aceitação e comprometimento dos clientes quanto ao envio dos documentos mensais em formato digital. Muitos ainda são resistentes, ou não entendem a devida importância em ter suas documentações em conformidade com o fisco, outros relatam dificuldades em encaminhar extratos e relatórios de modo que possam ser importados para o sistema contábil, outros simplesmente não querem saber de “problemas”.

Os entrevistados relatam que o caminho para o ideal é ainda longo, mas que esses obstáculos devem ser superados e vitórias devem ser comemoradas como por exemplo, a maior proximidade com os clientes por meio de ferramentas de cobrança de documentos como o *WhatsApp Business*, tem sido um meio mais rápido de comunicação e entendimento com os clientes.

Esta pesquisa colaborou com o conhecimento de como surgiu a contabilidade até a evolução da contabilidade digital que tem sido um grande progresso para a contabilidade como um todo. Apoiou na problemática de investigação da pesquisa, fatores que interferem na excelência da contabilidade digital de um departamento contábil em um escritório de contabilidade em Aracruz no Espírito Santo, o que faz-se perceber que o escritório de contabilidade ainda tem muito a percorrer para alcançar seu objetivo, mas que pode valer-se de outros mecanismos e ferramentas para criar lembretes para os clientes como, por exemplo, e-mail padrão reforçando os prazos de entrega de documentos, lista de transmissão por meio do *WhatsApp Business* ou por meio das mídias sociais, com ilustrações e informações que demonstram a importância de se atuar em conjunto com a contabilidade, ou mesmo buscar parcerias/fornecedores que apoiem o escritório de contabilidade na busca automática de extratos, por exemplo, hoje existem inúmeras ferramentas que auxiliam

a contabilidade, para isto é necessário imersão e dedicação na busca de melhores condições para clientes internos e externos.

Este tipo de pesquisa se mostra relevante, pois é cada vez mais necessário falar da contabilidade digital e de meios que permitam a diminuição de trabalhos manuais e sim o ganho em assertividade de informações, ganhos de produtividade e melhor gestão de tempo.

Diante do estudo em questão, para pesquisas futuras sugere-se que se investigue um maior número de entrevistados e que se estenda a pesquisa para outros escritórios de contabilidade da região, a fim de se ter maior amostra de pesquisa garantindo maior confiabilidade e exatidão nas respostas coletadas.

Esta pesquisa contribuiu com o escritório de contabilidade analisado, visto que o resultado deste trabalho pode ser utilizado como forma de avaliar seus procedimentos internos e até mesmo buscar outros mecanismos de comunicação com seus clientes colaborando de forma estratégica com a empresa.

## 6 REFERÊNCIAS

ALVES, Aline. **Teoria da contabilidade** [recurso eletrônico] / Aline Alves; [revisão técnica: Lilian Martins.]. Porto Alegre: SAGAH, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595022805/pageid/7>>. Acesso em: 24 de maio de 2022.

ARAUJO, Elton Lucas Ramalho Lins de; TABOSA, Mayra Cinara de Oliveira. **O desenvolvimento das habilidades empreendedoras no profissional contábil atual**. Revista Campo do Saber – ISSN N 2447 - 5017 Página | 45, Volume 6 - Número 2 - jul/dez de 2020. Disponível em: <<https://periodicos.iesp.edu.br/index.php/campodosaber/article/view/350/272>>. Acesso em 21 de abril de 2022.

BACCI, João. **Estudo exploratório sobre o desenvolvimento contábil brasileiro - uma contribuição ao registro de sua evolução histórica**. 2002. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica) - Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado. São Paulo, 2002. Disponível em: <

[http://tede.fecap.br:8080/bitstream/tede/578/1/Joao\\_%20Bacci.pdf](http://tede.fecap.br:8080/bitstream/tede/578/1/Joao_%20Bacci.pdf)>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

BRASIL. Decreto nº 6.022, de 22 de janeiro de 2007. **Institui o Sistema Público de Escrituração Digital – Sped.** Presidência da República Federativa. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6022.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6022.htm)>.

Acesso em: 08 de maio de 2022.

BRASIL. Decreto-lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946. **Dispõe a criação do Conselho Federal de Contabilidade, define as atribuições do profissional contábil, e dá outras providências.** Presidência da República Federativa. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br>>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

BRASIL. Lei nº 1.083, de 22 de agosto de 1860. **Contendo providencias sobre os Bancos de emissão, meio circulante e diversas Companhias e Sociedades.** Presidência da República Federativa. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

BUESA, Natasha Young. **A evolução histórica da contabilidade como ramo do Conhecimento.** Revista Eletrônica Gestão e Negócios. v. 1, n.º 1, 2010. Faculdade de São Roque. Disponível em: <[http://www.facsaroque.br/novo/publicacoes/pdfs/natasha\\_adm.pdf](http://www.facsaroque.br/novo/publicacoes/pdfs/natasha_adm.pdf)>. Acesso em 08 de maio de 2022.

CABRAL, Dilma. **Código Comercial.** In: Memória da administração pública brasileira. 2016. Disponível em: <<http://mapa.an.gov.br/index.php/menu-de-categorias-2/277-codigocomercial>>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Resolução CFC nº 1.103/2007. **Cria o Comitê Gestor da Convergência no Brasil, e dá outras providências.** Disponível em: <[https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/Res\\_1103.pdf](https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/Res_1103.pdf)>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Resolução CFC nº 529/1981. **Dispõe sobre as normas brasileiras de contabilidade.** Disponível em: <[https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/RES\\_529.pdf](https://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/RES_529.pdf)>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

FERREIRA, Ana Lúcia. **Evolução da contabilidade e os avanços nos processos contábeis.** 2021. Disponível em: <<http://repositorio.unitau.br/jspui/bitstream/20.500.11874/5123/1/Ana%20Lidia%20Ferreira.pdf>>. Acesso em 24 de abril de 2022.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em 14 de maio de 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HESSLER, Ismael; VENDRUSCULO, Maria; SALLABERRY, Jonatas. **A evolução da contabilidade ao longo da história do Brasil.** Revista de Administração e Contabilidade - RAC (CNEC). Porto Alegre. Ano 17, n. 34, p. 04-25, jul./dez. 2018. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/229768282.pdf>>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

JESUS, Lucas Cardoso de. **A contabilidade suportada pelos recursos de tecnologia da informação.** 2021. Disponível em: <<http://repositorio.unitau.br/jspui/bitstream/20.500.11874/5148/1/Lucas%20Cardoso%20de%20Jesus.pdf>>. Acesso em: 24 de abril de 2022.

JUNIOR, Gilberto Alves Lopes. **Contabilidade digital: vantagens e desafios para os profissionais contábeis.** 2021. Disponível em: <<https://univisa.edu.br/wp-content/uploads/2022/03/Gilberto.pdf>>. Acesso em: 21 de abril de 2022.

MANES, Gabriel. Contabilidade digital: o guia completo (2020). Conta Azul Empresas Contábeis, 08 de julho de 2022. Disponível em: <<https://contadores.contaazul.com/blog/contabilidade-digital>>. Acesso em 01 de outubro de 2022.

MATTES, Candida; DALONGARO, Roberto; WESZ, Luiz. **A história da contabilidade e seus aspectos contemporâneos: uma contribuição teórica ao profissional da atualidade**. Revista RICADI, São Luiz Gonzaga, v. 04, ed. 01, 2018. Disponível em: <<http://urisaoluiz.com.br/site/wp-content/uploads/2018/08/Revista-4%C2%AAedi%C3%A7%C3%A3o-1-Artigo-03.pdf>>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

NOGUEIRA, Maria Cezira Fantini Martins; BÓGUS, Cláudia Maria. **Considerações sobre a metodologia qualitativa como recurso para o estudo das ações de humanização em saúde**. São Paulo, 2004. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010412902004000300006&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010412902004000300006&script=sci_arttext&tlng=es)>. Acesso em: 14 de maio de 2022.

PARDINHO, Arthur Henrique Costa; AQUINO, Dhafeny Martins de; SANTOS, Gabriel Pereira dos; SILVA, Mayara de Paula. **CONTABILIDADE DIGITAL: O DESAFIO DA NOVA ERA**. 2021. Disponível em: <<http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/5954/1/Contabilidade%20Digital%20%20desafio%20da%20nova%20era.pdf>>. Acesso em: 24 de abril de 2022.

PIRES, Fernando Gomes da Silva. **Contabilidade e sua evolução na era digital: um estudo nos escritórios contábeis da cidade de Pimenta Bueno - RO**. Portal de periódicos unir, 2017. Disponível em: <<https://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/2045>>. Acesso em: 07 de maio de 2022.

REIS, Aline de Jesus; SILVA, Selma Leal da; SILVA, Cleide Carneiro Alves da. **A**

**história da contabilidade no Brasil.** Seminário Estudantil de Produção Acadêmica. v. 11, n.º 1. 2008. Disponível em: <http://revistas.unifacs.br/index.php/sepa/article/download/299/247>. Acesso em 08 de maio de 2022.

SILVA, Ariane Gonçalves da; ALMEIDA, Naiara Silva de; PEREIRA, Samuel Tadeu Antunes. **Contabilidade 4.0: a tecnologia a favor dos Contadores na era digital.** 2021. Disponível em: <https://periodicos.fapam.edu.br/index.php/RPE/article/view/342>>. Acesso em: 24 de abril de 2022.

SILVA, Cláudio Daniel Soares da Silva. **A transição para a contabilidade cigital - um estudo de caso na Conceito Norte - Consultadoria de Gestão, Lda.** 2021. Disponível em: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/76744/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o\\_ClaudioSilva-%2bVF.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/76744/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o_ClaudioSilva-%2bVF.pdf)>. Acesso em 07 de maio de 2022.

SOUZA, R. Contabilidade Gerencial como Ferramenta para Gestão Financeira nas Microempresas: Uma Pesquisa no Município de São Roque SP. **Revista Eletrônica Gestão e Negócios**, v.2, n.1, 2011.

TIBURCIO, César. **História da Contabilidade: Lei 1.083.** [S. l.], 2013. Disponível em: <https://www.contabilidade-financeira.com/2013/05/historia-da-contabilidade-lei-1083.html>>. Acesso em: 08 de maio de 2022.

VENTURA, Magda Maria. **Estudo de caso como modalidade de pesquisa.** Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: [http://www.unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/o\\_estudo\\_de\\_caso\\_como\\_modalidade\\_de\\_pesquisa.pdf](http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/o_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa.pdf)>. Acesso em: 14 de maio de 2022

## APÊNDICE

### ROTEIRO DE ENTREVISTA

#### IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

1. Há quanto tempo a organização atua? Como surgiu?
2. Qual é o objetivo da organização?
3. Quais são as atividades/ações desenvolvidas pela organização? Como são realizadas?
4. Qual o número de funcionários?

#### GERENCIAMENTO E AVALIAÇÃO DA CONTABILIDADE DIGITAL

5. O escritório de contabilidade e mais especificamente o setor contábil tem conhecimento do que se trata a contabilidade digital e quais são suas características e benefícios?
6. Como é o recebimento dos documentos contábeis?
7. O escritório de contabilidade possui metodologias/ferramentas da contabilidade digital?
8. Como identifica o impacto que a transição para a contabilidade digital pode ter na profissão do contabilista?
9. Quais são os principais desafios e oportunidades da contabilidade digital para os escritórios de contabilidade?
10. Em relação à resistência a mudanças, como você descreve o perfil dos seus clientes?
11. Como o escritório de contabilidade acredita que pode imbuir o cliente da necessidade da contabilidade digital?
12. Quais ações têm sido tomadas para a melhoria do processo?

## GESTÃO DE PESSOAS: A INFLUÊNCIA DA LIDERANÇA NO DESEMPENHO DA EQUIPE

Daniel Gomes do Nascimento, Geovani Souza Simermam, Larissa Lopes de Sousa Rocha (1)

Cecilia Montibeller Oliveira (2)

(1) Acadêmicos do curso de Administração.

(2) Professor (a) Orientador (a) do Curso de Administração EAD – Multivix – Serra/ES

### RESUMO

Entre os fatores responsáveis pelo sucesso de uma empresa, a liderança merece destaque. Dessa forma, o objetivo do presente trabalho consiste em descrever a influência da liderança no desempenho da equipe de trabalho em uma organização, por meio de uma revisão bibliográfica exploratória-descritiva de caráter qualitativo, com base em artigos, dissertações e teses, encontradas em plataformas de busca eletrônica, como *Google Acadêmico*, *Scientific Eletronic Library Online (SciELO)* e *Semantic Scholar*, além de bibliotecas virtuais. A gestão de pessoas, bem como das organizações, tem sofrido as mudanças consideráveis nos últimos anos, e estas alterações nos levaram a repensar sobre os modelos de gestão, especialmente no cenário pós-pandemia. Tendo conhecimento de que, em tese, a organização é composta por diferentes pessoas com diversas características, encontrar uma forma adequada para gerir as equipes em consonância com os objetivos da empresa é algo desejável. Logo, figura como protagonista deste cenário o líder. É ele o responsável por estimular e influenciar a sua equipe a realizar determinadas atividades, e o sucesso da realização dessas ações se dá por meio das relações interpessoais construídas ao longo do processo. Por ser assim, a motivação é o combustível para a realização de tarefas e cumprimento de metas. Sobretudo, o sucesso de um líder dentro da organização está diretamente relacionado a sua forma de construir relações interpessoais, delegar funções e motivar a sua equipe para o alcance de um objetivo comum de forma harmônica e eficiente.

**Palavras-chave:** Organização. Liderança. Influência. Motivação. Incentivo. Gestão de pessoas.

## 1 INTRODUÇÃO

As organizações empresariais são compostas por uma integração de pessoas, que trabalham em prol de um objetivo comum e os indivíduos são os principais recursos para a realização de tarefas. Gerir os diferentes grupos sociais dentro de uma organização é uma tarefa desafiadora pois, estes grupos podem ter atividades pré-definidas ou então estas atividades podem não ser tão bem estruturadas (CUNHA e RODRIGUES, 2022).

Sabendo que esta atividade em equipe desprende maior atenção do líder, tendo em vista que cada pessoa tem suas características individuais, a gestão de pessoas se torna uma ferramenta indispensável para o bom cumprimento das metas (SANTOS e CRISTOFORI, 2021). Ainda que o tema gestão de pessoas seja bastante estudado, encontrar novas formas eficientes para gerenciar os recursos humanos é desejável.

A forma pela qual o gerenciamento de pessoas acontece, ou seja, a maneira com que o líder gerencia a sua equipe, exerce importante influência no desempenho da sua equipe (DIAS et al., 2022). Sobretudo, estas ações devem estar pautadas na motivação como combustível para tal fim e esse movimento deve ser instigado pelo líder, que se torna o agente responsável por entusiasmar a sua equipe (SANTOS e PAES, 2018). Independentemente da forma pela qual se não tem origem à motivação do indivíduo, este estímulo é capaz de isso favorecer a realização de tarefas (SANTARÉM, 2014). Nos últimos anos, é possível identificar uma quebra de paradigmas no sistema organizacional, ao passo que as organizações cuja os funcionários estão mais motivados têm ganhado espaço no mercado, ainda que seja um ambiente bastante competitivo (SIMÕES e DALFIOR, 2014).

Trazendo essa análise para o cenário pós pandemia, as relações de trabalho passaram a ser modificadas, pois os efeitos da pandemia de COVID-19 mudaram a forma de pensamento dos membros de equipes, e as empresas sentiram a necessidade de melhorar sua forma de planejamento, flexibilidade, colaboração e adaptação frente aos desafios diários (MIGUEL, 2021). Entender e estudar a capacidade de liderança após este fenômeno se torna indispensável para o enfrentamento do período pós-pandemia., uma vez que os desafios foram potencializados, e com isso o líder precisa tomar decisões ainda mais complexas (BUCKLEY, 2020; CARVALHO; LIMA, 2020; CALVOSA; FERREIRA, 2021).

O estudo de Silva e Macedo (2021), vai de encontro ao cenário de mudanças supracitado, onde os autores descrevem essa tendencia em aderir as transformações ocorridas durante o período pandêmico, no qual se tem destaque a prevalência de reuniões, entrevistas de emprego, treinamentos e emissão de documentações online, por exemplo, modificando também a forma pela qual se torna possível mensurar a produtividade da equipe, bem como a sua relação interpessoal.

Dito isto, fica evidente a necessidade de as organizações possuírem líderes preparados e capazes de motivar suas respectivas equipas para a realização das atividades propostas, especialmente em função dos desdobramentos pós-pandemia. Assim, o presente trabalho tem por objetivo descrever a influência da liderança no desempenho da equipe de trabalho em uma organização, com base em uma revisão bibliográfica exploratória-descritiva de caráter qualitativo.

## **2 METODOLOGIA**

Para a realização do presente estudo, optou-se por uma revisão bibliográfica, na qual se fez uma análise de literatura com base em artigos, dissertações e teses, tendo como critério para escolha e seleção, aquelas publicadas de 2002 a 2022. Para tanto, foram utilizadas plataformas de busca eletrônica, tais como *Google Acadêmico*, *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* e *Semantic Scholar*, além de bibliotecas virtuais. Com a finalidade de atingir o objetivo proposto neste estudo, foram usadas como base de pesquisa as seguintes palavras-chave: organização, liderança, influência, motivação, incentivo, gestão de pessoas e equipes.

Assim, a revisão de literatura consiste em uma forma de pesquisa que utiliza as informações dispostas na literatura a respeito dos temas previamente determinados, pela qual se faz a exposição de evidências relacionadas ao fenômeno estudado, com base em métodos de busca e seleção de informações, cuja os métodos de busca já foram descritos (SAMPAIO et al., 2007). Para Cervo e Bervian (2004) para que seja possível justificar os limites e contribuições da pesquisa, se faz necessário uma pesquisa bibliográfica pois, independentemente da área de conhecimento, esse é o primeiro passo de uma pesquisa científica.

A pesquisa assume um aspecto exploratório-descritivo com caráter qualitativo. Logo, a pesquisa é dada como exploratória quando é responsável por promover a proximidade do leitor com o objeto estudado e é descritiva, quando procura registrar e

descrever o tema como um todo, levando em conta a qualidade e relevância do conteúdo e não somente observar um fenômeno (GIL, 2017; FONTENELLES et al., 2009).

### **3 REVISÃO DE LITERATURA**

#### **3.1 Organização e gestão de pessoas**

Interpretadas por diversas óticas, muitas são as definições que permeiam o conceito de organização. Para tanto, no presente estudo vamos abordar aquela descrita por Cavalcanti (2006), no qual o autor descreve as organizações empresariais como uma integração de pessoas, com tarefas distribuídas que trabalham para alcançar um objetivo e, sendo as pessoas os principais recursos, devem ser organizadas para alcançar tal objetivo. A visão de Robbins (2005) vai de encontro a citada anteriormente, pois o autor descreve que o alcance de objetivos de uma organização esta diretamente relacionado com a ação colaborativa dos indivíduos que a compõem, no caso específico dos funcionários.

Os grupos sociais dentro de uma organização estão além dos descritos na literatura, no entanto, em linhas gerais eles podem ser divididos em formais e informais. São denominados formais quando há formação de equipes para designar as atividades propostas e pré-estabelecidas. Os informais por sua vez, não são estruturados ou então a sua estruturação não é bem definida, daí o nome (ROBBINS, 2005; CUNHA e RODRIGUES, 2022).

Presente ao exposto, torna-se evidente a necessidade de relações interpessoais para a realização das atividades do trabalho, e o sucesso da organização pode estar relacionado com a forma pela qual são tratados os sentimentos e as relações entre os membros da equipe, tanto com os demais membros da equipe quanto com os gestores.

Dentro deste processo de organização em que o trabalho é dividido para o alcance de um mesmo objetivo, se faz necessária a gestão de pessoas e dos grupos que a compõem. Logo, a gestão de pessoas faz uso da junção de conceitos, ações e técnicas que tem como objetivo o alinhamento dos propósitos, visões e programas de desenvolvimento e capacitação humana, capaz de incentivá-las e transformá-las (SANTOS e CRISTOFORI, 2021).

Com as inúmeras transformações na sociedade nos últimos ano, as modificações

trouxeram consigo, alterações na forma de viver da sociedade e, por consequência, das organizações e da forma pela qual se faz a gestão de pessoas (SANTOS e CRISTOFORI, 2021). Ainda que neste cenário de mudanças, as organizações ainda mantêm a necessidade de encontrar novas e eficientes formas de gerenciar os recursos humanos. Apostura dos líderes deve ser vista como indissociável ao estabelecimento de relações prósperas, pois ele deve ter um olhar holístico, vendo o colaborador como pessoa, levando em conta sua individualidade e suas características para a realização de tal função (DIAS et al., 2022).

Quanto as competências, o gestor de pessoas deve ser um profissional capaz de lidar com o novo, identificando os problemas e transformando os em novas oportunidades, estando aberto às novas ideias propostas pelo grupo, mudando a direção quando necessário, visando sempre o melhor desempenho da sua equipe para atingir o objetivo da organização (PESTANA et al., 2003).

O gerenciamento de pessoas, sobretudo, exerce uma influência importante sobre a sua performance no trabalho. Embora sejam tratadas como únicas, no ambiente comercial por exemplo, em que há o atendimento a diferentes pessoas, o colaborador deve trabalhar alinhado aos objetivos da empresa, visando a harmonia das atividades, deixando de lado questões pessoais que possam interferir no tratamento do cliente e impactar como um entrave no alcance de metas (DIAS et al., 2022).

Visando reduzir e, até mesmo, saber lidar com esse tipo de situação a gestão de pessoas tem sido o grande foco das organizações. Para isso, o ambiente organizacional está diariamente se tornando um ambiente dedicado em políticas motivacionais e de desempenho em prol de aumentar seus resultados (MARINHO et al., 2014). Em um estudo elaborado por Gil (2009) publicado em seu livro intitulado como “Gestão de Pessoas”, o autor aponta uma tendência de substituição dos serviços então desempenhados pelo setor de recursos humanos, pela formação de equipes de gestão. Assim, o objetivo da gestão de pessoas está relacionado com a preparação dos indivíduos que a compõem para o enfrentamento dos problemas decorrentes destas relações interpessoais no ambiente de trabalho, visando o alcance de metas. Vale mencionar que, atualmente, a gestão de pessoas busca entender o lado pessoal do colaborador, de modo que possa potencializar o seu lado profissional.

### **3.2 Formação de equipes**

Ao longo do tempo, nota-se a existência e divisão da sociedade em diversos grupos, que lutam por um ideal comum. A forma pela qual estes grupos são formados podem ser diversas e dependem de fatores étnicos, culturais e, sobretudo, pela sua necessidade e utilidade para a vida humana. Como dito, existem diferentes formas de grupos e organizações, e nesta pauta passam a figurar como o objeto de estudo partindo do ponto de vista das organizações.

A equipe de trabalho consegue desenvolver bem seu papel quando trabalha em consonância com os princípios e objetivos da empresa, desempenhando suas atividades de maneira harmônica e motivada. Mas, antes mesmo de entrarmos nessa questão, devemos entender o que significa “ser equipe”. Para o Houaiss da Língua Portuguesa (2001), a equipe nada mais é do que um conjunto de pessoas que trabalham juntas visando a um mesmo objetivo.

Ao enxergarmos a equipe por um outro ponto de vista, podemos aferir quem equipe é a uma das ferramentas mais importantes para a realização do trabalho, principalmente para a realização de atividades em série isso ou então qualquer outro projeto ou desafio dentro de uma organização (PESTANA et al., 2003).

Entre outros fatores, a eficiência da equipe está diretamente relacionada à 3 princípios básicos que foram classificados por Maximiano (1986), a saber: definição vocacional, que diz respeito à missão; definição operacional, relacionado aos resultados a serem alcançados e definição instrumental, isso responsável pela de visão do trabalho indefinição os papéis de cada um dos membros da equipe.

Quando a equipe é formada com base nesses princípios, a eficiência do processo produtiva será uma consequência dessas boas escolhas, principalmente porque a vocação para desempenhar determinada tarefa é somada ao processo operacional e potencializada pelo domínio da utilização dos instrumentos de trabalho quando se fazem necessários (PESTANA et al., 2003).

Ainda que muitos digam que montar uma equipe de trabalho seja algo fácil, este processo é bastante desafiador. Conforme descrito por Pestana et al., (2003), o maior problema durante a formação da equipe não está na escolha as pessoas que realizaram as atividades, como muitos pensam, mas sim, na forma pela qual esses grupos serão motivados para atingir os mesmos objetivos, tendo em vista que cada um possui visão e estilo diferente, mas que na empresa devem trabalhar alinhados. Esta ideia pode ser

completada por aquela apresentada por Maximiano (1986), em que o autor destaca que a equipe só pode ser considerada uma equipe quando os membros que a compõem se identifiquem como parte dela e que compartilhem a mesma identidade social.

Vergara (2000), em seu livro *gestam de pessoas*, aponta inúmeras vantagens no trabalho em equipe, a saber: agilidade na captação e uso de informações, executar atividades com alto risco uma vez que a responsabilidade pode ser compartilhada e, isso muitas vezes, pode ser compartilhado entre os membros da equipe, servindo como uma motivação mesmo que indiretamente. Desta forma, é possível evidenciar que trabalho em equipe trará bons resultados a organização quando estiverem alinhados ao sistema adotado, pensando na organização como um todo e não somente na realização de uma determinada tarefa.

### **3.3 Liderança**

No que diz respeito a essa temática, tem-se a liderança como um procedimento em que o líder é a pessoa responsável por direcionar, orientar e entusiasmar com confiança e dedicação, a forma pela qual será realizada uma determinada atividade de outros indivíduos para a realização de atividades definidas para o alcance de um objetivo pré-estabelecido em determinadas circunstâncias (MOREIRA et al., 2020; LIMA, 2022). Para Santos e Paes (2018), mais do que simplesmente direcionar o trabalho, a liderança tem a função de entusiasmar a conduta dos demais. No entanto, assim como descrito por Pestana et al., (2003), a liderança não pode ser confundida por direção ou gerência, podendo estar presente em todos os níveis hierárquicos e nas mais diferentes áreas de atuação.

Para Pestana et al., (2003), o líder deve ter conhecimento amplo e profundo sobre os aspectos técnicos da atividade exercida, deve ser capaz de lidar com atividades complexas, deve ser flexível as constantes mudanças de acordo com a análise da situação insensível às diferenças individuais a apresentadas pelo grupo. O líder também deve estar apto a lidar com situação de julgamento e de reflexão, meu lado em conta principalmente a sua competência e a competência dos seus liderados.

Segundo Chiavenato (2005), o líder deve ser um influenciador, de modo que consiga persuadir sua equipe. Logo, quando bem utilizado esse poder, será capaz de fazer sua equipe cumprir com as tarefas propostas sem nenhuma dificuldade. Essa narrativa vai de encontro aquela apontada por Maximiano (2007) em que o autor escreve:

(...) liderança é o processo de conduzir as ações ou influenciar o comportamento e a mentalidade de outras pessoas. Um cientista pode ser influenciado por um colega de produção que nunca viu ou mesmo que viveu em outra época. Líderes religiosos são capazes de influenciar adeptos que estão muitos longes e que têm pouquíssima chance de vê-los pessoalmente” (MAXIMIANO, 2007, p.277).

Por vezes, a liderança é tratada em duas vertentes, aquela relacionada ao próprio líder e outra voltada para a organização e ambas estão interligadas, pois, se um líder não é capaz de gerir suas próprias ações, certamente não será capaz de gerir uma equipe (GIL, 2008; LIMA, 2022). Dessa forma, a liderança associada a gestão de pessoas se torna importantes ferramentas dentro de uma organização.

Após a intensificação dos estudos de liderança e necessidade em saber mais sobre essa dinâmica para o bom funcionamento das organizações no dias atuais, fica evidente a transformação da liderança em função da sua adequação ao ambiente organizacional, pois para Hunter (2004), nos anos 60, um bom líder era medido pela sua capacidade em delegar funções, controlar, corrigir, comandar e organizar seus subordinados.

A relação constante construída entre o líder e o liderado, atualmente está relacionada com a admiração e o respeito advindo desta relação interpessoal (JORDÃO, 2004). De acordo com Escorsin (2017), o líder deve saber escolher a sua equipe e para isso deve levar em consideração diferentes perfis profissionais, desde aqueles experientes, até outros que precisam aprimorar suas habilidades. Dessa forma, o bom líder é capaz de treinar novas habilidades em sua equipe. É válido mencionar que independentemente disso, as atitudes do liderado é uma característica individual dele.

### **3.4 Motivação**

Dentro de um cenário organizacional tão competitivo, reconhecer as necessidades individuais das pessoas é algo fundamental para o bom relacionamento dos funcionários e, por consequência, da empresa, ainda mais quando nos deparamos com um mercado em constantes transformações. Para tanto, deve-se levar em consideração o fato de que cada pessoa possui uma determinada dificuldade, isso entender o que é mais importante para cada uma delas é um diferencial (ROBBINS, 2008, p. 47).

A motivação está diretamente relacionada há um interesse humano para a realização de determinadas tarefas e o estudo dá motivação desrespeito aos motivos

peloqual as pessoas são influenciadas a desempenhar tais atividades (OLIVEIRA, 2017). Ouseja, a motivação pode ser considerada um propensão individual, na qual o alcance de determinados objetivos é totalmente dependente da força que o move.

Chiavenato (2015) aponta que as organizações devem investir naquilo que motiva os seus empregados. Depois, o fato de estarem se sentindo bem psicologicamente e socialmente pode influenciar o rendimento, e dentro do ambiente de trabalho está pode ser uma atividade prazerosa e agradável. Vergara (2002) corrobora com essa afirmação quando retrata em sua obra “Gestão de pessoas” que as organizações podem ser capazes de proporcionar um ambiente desconfortável, capaz de promover o tédio e desespero. Logo, as pessoas acabam perdendo o interesse pelo emprego e se reduzindo a mediocridade.

De acordo com Santarém (2014), a motivação não se trata de um conjunto de ações em que a pessoa é estimulada a atingir um objetivo, com base no comportamento humano. Para Robbins (2008) a motivação pode vir do próprio indivíduo ou então ela pode ter sua origem em motivos externos, desenvolvidas em função do ambiente em que o indivíduo se encontra inserido. Diversas são as formas ou fontes de motivação que o indivíduo pode buscar ou desenvolver ao longo de sua jornada, e estas podem variar em função do ambiente em que está inserido ou até mesmo na forma com que escolhem viver sua vida. As forças motivacionais mais conhecidas são: motivação de desempenho, motivação da coexistência, motivação para a competência e motivação para o poder (CUNHA e RODRIGUES, 2022).

A motivação de desempenho está relacionada com a capacidade de superar desafios, independentemente da situação imposta. A motivação da coexistência tem um viés pautado na comunicação, em que as pessoas são elogiadas e desempenham melhor suas funções por conta disso. No que diz respeito a motivação por competência, ela partedo desejo em desempenhar um bom trabalho, de modo que os indivíduos se esforçam para desenvolver suas habilidades e desempenhar o seu trabalho da melhor forma possível, e em consequência disso apresentam maior produtividade. Por sua vez, a motivação para o poder está relacionada ao desejo de influenciar as pessoas e situações, estando assim intrinsecamente relacionada com a gestão de pessoas em uma organização (CUNHA e RODRIGUES, 2022).

Comumente, as pessoas que possuem essas determinadas características têm êxito ao desempenhar funções de liderança. Porém, quando não direcionada, a

motivação para

o poder somada a algumas características de personalidade podem influenciar na formação de líderes malsucedidos, autoritários, que não conseguem ensinar ou delegar funções e/ou até mesmo se relacionar de maneira adequada com a equipe que está sob sua responsabilidade (CUNHA e RODRIGUES, 2022).

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As mudanças que acometeram a sociedade nos últimos anos, impactaram diretamente o entendimento daquilo que consideramos como uma organização. Tais transformações mudaram a forma com que as pessoas enxergam seu local de trabalho e, com vimos, essa visão pode ser capaz de interferir nas suas relações interpessoais dentro da organização.

A necessidade em formar equipes para desempenhar diferentes tarefas e intensificaram as relações de poder nos mais diferentes níveis e situações dentro de uma organização. Nesse sentido, a gestão de pessoas passou a não ser uma atividade restrita ao setor de recursos humanos, mas passou a ser integrada em todo o processo, sendo cada setor responsável pela gestão de suas atividades por meio da orientação de um líder.

Contudo, o líder deve agir sempre de maneira estratégica e cautelosa, zelando pelo bom uso do poder que é atribuído a ele dentro da organização pois, o mau uso das atribuições pode acarretar inúmeros problemas à empresa, não alcançando as metas e objetivos propostos. Quanto aos colaboradores, estes podem ser expostos a situações que causam medo, ansiedade, frustração, entre outros tipos de sentimentos, afetando diretamente o seu rendimento e as suas relações.

A motivação deve ser vista como indissociável à ação do líder dentro da organização pois está diretamente ligada às necessidades humanas, principalmente por causa das relações interpessoais. O papel motivacional do líder é fundamental para o alcance das metas dos objetivos propostos pela empresa, pois uma equipe motivada é capaz de desempenhar suas atividades de forma mais eficiente.

O líder deve ser capaz de motivar sua equipe de modo de cada um seja capaz de mensurar o seu valor para o sucesso daquela organização. Em suma, entender que o processo de liderança envolve o relacionamento com diferentes pessoas e que estas devem ser tratadas como únicas, levando em conta as suas potencialidades, é o que

transforma um simples líder em um líder de sucesso.

## 5 REFERÊNCIAS

BUCKLEY, P. J. The theory and empirics of the structural reshaping of globalization. **Journal of International Business Studies**, v. 51, n. 9, p. 1580-1592, 2020.

CALVOSA, M.; FERREIRA, M. Os Atuais Pesquisadores sobre o Tema Liderança estão presos ao Modelo Mental do Século XX? In: XLV EnANPAD - **Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Curitiba, 2021. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/355183395>. Acesso em: 4 nov.2022.

CARVALHO, C.; LIMA, M. A Abordagem de Liderança nos Tempos de Pandemia: como proporcionar resultados por meio do teletrabalho. In: **XVII CONVIBRA** - Congresso Virtual de Administração, 2020

CAVALCANTI, V.L. et al. A. **Liderança e Motivação** - 2. Ed. - Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

CERVO, A.L; BERVIAN, P.A. **Metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Pearson Pratices Hall. (2004). 162p.

CUNHA, L.S.; RODRIGUES, L.L. A Influência da Liderança e Motivação nas Organizações/The Influence of Leadership and Motivation in Organizations. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 16, n. 60, p. 598-619, 2022.

DIAS, L.P.D.S.; RODRIGUES, M. D.M.; ALMEIDA, E.J.M.; ELIOTE, E.R.A.; MATTOS, M.A.M. o papel da gestão de pessoas para o desenvolvimento de uma equipe. **Coletânea Científica Administração 2022**, p. 100.

ESCORSIN, A.P.; WALGER, C. **Liderança e desenvolvimento de equipes**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

FARIA, R.M.; MOREIRA, L.; ARAUJO JUNIOR, A.H.; BARROS, J.G.M.; SAMPAIO,

N.A.S.; JESUS SILVA, J.W. A gestão estratégica de pessoas e a melhoria dos resultados corporativos através do uso das ferramentas: liderança, Rapport e Empowerment. **Research, Society and Development**, v.9, n.12, p.e36791210808- e36791210808, 2020.

FONTENELLES, M.J.; SIMÕES, M.G.; FARIAS, S.H.; FONTENELLES, R.G.S. **Metodologia da Pesquisa Científica**: diretrizes para elaboração de um protocolo de pesquisa, 2009.

GIL, A.C. **Gestão de Pessoas**. Estoque nos papeis. Profissionais. São Paulo: Atlas 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

**HOUAISS DA LÍNGUA PORTUGUESA**. Rio de Janeiro : Objetiva, 2001. p. 2922

HUNTER, J. C. **O Monge e o executivo**: Uma história sobre a essência da Liderança. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

JORDÃO, S. **A arte de liderar**: vivenciando mudanças num mundo globalizado. 2. ed. Belo Horizonte: Tecer, 2004.

LIMA, J.S. Gestão de pessoas e a liderança na empresa: o líder diante das mudanças organizacionais. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 5, p. e3611521217- e3611521217, 2022.

MARINHO, C.R.P.; MARINHO, R.C.P.; CARVALHO, C.A.S.; GUTIERREZ, R.H. **Competência e Aprendizagem**: Perspectivas Estratégicas orientadas à vantagem competitiva sustentável. X Ceneg – Congresso Nacional de Excelência em Gestão, ago. 2014.

MAXIMIANO, A.C.A. **Gerência de trabalho de equipe**. São Paulo : Pioneira, 1986.

MIGUEL, P.L.S. Tendências pós-pandemia. **GV-EXECUTIVO**, v.20, n.1, p.44-44,2021.

OLIVEIRA, W.N.P.; LOPES, M.; QUEIROZ, A. Motivação e Liderança dentro das Empresas. **Revista de Ciências Gerenciais**, v.21, n.34, p.91-97, 2017

PESTANA, M.C.; PIRES, P.M.D.S.G.; FUNARO, V.M.B.D.O.; UTUYAMA, A.S.; PACHECO, F.D.M.; GUIMARÃES, T.B.N. Desafios da sociedade do conhecimento e gestão de pessoas em sistemas de informação. **Ciência da Informação**, v. 32, p. 77-84, 2003.

ROBBINS, S.P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SAMPAIO, R.; MANCINI, M. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, v.11, n.1, p.83-89, 2007.

SANTARÉM, R. **As Bem-Aventuranças do Líder**. A Jornada do Herói, Petrópolis, RJ: Vozes: 2014.

SANTOS, M.R.A; PAES, Diego Cristóvão De Souza. Liderança situacional e meio ambiente-análise do grau de maturidade do Conselho Municipal de Meio Ambiente de Santa Maria. **Research, Society and Development**, v.9, n.3, p.e191932741-e191932741,2020.

SANTOS, N.E.S.A; CRISTOFORI, V. Influência da gestão de pessoas no desempenho do colaborador. **Pesquisa e Educação a Distância**, n. 25, 2022.

SILVA, M.S.C.; MACEDO, M.E. C. Liderança do futuro: olhar sobre o estilo de liderança pós-pandemia Covid-19. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, ano 6, ed.3, v15, p.05-17, 2021.

SIMÕES, M.A.; DALFIOR, S.R. A influência da liderança na motivação da equipe. **Gestão Contemporânea**, Vila Velha, v.4, n.1, p. 73-91, abr., 2014.

VERGARA, S.C. **Gestão de pessoas**. 2. ed. São Paulo : Atlas, 2000.

## REFLETINDO A EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS AO LONGO DA HISTÓRIA

Naianne Ramos Peixoto<sup>1</sup> Paulo de Tarso Lopes<sup>2</sup>

Acadêmica do curso de História.

Titulação do orientador – Professor Multivix

### RESUMO

O Presente artigo apresenta uma discussão acerca do desenvolvimento da Educação de Jovens e Adultos (EJA) como modalidade de ensino no Brasil. Aborda o contexto inicial que motivou a criação da EJA, como se deu o processo de criação, e etapas pelas quais a modalidade percorreu para alcançar o estado atual nas sociedades brasileiras. Demonstra, além disso, índices de analfabetismodas classes de seu público-alvo em selecionados períodos da história, para realizar uma breve análise acerca da atual necessidade da existência da EJA no país.

Palavras - Chave: Educação; EJA; História; Jovens; Adultos.

### INTRODUÇÃO

A educação de Jovens e adultos tem provocado discussões sobre a desvalorização desta modalidade de ensino, e é marcada por militâncias e lutas para que se conseguisse estabelecer a sua atual situação. Apesar dos vários avanços nas últimas décadas, é notório que muito ainda precisa ser feito para atingir novas perspectivas.

No Brasil do período colonial, época em que a educação da Colônia Brasil era responsabilidade de exclusiva da igreja Católica, especificamente os padres Jesuítas. Completa de histórias de resistência e luta, a EJA sempre enfrentou dificuldades de se tornar uma modalidade de ensino. A adoção de políticas colonizadoras de catequização indígena pelos Jesuítas desempenhou um papel de organização do sistema educacional do Brasil colônia, porém, devido a autonomia, a coroa determinou que se controlasse e

diminuísse os espaços de ensino, fator que originou em uma regressão no sistema educativo que afetou diretamente a elite, visto que não existiam outras formas de ensino. (GENTIL, 2005).

Segundo Cunha (1999) a ideia de escolarizar jovens e adultos na década de 1940, deu-se pelo fato de acreditar-se que o analfabetismo gerava marginalização e pobreza. Durante essa época, acreditava-se que adultos analfabetos não eram úteis, política e juridicamente. Com a extinção do Estado Novo e com o advento da democratização do país, se fez necessário aumentar o número de eleitores visto que outrora esses cidadãos não podiam exercer os seus deveres cívicos por não saberem ler e escrever.

Com isso, nas décadas de 1950, cria-se a campanha de educação de jovens e Adultos, na tentativa de se criar eleitos apenas. Porém, esse programa não vingou devido os seus métodos ineficientes, sofrendo várias críticas devido aos resultados negativos que o programa alcançou.

Uma década depois surgem as primeiras ideias de Paulo Freire, considerado então uma referência na Educação de Jovens e Adultos. A partir da aplicação das práticas pedagógicas Paulo-freianas, mudanças acontecem no sistema educacional voltado para clientela de jovens e adultos, através de programas de Educação Popular, A Educação Popular é um método de educação que valoriza os saberes prévios do povo e suas realidades culturais na construção de novos saberes, articuladas ações políticas em conjunto com movimentos sociais, estudantes, igreja católica e a CNBB. Sobre essas práticas pedagógicas Freire (2001) afirma que:

O Conceito de Alfabetização de jovens e adultos vai se movendo em direção da educação popular na medida em que a realidade começa a fazer alguma exigência à sensibilidade e à competência científica dos educadores e educadoras. Uma destas exigências tem que ver com a compreensão crítica dos educadores do que vem ocorrendo na cotidianidade do meio popular (FREIRE, 2001, p. 16)

Neste contexto, as práticas pedagógicas de Freire ganham visibilidade, visto que ele diferencia a alfabetização de jovens e adultos da alfabetização de crianças.

No ano de 1964, foi aprovado o Plano Nacional de Alfabetização que pretendia atender todo o país utilizando as propostas pedagógicas de Freire. Todavia com o surgimento da ditadura Militar que o país enfrentou, o projeto foi suprimido e substituído pelo Movimento Brasileiro de Alfabetização (MOBRAL). Programado em 1967 pelo governo federal com objetivo de erradicar o analfabetismo do Brasil em dez anos. O

Mobral propunha a alfabetização funcional de jovens e adultos, visando “conduzir a pessoa humana a adquirir técnicas de leitura, escrita e cálculo como meio de integrá-la a sua comunidade, permitindo melhores condições de vida”. O programa foi extinto em 1985 e substituído pelo Projeto Educar. Para Sauner (2002):

Uma das causas do fracasso do MOBREAL no seu trabalho de alfabetização do jovem e do adulto brasileiros está relacionada aos recursos humanos: o despreparo dos monitores a quem era entregue a tarefa de alfabetizar. Tratava-se de pessoas não capacitadas para o trabalho em educação, que recebiam um “cursinho” de treinamento de como aplicar o material didático fornecido pelo MOBREAL e ensinavam apenas a mecânica da escrita e da leitura, portanto, não alfabetizaram (SAUNER, 2002, p.59).

Fica evidente com isso que ao longo de seu processo histórico, a EJA, como conhecida nos dias de hoje, foi executada como prática social de educação, tanto em espaços formais, como em espaços informais. Porém, é possível notar que o Brasil sempre teve dificuldade de adotar e executar com êxito esta modalidade de ensino, fato recorrente até nos dias de atuais.

As Comunidades Eclesiais de Base obtiveram motivações e influências na sociedade, onde, de acordo com Santos (2006), na década de 80, num momento de transição política no Brasil, foi necessária uma reorganização das estratégias de trabalho dos movimentos sociais e populares, para que suas reivindicações pudessem ser atendidas, visto que o país, há décadas, se encontrava em uma turbulenta situação econômica, com índices de inflação extremamente elevados. A parcela da população menos favorecida era, por sua vez, a classe com a maior quantidade de pessoas, a classe trabalhadora, que se afetava constantemente devido à conjuntura do país e as restrições impostas pelo regime militar.

Devido ao cenário agitado que o contexto de tal época proporcionava, houve uma resposta advinda dos grupos militares da Igreja Católica. Durante a década de 70 deu-se início as primeiras Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), acompanhadas da Teologia da Libertação (TL). Essas campanhas foram fundamentais para o desenvolvimento das sociedades, onde as crises econômicas e políticas se propagavam afetando cada vez mais a camada popular. Tal parcela da população pôde ver nas CEBs e na TL uma forma de vencer o sofrimento cotidiano do país, e um início esperançoso de transformações sociais. A definição das CEBs era dada, de acordo com o Frei Betto, da seguinte maneira:

“São comunidades, porque reúnem pessoas que tem a mesma fé, pertencem à mesma Igreja e moram na mesma região. Motivadas pela Fé, essas pessoas vivem uma comum-união em torno de seus problemas de sobrevivência, de moradia, de lutas por melhores condições de vida e de anseios e esperanças libertadoras. São eclesiais, porque congregadas na Igreja como núcleos básicos de comunidade de fé. São de base, porque integradas por pessoas que trabalham com as próprias mãos (classes populares): donas-de-casa, operários, subempregados, aposentados, jovens e empregados dos setores de serviços, na periferia urbana, na zona rural, assalariados agrícolas, posseiros, pequenos proprietários, arrendatários, peões e seus familiares. Há também comunidades indígenas”.

Nesse sentido, um movimento integrado se inicia, com papel fundamental da Igreja Católica, mas com grande movimentação da população que ansiava pela mudança de seu contexto social, e que se dedicava para que tais objetivos fossem alcançados.

Fato é, que o analfabetismo está presente no Brasil desde o período colonial, ocasionado por diversos fatores que marcam a história da formação e desenvolvimento do país. No entanto, como cita Coleti (2012), o tema começa a se tornar pauta apenas por volta da década de 30, visto que a parcela da população não-letuada, não podia exercer sua função como eleitores, o que afetava os interesses partidários daquele contexto. Tal fator motivou o desenvolvimento de algumas campanhas de intervenção, que pudessem garantir conhecimentos básicos àquele público-alvo, agindo de maneira rápida e efetiva, os capacitando para cumprir seus papéis diante as votações democráticas.

O MOBRAL (movimento Brasileiro de Alfabetização) foi criado no Brasil pelo governo federal em 1967, durante a Ditadura Militar (1964 – 1985), e aprovado pela lei nº 5379. Seu propósito era atender a grande demanda da população: a alfabetização de muitos jovens e adultos. A premissa do MOBRAL e de seus educadores era a de que os jovens e adultos em questão eram pessoas de baixo nível socioeconômico, mas com grandes bagagens culturais, onde era função dos educadores modificar um panorama formado por essas pessoas consideradas tímidas e inseguras. Vale ressaltar que as campanhas criadas anteriores ao MOBRAL vieram a ser erradicadas pelo governo repressor da época, visto que algumas características eram contrárias aos seus interesses, e não poderiam de forma alguma apresentar uma espécie de ameaça naquele contexto.

Nesse cenário, o MOBRAL foi concebido como um programa que agiria ativa e diretamente na educação de jovens e adultos, levando a eles as informações necessárias para que se tornassem capazes de exercer seus papéis na sociedade, excepcionalmente como eleitores, mas como atores responsáveis pelo desenvolvimento

das regiões em que se inserem.

A Lei de Diretrizes e Bases apresenta definições sobre a EJA. Regulamenta o sistema educacional brasileiro, e foi criada a partir de princípios da Constituição Federal para reafirmar o direito à educação, seja ela no nível básico ou superior, pública ou privada.

A Educação de Jovens e Adultos é de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) Lei nº 9394/96, a modalidade de ensino voltada para atender os sujeitos que não puderam concluir sua escolarização básica (que compreende o Ensino Fundamental e Ensino Médio) por questões socioeconômicas, culturais, familiares ou qualquer outra motivação. O artigo 37 defende que: “A educação de jovens e adultos será destinada àqueles que não tiveram acesso ou continuidade de estudos nos ensinos fundamental e médio na idade própria e constituirá instrumento para a educação e a aprendizagem ao longoda vida.” (BRASIL, 1996).

Com a criação da Comissão Nacional de Educação de Jovens e Adultos (CNEJA) pelo Ministério da Educação em 1996 que visava coeditar e distribuir propostas para EJA. Com sugestões vindas das comissões regionais, fruto de debate e seminários se chegou à conclusão da construção do documento, denominado como “a Proposta Curricular para o 1º Segmento do Ensino Fundamental 1 para Jovens e Adultos em 1997” (BRASIL, 1996).

Este documento tinha como proposta abordar sobre a elaboração do currículo em base nacional, que incluía planejamento e avaliação. Como discorre Silva:

A justificativa para o estabelecimento de um currículo nacional, visando à preservação da unidade nacional, é uma falácia, pois a prática vem mostrando uma série de problemas, como o acirramento das diferenças relativas ao desempenho escolar, devido às questões referentes à classe, ao gênero e à raça, reforçando-se, assim, tanto conhecimentos oriundos da cultura dominante, quanto às desigualdades socioculturais. (1996, apud OLIVEIRA, 2000, p. 5)

Neste sentido, as propostas curriculares para Educação de Jovens e Adultos, precisam ser pensadas como instrumento de organização e apoio, propondo a construção de um currículo voltado para realidade e necessidade sociais das regiões onde se aplicariam.

Assegurada pela LDB, a EJA é hoje uma janela que se abre para indivíduos que pretendem se escolarizar a fim de melhor se qualificarem para o mercado de trabalho, bem como combate ao analfabetismo.

Embora haja avanços nas garantias e leis para oferta dessa modalidade de ensino, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2008, p.12), os jovens com idade entre 18 e 24 anos apresenta o maior número pessoas atrasadas no ano escolar assim como maior índice de evasão escolar.

Diante destes números o poder público se vê forçado a adequar os jovens evadidos através de programas sociais, a fim de criar condições de inserção desses jovens no mercado de trabalho. Porém, na ânsia de solucionar o problema de maneira superficial através de terceirização de postos de trabalho e ignorando a profissionalização do indivíduo, o estado adota métodos que muitos estudiosos e teóricos da sociologia consideram como precarização do trabalho e desqualificação da mão de obra (Cf. ANTUNES, 2000; ALVES, 2000).

Nas últimas décadas contrarias a essas iniciativas, decorriam programas de escolarização e qualificação de jovens e adultos com objetivos de inseri-los de maneira digna ao mercado de trabalho.

Inicialmente tida apenas como uma modalidade de educação compensatória (Esta visão está ligada à concepção do ensino supletivo, isto é, a reposição de estudos não realizados na infância e na adolescência), nos últimos anos, tem evoluído significativamente, o que mostra que antigos paradigmas como idade, tem sido ultrapassado e que a sociedade tem percebido a importância da EJA no combate ao analfabetismo e a profissionalização dos indivíduos.

Diante disso é fundamental que a EJA ocupe dimensões políticas, visto que a politização é fundamental na construção de uma sociedade diferente. Uma vez que a consciência política possibilita a compressão da realidade sociopolítica e econômica indicando assim o melhor caminho a ser seguido para construção de uma sociedade melhor Arroyo (2000).

## **METODOLOGIA**

Todo o escopo do projeto foi desenvolvido através de pesquisas bibliográficas que proporcionaram uma fundamentação teórica e levantaram os questionamentos acerca do tema desenvolvido, para que fosse possível, através do projeto, acrescentar no meio acadêmico uma fonte de pesquisa que explicasse a trajetória pela qual a EJA foi formada e se mantém até os dias atuais. É de extrema importância compreender os motivos por trás do surgimento dessa modalidade de ensino, para que se compreenda o estágio em que as sociedades brasileiras se encontram atualmente, e como se deu o

desenvolvimento do país até os dias de hoje. Por se tratar de um artigo que apresenta uma perspectiva histórica da modalidade de ensino de educação de jovens e adultos, buscou-se utilizar fontes de informações confiáveis, que apresentassem dados precisos, para que fosse possível alcançar os resultados desejados, e corroborar com as discussões presentes no meio científico acerca dos assuntos abordados no texto.

## **O ANALFABETISMO NA ATUALIDADE: UM REFLEXO DA TRAJETÓRIA DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS NO BRASIL.**

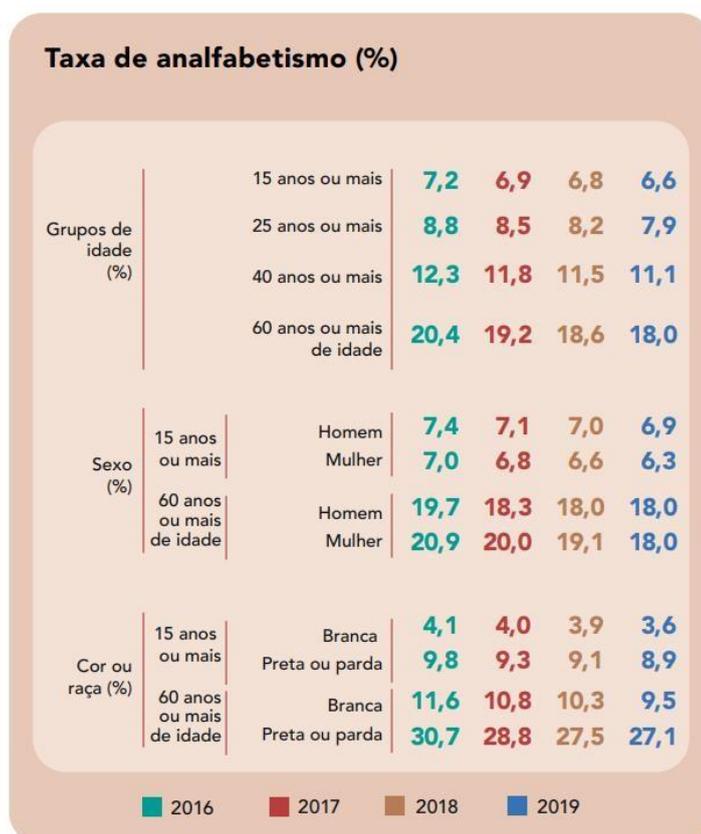
Ainda nas décadas atuais, o analfabetismo se faz presente nas sociedades brasileiras. Dados recentes apontam que, em 2019, 11 milhões de pessoas com idades a partir de 15 anos ainda não eram alfabetizadas, o que representa 6,6% na taxa de analfabetismo. No entanto, dos 11 milhões de pessoas analfabetas no país em 2019, aproximadamente 6 milhões possuíam idade igual ou superior aos 60 anos, equivalendo a uma taxa de 18% de analfabetismo. Tal fator demonstra que o analfabetismo atualmente impacta sobretudo na parcela da população de idade mais avançada. O gráfico da figura 1 apresenta um comparativo das taxas anuais de analfabetismo entre os anos de 2016 e 2019, tal como as faixas etárias entre 15 e 60 anos ou mais de idade, o sexo das pessoas e sua cor ou raça.

Nos dados do ano de 2019, é possível observar uma leve diferença entre os níveis de analfabetismo quando os sexos das pessoas foram analisados isoladamente. O índice obtido na análise do grupo das mulheres foi de 6,3%, ao passo que a análise do grupo masculino apontou o valor de 6,9%. Ao comparar ambos os índices com o ano anterior, de 2018, pode-se observar uma diminuição das taxas, onde, no grupo feminino, reduziu em 0,3%, e no grupo masculino, 0,1%. Na faixa etária avançada, das pessoas com 60 anos ou mais, as taxas foram iguais no ano de 2019, de 18% para os dois grupos, ao passo que, esse valor foi quase três vezes maior que o valor obtido a partir do grupo de pessoas de 15 anos ou mais.

A análise de cor ou raça apresentada na pesquisa do IBGE chama atenção por apresentar uma grande diferença entre as pessoas brancas, pretas ou pardas. Em 2019 a taxa de pessoas brancas analfabetas com 15 anos ou mais era de 3,6%, o que se diferencia grandemente do grupo de pessoas pretas ou pardas da mesma faixa etária não alfabetizadas, com o valor de 8,9%, o que significa uma diferença de 5,3%. Essa

grande diferença também se demonstra no grupo etário de 60 anos ou mais, com a taxa de 9,5% de analfabetismo para as pessoas de cor branca, e a taxa de 27,1% para as pessoas pretas ou pardas, o que representa uma diferença de 17,6%, ainda no ano de 2019.

Figura 1 – Taxa de analfabetismo no Brasil (2016-2019).



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisa, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2016-2019.

É possível notar uma diminuição nos índices de analfabetismo no Brasil neste período de quatro anos, em todos os grupos analisados. Portanto, para os anos futuros, é necessário manter o estímulo sobre a aplicação da EJA nas escolas brasileiras, e que essa possa atender as demandas de acordo com o nível de cada região do país, para que as taxas de analfabetismo se mantenham em queda, a ponto de proporcionar o maior desenvolvimento para as pessoas impactadas por essa modalidade da educação e para as comunidades as quais elas se inserem.

## RESULTADOS

Pôde-se obter, com a síntese da pesquisa, um conhecimento geral acerca da educação de jovens e adultos como modalidade de ensino. O entendimento sobre como se deu o seu processo inicial e as motivações pelas quais ela foi implantada no Brasil, obtido através da compreensão do contexto histórico em que as civilizações brasileiras se encontravam naquele período da história.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS / CONCLUSÕES

A partir dos estudos realizados no artigo, pôde-se obter conhecimentos sobre como se deu o processo de criação e iniciação da modalidade de Educação de Jovens e Adultos no sistema educacional brasileiro, que se faz presente até os dias atuais. Entender o contexto histórico em que as sociedades em desenvolvimento se inseriram é de extrema importância para se obter um olhar de completo entendimento sobre a EJA e as necessidades de sua existência, não somente para os alunos que desfrutam dela para cumprir seus estudos pendentes, mas para toda a sociedade ao qual eles se inserem, principalmente àquela que se encontra em seu entorno imediato, seja dentro de seus lares, com suas famílias, ou em sua vizinhança.

Alcançaram-se os objetivos principais deste projeto, que desde o princípio, eram obter uma base teórica acerca da criação da EJA, e como ela tem se desdobrado desde então. Além de analisar os impactos no âmbito do analfabetismo já proporcionados por ela no Brasil, até onde indicam os dados mais recentes obtidos, para que fosse possível observar a eficácia desta modalidade aplicada ao sistema educacional brasileiro. Por fim, o artigo se conclui com uma expectativa para os anos futuros, onde, se mantidos os estímulos na promoção da EJA nas escolas, de forma eficaz, acarretará em uma diminuição ainda mais significativa nos índices de analfabetismo, ao ponto que tal modalidade de ensino, com o objetivo de alfabetizar o público de jovens e adultos possa se tornar obsoleta.

## REFERÊNCIAS

Gentil, V. K. (2005). **EJA**: contexto histórico e desafios da formação docente. UNICRUZ-Universidade de Cruz Alta.

CUNHA, Conceição Maria da. **Introdução - discutindo conceitos básicos**. In: SEED-MEC, Salto para o futuro - Educação de jovens e adultos. Brasília, 1999.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 19ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

SAUNER, Nelita F.M. **Alfabetização de Adultos**. Curitiba: 1. ed. Juruá, 2002.

COLETI, Laura Maria Baron. **Do MOBRAL (Movimento Brasileiro de Alfabetização) aos Programas de EJA (Educação de Jovens e Adultos) atuais: evolução ou manutenção das práticas pedagógicas**. Marília: UNESP, 2012.

SANTOS, Irinéia Maria Franco dos. **LUTA E PERSPECTIVAS DA TEOLOGIA DA LIBERTAÇÃO: O caso da Comunidade São João Batista, Vila Rica, São Paulo: 1980-2000**. Departamento de História: Universidade de São Paulo, 2006.

Congresso Nacional. **Lei Federal nº 9.394**. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília, 20 de dezembro de 1996.

OLIVEIRA, M.A. M. **Parâmetros Curriculares Nacionais: uma análise crítica**. Caxambu: ANPED, 2000.

ARROYO, Miguel Gonzales. **Ofício de mestre: imagens e autoimagens**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000

## UM ESTUDO SOBRE COMO OCORREU O DIREITO AO VOTO DAS MULHERES NO BRASIL

Kamyla Bromonschenkel Borges<sup>1</sup>, Raiane Gustavo Broetto<sup>1</sup>, Luana Bastos do Nascimento Rosa<sup>2</sup>

1 - Acadêmicas do curso de Licenciatura em História

2 - Mestra em Educação – Professora Multivix – Serra

### RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo sobre o direito do voto feminino no Brasil e como se deu o processo até chegar a este, ou seja, mostrar todo o caminho percorrido até a conquista e entender a relação da mulher na política e seu papel na contemporaneidade. O sufrágio feminino foi garantido pelo primeiro Código Eleitoral brasileiro: uma vitória da luta das mulheres que, desde a Constituinte de 1891, pleiteavam o direito ao voto. Como metodologia, utiliza-se a pesquisa bibliográfica, que foca em análise de legislações evidenciando a mulher na política. A partir das informações obtidas nesse estudo, foi realizada uma reflexão a respeito do avanço obtido pelas mulheres a ponto de hoje o voto de elas serem primordial nos pleitos, segundo consta em registros do Tribunal Superior Eleitoral – TSE, as cidadãs representam a maior parte dos votantes brasileiros. Contudo, é primordial o poderio político das mulheres em diferentes seções da sociedade. Como resultados, identifica-se que a fração de mulheres na política é de suma importância, e já se mostrou eficaz para inspirar de forma positiva nas deliberações que englobam diversos assuntos que impactam diretamente a sociedade.

Palavras – chave: Voto, feminino, Brasil, conquistas, direitos.

### INTRODUÇÃO

O direito ao voto das mulheres no Brasil é um assunto recente, pois devemos levar em consideração a quantidade de anos que já se passaram desde o descobrimento e a independência dessas terras no território Brasileiro. No entanto,

devemos comemorar e sempre destacar a importância dessa façanha, de outras que vieram e muitas ainda que estejam por vir.

Os resultados de um processo de lutas, avanços e recuos que se iniciou por volta de 1910, à conquista do voto feminino no Brasil se deu em 1932.

Porém, nem todas as mulheres que conquistaram esse poder na época.

De acordo com a Constituição Federal de 1988, a igualdade entre homem e mulher está prevista em seu artigo 5º, inciso I, que aborda que

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição.

Nos tempo presente, o voto delas é primordial nas votações, em conformidade com arquivos do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), as mulheres simbolizam a maior parte dos eleitores na nação, pois, dos mais de 147,3 milhões de eleitorado hábil a votar, 77,3 milhões são as mulheres, representando 52,5% desse total.

O presente estudo abordará um assunto que tem estado em destaque ao longo dos últimos anos, a conquista do direito ao voto feminino no Brasil. Apesar das lutas oriundas de tempos remotos, atualmente embora se tenha amplo espaço de discussão, pois na concepção histórica, os avanços para a classe feminina são contemporâneos.

Logo, propomos nesta pesquisa de trabalho de conclusão de curso realizar a investigação da seguinte problemática de estudo: Quais foram os acontecimentos que culminaram para a efetivação e conquista do voto feminino no território brasileiro?

Como objetivo geral, buscamos: **pesquisar sobre os acontecimentos que culminaram para a conquista do voto feminino no Brasil.**

No que tange aos Objetivos Específicos, propomos:

- Explicar como se deu o processo até chegar à conquista do voto feminino;
- Estudar sobre o contexto histórico do voto feminino através de materiais bibliográficos já produzidos;
- Descrever os motivos e principais acontecimentos que levaram as mulheres

a terem o direito ao voto.

- Entender a relação feminina na política e seu papel na contemporaneidade;

## **METODOLOGIA**

A presente obra se trata de uma pesquisa bibliográfica, pois é o levantamento de obras publicadas sobre o tema abordado. Através de livros, artigos, sites e análises da legislação que vigorava os anos citados acima e a atual podemos coletar os dados aqui citados.

De acordo com Gil (2002), por pesquisa bibliográfica entende-se a leitura, a análise e a interpretação de material impresso. Entre eles podemos citar livros, documentos mimeografados ou fotocopiados, periódicos, imagens, manuscritos, mapas, entre outros.

Nessa perspectiva, realizamos o levantamento bibliográfico a partir de artigos científicos publicados entre os anos de 2001 a 2020. A busca se deu por meio dos unitermos “voto”, “feminino”, “Brasil” e “direitos”, presente nos artigos encontrados.

Este estudo foi constituído por artigos científicos em português, completos e disponíveis. Aplicados estes critérios a título de teste de viabilidade, foram considerados oito artigos.

Diante do supracitado, esse levantamento vem a demonstrar a luta das mulheres no Brasil por seu direito de votar e envolver-se na vida política.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

Segundo Ricardo Oriá (2021), no período de 1910, seguindo uma tendência mundial do movimento feminista sufragista, a professora carioca Leolinda de Figueiredo Daltro, em protesto à recusa de seu pedido de alistamento eleitoral, fundou o Partido Republicano Feminino. Considerado o primeiro partido político feminino do país, defendia o direito ao voto para as mulheres e a abertura dos cargos públicos a todos os brasileiros, indistintamente.

Em 1917, o referido partido promoveu uma marcha pelas ruas do centro do Rio de Janeiro, com a participação de 90 mulheres. Por sua atuação como feminista e indianista, Leolinda sofreu perseguições, chegando a ser chamada de “mulher do

diabo” (ORÍÁ, 2021).

Em 1920, houve intensos movimentos que contentavam os avanços femininos. Somente no ano de 1922, houve importantes acontecimentos que colocavam em destaque a República Velha, deste destacam-se: a Semana de Arte Moderna, o movimento tenentista e a fundação do Partido Comunista do Brasil (ORÍÁ, 2021).

Diante disso e da emergência do movimento feminista, tendo à frente a professora Maria Lacerda de Moura (1887-1945) e a bióloga Bertha Maria Júlia Lutz (1894-1976), que fundaram a Liga para a Emancipação Internacional da Mulher, um grupo de estudos cuja finalidade era a luta pela igualdade política das mulheres (ORÍÁ, 2021).

Posteriormente, Bertha Lutz, viria a ser a segunda mulher a ocupar uma cadeira na Câmara dos Deputados, também criou a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (considerada a primeira sociedade feminista brasileira). Que tinha como objetivos básicos:

[...] promover a educação da mulher e elevar o nível de instrução feminina; proteger as mães e a infância; obter garantias legislativas e práticas para o trabalho feminino; auxiliar as boas iniciativas da mulher e orientá-la na escolha de uma profissão; estimular o espírito de sociabilidade e cooperação entre as mulheres e interessá-las pelas questões sociais e de alcance público; assegurar à mulher direitos políticos e preparação para o exercício inteligente desses direitos; estreitar os laços de amizade com os demais países americanos (RICARDO ORÍÁ, 2021, s/p).

Na primeira Assembleia Constituinte da República, alguns parlamentares apresentaram propostas concretas de extensão do direito de voto às mulheres. Contudo, a emenda foi rejeitada e a Constituição da República dos Estados Unidos do Brasil de 1891 não contemplou as mulheres com esse direito (ORÍÁ, 2021).

No âmbito estadual, o Rio Grande do Norte foi o pioneiro na concessão do voto feminino no Brasil. Foi sancionada a Lei nº 660/1927, que regulava o serviço eleitoral no estado e estabelecia que no Rio Grande do Norte, mulheres participariam das eleições. Nesse mesmo dia, a professora potiguar Celina Guimarães Viana entrou com uma petição ao juiz eleitoral solicitando sua inscrição no rol dos eleitores daquele município (ORÍÁ, 2021).

Além disso, Vargas era simpatizante da causa feminista, sobretudo no tocante

ao direito de voto. Assim, em 1932, foi promulgado o novo Código Eleitoral, cuja comissão de redação contou com a participação de Bertha Lutz (ORIÁ,2021). Estava assegurada a cidadania política às mulheres brasileiras.

Os arts. 2º e 21 do novo Código Eleitoral continham os seguintes textos:

Art. 2º. É eleitor o cidadão maior de 21 anos, sem distinção de sexo, alistado na forma deste Código.

Art. 121. Os homens maiores de sessenta anos e as mulheres de qualquer idade podem isentar-se de qualquer obrigação ou serviço denatureza eleitoral.

Entretanto, nem todas as mulheres conseguiram no período esse direito. Exclusivamente conseguiam votar as mulheres casadas e que possuíam concessão do cônjuge. As viúvas e solteiras também tinham direito, desde que, que possuíssem faturamento próprio. Unicamente em 1965, com o novo Código Eleitoral, o sufrágio das mulheres foi uniformizado ao do homem.

Embora as mulheres representem a maior parcela de eleitores no Brasil, ainda é um desafio ampliar a porção feminina na política. O número de deputadas no Congresso Nacional representa 15% na câmara dos deputados, considerado um número baixo diante dos 513 parlamentares que integra a câmara federal, 81 parlamentares e apenas 13 mulheres.

Cada conquista feminina no cenário político brasileiro é reflexo de uma trajetória de lutas, tendo em vista o machismo que permeia. Exemplo disto é o fatode que apenas uma mulher ocupou a presidência da câmara, sendo logo em seguida afastada do seu cargo.

Além disso, é importante destacar que nenhuma mulher ocupou a comissão de justiça, provando que ainda há discriminação e dificuldades em ocupar cargos importantes na política. A representatividade é essencial para se obter uma democracia eficiente, mas no Brasil o avanço político em relação a igualdade de mulheres e homens, na prática, ainda está engatinhando.

## **A MULHER NA POLÍTICA E SEU PAPEL NA CONTEMPORANEIDADE**

As discussões empreendidas neste capítulo caracterizam o cenário em que se

encontra a mulher, atualmente. Elas foram um dos últimos contingentes sociais a obterem direitos políticos nas democracias contemporâneas. O direito ao voto feminino representou a primeira vitória na luta por cidadania política.

No entanto, apesar de terem conquistado, as mulheres ainda enfrentam grandes dificuldades em participar da disputa eleitoral e de se eleger a cargos públicos, principalmente do legislativo (espaço fundamental para dar centralidade e visibilidade de temas que têm se constituído como bandeiras da luta feminina e que precisam ser amplamente debatidos, problematizados e solucionados) (LEITE; GUNDIM, 2019).

No caso do Brasil, foram adotadas as cotas partidárias de gênero que, desde a sua formatação, já sofreram diversas alterações na tentativa de introduzir mais mulheres ao debate público institucionalizado.

Apesar da implantação das cotas partidárias de gênero, ainda não houve um aumento significativo na representação feminina na política. Isso porque, de acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) as damas desde a conquista dos seus direitos políticos não conseguiram ultrapassar 15% do total de Deputados Federais. Nas eleições gerais de 2018, apenas 290 candidatas foram eleitas, representando um total de 16, 20% do total de eleitos.

Desde a implementação das cotas partidárias de gênero, várias medidas vêm sendo adotadas para potencializar o envolvimento feminino na política. Contudo, alguns fatores influenciam para que as mulheres não tenham conseguido maximizar a representatividade feminina na política no Brasil. Dentre eles, destacam-se os fatores histórico-culturais, embora a visão social sobre a mulher tenha se desenvolvido, ainda há na sociedade a manutenção de uma mentalidade patriarcal que entende que apenas devem ser destinadas às mulheres atividades relacionadas à família ou ao lar (LEITE; GUNDIM, 2019).

As cotas partidárias de gênero no Brasil são ineficazes, pois as mulheres simbolizam menos de 30% do total de cadeiras do Congresso Nacional. Sendo assim, por falta de maior representatividade feminina no Congresso que algumas pautas tão importantes para cada uma das mulheres não são votadas e quando são, tem um resultado diferente do almejado pela maioria feminina no país.

De acordo com Cristiane Aquino (SOUZA, 2014), outro motivo que inibe a

participação feminina, está atrelado à cláusula de escape presente na Lei 9.504/97, que autoriza os partidos a aumentarem o número de candidatos. Além dos aspectos relacionados com a própria fragilidade normativa da lei, um dos fatores que contribui para a não aplicação das cotas no Brasil consiste na ausência de apoio dos partidos políticos em candidaturas femininas.

Mesmo com toda essa dificuldade ora apresentada, sobre a efetivação do público feminino na política. No pleito de 2014 foi eleita Dilma Rousseff, a primeira presidente mulher no Brasil, esta, era filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT). Fato de grande importância ao cenário político nacional, pois, demonstra que aos poucos as mulheres estão mais confiantes para assumirem cargos que antes era exclusivo à homens, isso demonstra que as mulheres têm ganhado mais espaço na sociedade.

Nessa perspectiva, atualmente, nas eleições presidenciais de 2022, uma mulher ganha destaque como candidata, a Sra Simone Tebet, filiada ao Movimento Democrático Brasileiro (MDB), esta, não ganhou as eleições, contudo ficou em terceiro lugar na disputa presidencial no primeiro turno das eleições.

Ambos os fatos, demonstram a visibilidade que as mulheres têm conquistado na política, evidenciando um País mais inclusivo, com iguais direitos e democráticos.

Diante do supracitado, podemos observar que mesmo as mulheres tendo conquistado um espaço no cenário político do país, ainda é pouca a representatividade delas. Contudo, acreditamos que aos poucos as mulheres têm mostrado que não é só o homem que faz política.

## **LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO**

Este capítulo refere-se à pesquisa bibliográfica do trabalho, abaixo, segue a tabela que explicita os materiais coletados durante o referido levantamento, que foram retirados dos seguintes sites de busca Scielo, Google e Google Acadêmico, para delimitar os artigos a nosso tema utilizamos as palavras – chave: voto, feminino, Brasil, conquistas, direitos.

Após leitura dos títulos e resumos chegamos a oito artigos que vinham ao encontro direto com o tema do trabalho. De modo abrangente foram escolhidas publicações dos anos 2001 a 2020, pois, vão abrangendo todo um avanço no tempo e também mostra mudanças, com dados antigos e atuais sobre o assunto.

Conforme evidenciamos na tabela a seguir:

AUTOR	TÍTULO	ANO
Mônica Karawejczyk	Breves considerações sobre a conquista do voto feminino no Brasil.	2010
Beatriz Rodrigues Sanchez	Representação política das mulheres e qualidade da democracia: o caso do Brasil.	2014
Lara Loureto Calheiros Fernando de Carvalho Brasil	A conquista do voto feminino no Brasil e o papel da mulher no processo eleitoral	2020
Céli Regina Jardim Pinto	Paradoxos da participação política da mulher no Brasil.	2001
Fernando Limongi Juliana de Souza Oliveira Stefanie Tomé Schmitt	Sufrágio universal, mas... Só para homens. O voto feminino no Brasil.	2018
Luiz Henrique Vogel	A difícil inserção: voto feminino e as condições sociais de acesso ao campo político no Brasil.	2012
Jória Motta Scolforo	O voto feminino e a conquista de direitos na imprensa capixaba.	2020
Daniel Neves Silva	O voto feminino no Brasil.	2020

FONTE: autores (2022)

Considerando o foco de discussão das produções acadêmicas selecionadas, foi possível subdividi-las nos eixos, a saber: *o contexto histórico do sufrágio feminino e os principais acontecimentos que o culminaram*, que apresentamos na seção a seguir.

## **O CONTEXTO HISTÓRICO DO VOTO FEMININO E OS PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS QUE O CULMINARAM**

O artigo de Karawejczyk (2010), debate considerações breves e relevantes a respeito da conquista do voto feminino no Brasil. De acordo com a autora (KARAWEJCZYK, 2010), o Brasil é um dos pioneiros na concessão do voto para as mulheres na América Latina. Em 1932, com a reforma do Código Eleitoral – através do Decreto nº 21.076 – foram aqui instituídos a Justiça Eleitoral, o sufrágio universal direto e secreto e o voto feminino. Esta pesquisa aborda sobre a conquista do voto até os anos atuais e a relação da mulher com o cenário político atual. Onde entendemos que foi com a obtenção e a garantia do direito ao voto – respetivamente, no Código Eleitoral de 1932

e na Constituição de 1934 – que as mulheres brasileiras puderam participar da vida política do país, direito este que lhes tinha sido negado por um longo tempo.

No que se refere à metodologia aplicada neste estudo envolve a pesquisa bibliográfica, com investigação sobre debates a cerca da conquista do voto, e análise de dados, um dos objetivos deste artigo é resgatar um pedaço da história do nosso país ainda pouco conhecido: a luta empreendida em prol do sufrágio feminino (KARAWEJCZYK, 2010).

Nessa perspectiva, entendemos em suas conclusões com a nova Constituição (que entrou em vigor em 17 de julho de 1934), o Brasil passou a ser um dos poucos países do Ocidente em que a mulher podia votar livremente e exercer sua plena cidadania política. Apesar de ser apenas um passo em busca da conquista de outros direitos, consideramos que este foi um marco decisivo para futuras conquistas.

O artigo de Sanchez (2014) discorre a respeito da representação política das mulheres e a qualidade da democracia, no Brasil. De acordo com o autor (SANCHEZ, 2014), os obstáculos que dificultam o sucesso de mulheres em processos eleitorais são multidimensionais. A literatura aponta para três principais barreiras para o êxito das candidaturas femininas: *o sistema eleitoral, os partidos políticos e o financiamento de campanhas eleitorais*. Este artigo aborda sobre a adoção das Cotas que foi justificada pela expectativa de que se não houvesse obstáculos estruturais, políticos e culturais à participação das mulheres o número de representantes dos dois sexos seria mais equilibrado.

A metodologia aplicada nesse artigo (SANCHEZ, 2014), envolve pesquisa bibliográfica, com investigação sobre discursões acerca da inclusão de mulher no cenário político, e estudo de caso, com dados que o Brasil é o segundo país com mais baixo índice de mulheres em cargos legislativos federais na América Latina (SANCHEZ, 2014). Nas conclusões, fica em evidência que as Cotas femininas na política são necessárias para que haja cada vez mais mulheres sendo eleitas, porém, é importante que outras medidas sejam tomadas desde que a maior quantidade de candidatas não se converteu em um aumento de mulheres eleitas, o que demonstra que a adoção de cotas é importante, mas não suficiente para uma maior representação feminina.

Diante do supracitado, podemos destacar que tanto o artigo de Karawejczyk (2010) quanto o de Sanchez (2014), ambos enfocam na luta das mulheres por seu direito

ao voto e também nas dificuldades enfrentadas nos dias atuais para que elas consigam tem efetividade em seus direitos.

Entende-se que mesmo tendo conseguido o direito a votar este é apenas um passo na caminhada em busca de igualdade entre homens e mulheres e apesar de ser adotadas cotas para candidaturas femininas, não é suficiente para que ocorra uma maior participação de mulheres em cargos legislativos.

Estudos como estes tem grande relevância, pois, abordam as dificuldades para chegar no cenário que estamos atualmente e destacam que se necessita de medidas efetivas para que tenham se direitos iguais.

O artigo de Silvio e Brasil (2020) relata a relevância da conquista do voto feminino no Brasil e o papel da mulher no processo eleitoral. De acordo com os autores (SILVIO; BRASIL, 2020), a batalha das mulheres brasileiras teve abertura em 1891, quando foi recusada proposta de emenda à Constituição prevendo o direito de voto à mulher, todavia, somente em 24 de fevereiro de 1932, o direito de sufrágio foi asseverado. Logo, esse estudo evidencia o aumento do eleitorado feminino até ultrapassar o masculino nos anos 2000.

A metodologia aplicada nesse trabalho envolve a bibliográfica, com análise sobre discussões sobre a representação de mulheres na política, e estudo de caso, com análise de dados do Tribunal Superior Eleitoral (SILVIO; BRASIL, 2020). Esta pesquisa conclui que ações de apoio à candidatura de mulheres surgiram nos últimos anos, e isso tem cooperado para o aumento da representatividade feminina na política.

Contudo, a pesquisa de Silvio e Brasil (2020), se mostra importante nesse assunto pois evidencia que a mulher possui um papel importante, inclusive constituir maioria do eleitorado nacional, ainda figura como minoria na condição de candidatas nas eleições, por consequência de toda batalha histórica em busca da extensão do direito de sufrágio para o sexo feminino, inclusive apresenta reflexos em toda a estrutura eleitoral.

Desse modo, percebemos que os estudos de Sanchez (2014), Karawejczyk (2010), Silvio e Brasil (2020), nos esclarece que apesar de a mulher possui um papel importante, inclusive constituir maioria do eleitorado nacional, ainda figura como minoria na condição de candidatas nas eleições. Tal quadro é fruto de toda batalha histórica em busca da extensão do direito de sufrágio para o sexo feminino.

Já a pesquisa Pinto (2001), discute a importância dos paradoxos da participação

política da mulher no Brasil. De acordo com o autor (PINTO, 2001), o exame da participação política da mulher no Brasil tem trazido para a discussão a problemática da baixa participação, quer sejam tomados como referência os legislativos estadual, federal ou municipal, quer se tomem os cargos executivos em todos os níveis.

Nessa perspectiva, entendemos que esse artigo, aborda o assunto da nova posição da mulher no mundo do trabalho ao lado das lutas do movimento feminista trouxe mudanças importantes na relação das mulheres com o mundo público e, certamente, alavancou muitas das lutas das mulheres na segunda metade do século XX, inclusive no âmbito das políticas públicas. Entretanto, não houve uma ocupação na mesma proporção pelas mulheres na vida político-partidária que corresponda, mesmo de longe, à sua entrada no mundo do trabalho (PINTO, 2001).

A metodologia utilizada pelo autor foi à pesquisa bibliográfica, com ênfase sobre discussões sobre a quantidade de mulheres eleitas no país, e estudo de caso, com relato de experiência de mulheres no mundo político (PINTO, 2001).

Nas suas conclusões, vimos que existe uma interessante dinâmica no que se chama de participação política da mulher no Brasil, que ao mesmo tempo apresenta aspectos inovadores e revela os estrangulamentos enfrentados por novos sujeitos políticos, como as mulheres, no jogo político institucional (PINTO, 2001).

No artigo de Limongi, Oliveira e Schmitt (2018), os autores evidenciam sobre a trajetória das mulheres e a luta por igualdade de gêneros dentro do cenário político. De acordo com os autores (LIMONGI; OLIVEIRA; SCHMITT, 2018) a busca por direitos políticos persistiu após o sufrágio em 1932, pois o voto feminino passou a ser voluntário, mantendo a autoridade no interior da família centralizada nas mãos dos maridos. Com isso, esse artigo destaca a discriminação contra as mulheres e o papel de submissão, uma vez que seu direito de votar era decidido por homens e restrições de regras eleitorais impostas pelo Estado.

A metodologia utilizada pelo autor foi à pesquisa bibliográfica. Em seus achados, a ênfase na exclusão do sexo feminino, sempre esteve às margens do sistema político brasileiro (LIMONGI, OLIVEIRA, SCHMITT, 2018). Essa obra conclui que as mulheres de acordo com a visão masculina, deveriam preocupar-se apenas com a paz doméstica, com o cuidado com seus maridos e suas casas, tornando ainda mais distante a igualdade

política entre os gêneros.

Durante a leitura, compreendemos que a pesquisa de Limongi, Oliveira e Schmitt (2018) foi importante para mostrar que mesmo sendo maior parte do eleitorado nacional, até 1965 o cenário político do Brasil minimizou de diversas maneiras a autonomia feminina em relação aos seus direitos políticos, comprovando que o sufrágio universal foi de fato, para homens. Assim como os estudos de Pinto (2001), onde foi possível perceber que apesar das mulheres possuírem conquistas como as cotas, entende-se que uma lei não muda costumes, nem a cultura de um povo, mas certamente não pode ser desconsiderada como instrumento fundamental para uma mudança de situação, principalmente se houver um grupo organizado que luta por seu efetivo cumprimento.

O artigo de Vogel (2012) destaca que embora o direito ao voto tenha sido uma importante conquista para o sexo feminino, ainda é escassa a presença de mulheres nos espaços de representação política, assim como em posições sociais de prestígio. De acordo com o autor (VOGEL, 2012) há barreiras que dificultam a inserção de mulheres na disputa eleitoral e no campo político. Dentre elas, a desigualdade referente as condições de acesso ao capital econômico, cultural e social necessários para se obter êxito eleitoral, e a dificuldade em construir princípios de visão e de divisão.

No que tange a metodologia aplicada nessa pesquisa, envolveu uma pesquisa bibliográfica, com ênfase na difícil inserção de mulheres no campo político brasileiro, decorrente aos padrões de desigualdade social que permanecem até os dias atuais.

Desse modo, esse artigo (VOGEL, 2012) esclarece a dificuldade feminina em criar um grupo social homogêneo, capaz de guiar e orientar sua prática e seu discurso político. A pesquisa evidencia que o aumento do número de mulheres na política e em cargos de prestígio ainda é um processo lento, sendo cada vez mais importante a representatividade feminina em prol de uma sociedade mais igualitária.

O artigo de Scolforo (2020) relata a conquista dos direitos femininos através da influência da imprensa capixaba. De acordo com o autor (SCOLFORO, 2020) após o “Jornal Oficial” que circulava na cidade de Vitória, no Espírito Santo, anunciar pela primeira vez na imprensa local sobre a intensa luta a favor do voto feminino na Inglaterra, o interesse feminino em relação a participação nas eleições se tornou muito forte no Espírito Santo.

O estudo de Scolforo (2020) aponta a importância do trabalho realizado por meios de comunicação do Brasil, assim como a sua grande influência na inserção de mulheres no campo político brasileiro. A metodologia aplicada nesse artigo envolve a bibliográfica, com ênfase nas vozes femininas que participavam e lutavam calorosamente por igualdade de gênero e pelo direito ao voto (SCOLFORO, 2020).

Em suas conclusões, o autor evidencia que embora questionadas constantemente sobre suas aptidões e capacidade intelectual, as mulheres utilizaram jornais e revistas para defender as suas ideias e posicionamentos (SCOLFORO, 2020).

A pesquisa de Scolforo (2020) mostra que o direito ao voto se tornou uma necessidade consciente, exigida por mulheres que não aceitariam continuar sendo tratadas como inferiores, à sombra de seus pais e maridos. Compreendemos com isso que os meios de comunicação foram fundamentais para dar voz à luta feminina em prol de seus direitos, possibilitando acesso a informações que antes nem chegavam a ser debatidas.

Silva (2020) destaca a importância do movimento sufragista para a conquista do voto feminino no Brasil. De acordo com o autor (SILVA, 2020) o movimento sufragista foi liderado por feministas que exigiam e lutavam para que mulheres pudessem ter acesso à cidadania e participar das escolhas dos representantes.

O estudo aborda sobre o crescimento do movimento sufragista no Brasil, e como o engajamento feminino pelo direito de votar ocupou espaços relevantes, como por exemplo, a imprensa. Em suas metodologias, ele utiliza a pesquisa bibliográfica, com ênfase nos grandes avanços obtidos pelo movimento sufragista no final da década de 1920 (SILVA, 2020).

O autor (SILVA, 2020) conclui que se hoje as mulheres têm o seu direito ao voto assegurado pela Constituição Cidadã, foi resultado do esforço de outras mulheres que se reuniram para exigir o direito por igualdade, exemplo das feministas que lideraram o movimento sufragista.

Logo, a pesquisa de Silva (2020) mostra importante para o trabalho pois evidencia toda a trajetória feminina, desde o momento em que a mulher não era ao menos vista como cidadã, até o momento em que o Brasil se torna o primeiro País da América Latina a permitir o voto feminino.

No decorrer das discussões, percebemos que uma questão desafiadora é que nos próximos anos as mulheres consigam não apenas serem o maior número de votantes brasileiros, mas que também tenham a oportunidade de se elegerem e serem eleitas, em sua maioria.

Nesse sentido, acreditamos no compromisso que mais mulheres terão o espaço e lutaram por mais direito políticos, visando um aumento e posteriormente alcançando uma igualdade com o sexo masculino em todos os âmbitos de nossa sociedade.

Posto isso, essas reflexões produzidas pelos estudos analisados e diálogos aqui compreendidos ampliam nossa compreensão sobre como ocorreu o direito ao voto feminino no Brasil, evidenciando a trajetória de luta, esforço e barreiras que precisaram ser quebradas para que as mulheres pudessem exercer os seus direitos.

## **CONCLUSÃO**

Diante do exposto é primordial que se entenda que o conflito pelo pleito das mulheres, diz respeito a um movimento da sociedade, da política e economia, fazendo com que mulheres realizem muitas vitórias de grande significado ao longo do tempo.

Com a proclamação da República, a vida nas cidades passou por mudanças e com essas modificações avistadas pelo moderno conjunto político criaram-se rumos, assim como se produziram modernas entidades para outras lutas.

Atualmente a mulher tem papel primordial na sociedade, elas deixaram de possuir simplesmente a alçada de ser mãe, esposa e cuidadora da casa e de filhos, sendo capaz, de entre diversas opções, realizar o que lhe agrada como possuir o poder de ser candidata e obter sucesso sendo eleita, colaborando verdadeiramente nas principais decisões do Brasil.

Contudo, a participação feminina no cenário político é primordial, e se mostrou decisiva nas influências positivas de decisões que alcançam muitos temas como os da sociedade em geral, as políticas, meio ambiente, cultural, afetando de forma direta a vida dos cidadãos e proporcionando mais igualdade.

Por conseguinte, sustentamos a necessidade de estudos sobre as mulheres na política, de modo a evidenciar sua importância nesses espaços.

## REFERÊNCIAS

CALHEIROS, I. L. .; BRASIL, S. F. de C. . **A CONQUISTA DO VOTO FEMININO NO BRASIL E O PAPEL DA MULHER NO PROCESSO ELEITORAL.** Boletim de Conjuntura (BOCA), Boa Vista, v. 1, n. 3, p. 25–29, 2020. DOI: 10.5281/zenodo.3752329. Disponível em: <https://revista.ioles.com.br/boca/index.php/revista/article/view/161>. Acesso em: 19 out. 2022.

HAHNER, June E. **Emancipação do sexo feminino:** a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1850-1940. Tradução de Eliane Lisboa. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

KARAWAJCZYK, Mônica. **Breves considerações sobre a conquista do voto femininono Brasil.** Revista Veredas da História, v. 3, n. 1, 2010.

LENIN, Vladimir Ilitch. **O Estado e a Revolução.** A revolução proletária e o renegado Kautsky. Trad. por Henrique Canary. São Paulo : Editora Instituto José Luís e Rosa Sundermann, 2005.

LIMONGI, Fernando; OLIVEIRA, Juliana de Souza; SCHMITT, Stefanie Tomé. **Sufrágio universal, mas... só para homens.** O voto feminino no Brasil. Revista de Sociologia e Política, v. 27, 2020.

MOISÉS, José Álvaro; SANCHEZ, Beatriz Rodrigues. **Representação política das mulheres e Qualidade da Democracia:** o caso do Brasil. In: O Congresso Nacional, os partidos políticos e o sistema de integridade: representação, participação e controle interinstitucional no Brasil contemporâneo. Rio de Janeiro: Fundação Ko

MOURA LEITE, C. .; GUNDIM , W. W. D. **A Participação da Mulher na Política Brasileira e a Efetividade das Cotas Partidárias.** Resenha Eleitoral, Florianopolis, SC, v. 23, n. 1, p. 139–164, 2019. DOI: 10.53323/resenhaeleitoral.v23i1.98. Disponível em: <https://revistaresenha.emnuvens.com.br/revista/article/view/98>. Acesso em: 19 out. 2022.nrad Adenauer. 2014. p. 89-115.

PINTO, Celi Regina Jardim. **Paradoxos da participação política da mulher no Brasil.**

Revista Usp, n. 49, p. 98-112, 2001.

SCOLFORO, Jória Motta. **O voto feminino e a conquista de direitos na imprensa capixaba**. Revista do Arquivo Público do Estado do Espírito Santo, v. 4, n. 7, 2020.

SILVA, Daniel Neves. "**Voto feminino no Brasil**"; **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/voto-feminino-no-brasil.htm>. Acesso em 31 de maio de 2022.

VOGEL, Luiz Henrique. **A difícil inserção: voto feminino e as condições sociais de acesso ao campo político no Brasil (1932-2012)**. Brasília: Câmara dos Deputados, Consultoria Legislativa, 2012.

VOTO da mulher. In: PORTO, Walter Costa. **Dicionário do voto**. Brasília: UnB, 2000. p. 427-436.

## CARACTERÍSTICAS ESTRATÉGICAS DO MARKETING DIGITAL: COM FOCO NO SETOR DE CALÇADOS

Adelaine de Souza; Camila de Melo Visintin; lasmin Menegucci Alves (1)Weber Gomes Ferreira (2)

(1) Acadêmicas do Curso de Administração

(2) Professor Orientador do Curso de Administração EAD- Multivix - Serra

### RESUMO

O *marketing* digital é uma das ferramentas da gestão de negócios contemporânea, mais importantes, haja vista que faz uso da *internet* e suas divergentes possibilidades, como meio de divulgação, propagação, captação, fidelização e satisfação de clientes e consumidores, cada vez mais imersos no mundo virtual. A partir desta realidade que é cotidiana em nível global, este trabalho teve o interesse de estudar o uso do *marketing* digital junto ao setor de calçados no Brasil, haja vista se tratar de um setor pouco explorado academicamente, mas que tem exponencial relevância socioeconômica. Destemodo, a partir de uma revisão de literatura, este trabalho teve por objetivo estudar as principais estratégias de *marketing* adotadas pelas empresas do setor de calçados no cenário nacional. Como resultado, notou-se que o *marketing* digital é responsável por conduzir os negócios do século XXI mediante a gama de possibilidades que a *internet* fomenta, tendo apresentado bom crescimento quanto ao seu uso pelo setor calçadista brasileiro. Conclui-se assim, que as principais estratégias usadas pelo setor são as redes e mídias sociais com destaque ao *facebook*, *instagram* e mercado pago, bem como o *e-commerce* e ao *inbound marketing*. Também ficou salientado, que este setor ainda apresenta incipiência no que se refere à estudos científicos e acadêmicos a seu respeito, o que denota a importância de se seguirem com pesquisas que demonstrem sua importância socioeconômica de forma mais abrangente.

Palavras-chave: Estratégias de *Marketing Digital*. *Marketing Digital*; Setor de calçados.

### ABSTRACT

Digital marketing is one of the most important tools of contemporary business management in front of the internet uses and its different possibilities as a means of dissemination, propagation, capture, loyalty and satisfaction of customers and consumers, increasingly immersed in the virtual world. Based on this daily reality in a global level, this

academic work was interested in studying the use of digital marketing in Brazil footwear sector as for its exponential socioeconomic relevance been little academically explored. Thus, based on a literature review, it aimed to study the main marketing strategies adopted by companies in the footwear sector in the national scenario. As a result, it was noted that digital marketing is responsible for conducting 21st century business through the range of possibilities that the internet promotes, having shown good growth in terms of its use by the Brazilian footwear sector. It is concluded that the main strategies used by the sector are networks and social media, with emphasis on facebook, instagram and paid market, as well as e-commerce and inbound marketing. It was also highlighted that this sector still presents incipience regarding to scientific and academic studies about it, which denotes the importance of following up with research showing its socioeconomic importance in amore comprehensive way.

Keywords: Digital Marketing Strategies. Digital marketing; footwear sector.

## 1. INTRODUÇÃO

O universo do *marketing digital* segundo especialistas no tema, tais como Kotlere Keller (2019) e Iodice (2020), se insere em uma ciência que intui explorar, criar e entregar valor aos negócios através do alcance da satisfação das demandas de um determinado público por meio de seus desejos e necessidades, fundamentadas nas relações comerciais. Chiavenato (2020), complementarmente também expõe que os avanços tecnológicos embasados no surgimento da *internet* que possibilitaram a ampliação e aquisição de conhecimentos em todas as suas possibilidades, em temporeal e de forma universal, impactando assim a socioeconômica capitalista principalmente por intermédio das relações digitais.

O uso do *marketing digital* é algo crescente e contínuo dado por meio de muitas possibilidades como forma de angariar cada vez mais clientes satisfeitos, os quais também de forma potencial, se apresentam mais exigentes, conhecedores de seus direitos e de premissas voltadas à sustentabilidade, a humanização, à responsabilidade social que direcionam a estrutura das sociedades modernas (MICELI, 2017; SILVA e VIEIRA, 2018; KOTLER e KELLER, 2019; CHIAVENATO, 2020).

Neste contexto e dentro do universo mercadológico, este estudo dá destaque ao setor de calçados, cuja indústria nacional tem apresentado grandes conquistas nos últimos

anos, principalmente por fazer uso das premissas do desenvolvimento limpo, massivamente divulgado nas mídias sociais (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS – ABICALÇADOS, 2021a). Trata-se de um setor que abastece uma área mercadológica essencial ao cotidiano humano com expressivos números na economia global, sendo o Brasil, detentor do quinto lugar no ranking mundial de fabricação (ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO, COMPONENTES E ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS -APICCAPS, 2021).

A justificativa pela escolha desta pesquisa se dá, uma vez que aborda o *marketing* digital que é parte do cotidiano da massa populacional em um setor essencial à qualidade de vida, haja vista que o sapato condiz com um recurso necessário ao dia-a-dia de qualquer indivíduo e que como visto, tem enorme representatividade socioeconômica. Sob tal afirmação, há de se pontuar que o *marketing* digital *viabiliza* de forma mais ágil, a divulgação e comercialização de marcas e suas qualidades, angariando um maior número de clientes, barateando e dinamizando os negócios e, obviamente favorecendo os lucros. Embora, repleto de vantagens, como qualquer ferramenta estratégica, o tipo de *marketing digital* é algo que demanda uma escolha analisada, planejada e assertiva, para que realmente atinja seus objetivos e se engaje com marcas. Logo, requer conhecimentos importantes, que são potenciais ganhos acadêmicos e sociais, servindo como leitura adicional à novos trabalhos científicos com uso dos módulos digitais.

Deste modo, este estudo teve como elemento norteador, o seguinte problema de pesquisa: Quais as principais estratégias de *marketing* digital usadas pelo setor de calçados no Brasil? A pesquisa visa responder este questionamento, considerando-se as possibilidades e estratégias do *marketing* digital potencializadas pela acessibilidade dos aparelhos do tipo *smart* (inteligente) a todo e qualquer segmento do comércio, também aplicáveis, portanto, ao setor de calçados dimensionando deste modo, para além da cultura e a missão, o engajamento e participação das empresas e comércios no alcance de um meio-ambiente mais sustentável, o que ocorre como já dito, de forma mais rápida e abrangente.

Sendo assim esta pesquisa objetivou-se a estudar as principais estratégias do *marketing* digital usadas no setor calçadista nacional identificando-se suas corroborações no alcance do sucesso de suas empresas. Este alcance se deu conceituando-se a ciência do *marketing* com foco na sua vertente digital; discorrendo-se sobre as estratégias de *marketing* digital, e; identificando-se e as principais estratégias de *marketing* digital adotadas pelas empresas nacionais do setor calçadista.

Compreende-se que o estudo oferta ótimos ganhos acadêmicos aos seus pesquisadores uma vez que amplia seus conhecimentos no contexto e dentro de um setor não muito pesquisado academicamente, o que faz dele também uma leitura que corrobora no ganho social, pois oferta maiores conhecimentos ao público interessado, abrindo ou melhorando uma série de horizontes para quem trabalha com *marketing* digital.

## 2. METODOLOGIA

O estudo fez uso de uma revisão de literatura e, portanto, segundo orientam Gil (2017) e também Marconi e Lakatos (2021), condiz com uma pesquisa bibliográfica, tendo objetivos descritivos, isto pois se pretendeu a narrar análises de literaturas científicas de terceiros a respeito do fenômeno das estratégias do *marketing* digital voltadas ao setor de calçados no Brasil. Com base nisto, o estudo teve uma abordagem de natureza qualitativa uma vez que tais análises tiveram cunho subjetivo, isto é, se procurou analisar o contexto social e cultural deste fenômeno.

Para tal, a estrutura do trabalho se deu primeiramente para a busca de materiais a partir das palavras-chave: estratégias de *marketing digital*; *marketing* digital e setor de calçados. Tais determinantes permitiram o alcance de literaturas diversas, cuja coleta de dados fez uso dos seguintes critérios de inclusão: literaturas no formato físico e digital; idiomas português e inglês; publicações dentre 2010 a 2022, salvo literaturas tidas como relevantes à proposta teórica datadas de anos anteriores. Como critério de exclusão, não foram usados matérias retirados de *blogs* ou de notas editor.

A coleta de dados se deu nas seguintes bases: biblioteca virtual da Multivix; *sites* para periódicos acadêmicos, jornais e revistas especializadas tais como a SciELO, *Google Academics*, e outros; Anais de Congressos e eventos científicos; da Abicalçados; etc. A estrutura do trabalho se deu primeiramente por meio da leitura de títulos, sumários e resumos que conceberam escolhas de literaturas adequadas ao interesse do estudo, as quais foram lidas em suas integralidades para então serem compiladas e separadas para composição dos capítulos, divididos em Introdução, Metodologia Científica, Revisão de Literatura dividida em 3 subcapítulos embasados nos objetivos específicos, Considerações Finais e finalmente, a lista com as referências bibliográficas que o embasaram.

## 3. REVISÃO DE LITERATURA

### 3.1 A CIÊNCIA DO *MARKETING* E SUA VERTENTE DIGITAL

A palavra *marketing* pode ser entendida no idioma português como mercadejar, negociar, comerciar, a qual, no contexto econômico segundo Kotler e Keller (2019) condiz com uma ferramenta voltada ao processo social no qual pessoas e grupos obtêm suas necessidades e desejos por meio da criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com os outros. Em adição, Chiavenato (2020) a define como uma atividade de negócios que engloba uma gama de técnicas coordenadas que permitem uma empresa ampliar seus conhecimentos em relação ao mercado em que estiver inserida e ao seu público-alvo. Corroborando com a literatura de Kotler e Keller (2019), bem como em Chiavenato (2020) e, Ferrel e Hartine (2017), também observam que o *marketing* visa definir estratégias do posicionamento de um negócio no cenário mercadológico para que se eleve seu volume de vendas.

Para tanto, condiz com uma área de conhecimento voltada à todas as atividades que se associam com trocas orientadas à satisfação do cliente dentro dos objetivos de cada negócio, sendo de grande interesse dos empresários, isto pois, enquanto ciência que integra a administração de empresas, seduz por ser dinâmica e criativa, possibilitando uma contínua adaptação aos diversos contextos de negócios. Como estratégia empresarial, o *marketing* intui otimizar lucros através da adequação produtiva com a oferta de mercadorias ou serviços em conformidade com as demandas dos consumidores, ou seja, condiz com um conjunto de atividades que englobam pesquisa de mercado, *design*, campanhas publicitárias, venda e pós-venda, dentre outros (FERREL e HARTINE, 2017; KOTLER E KELLER (2019) E DE CHIAVENATO (2020).

De acordo com Secaf (2018), o *marketing* é uma ferramenta estratégica que se planeja a partir da identificação de parcerias que juntos definem e compõem as atividades principais de um foco e os recursos necessário para tais alcances, bem como a proposta de valor que esta oferta aos mercados/clientes. Com isso, direcionao relacionamento com estes, os canais necessários e qual o segmento mercadológico que realmente cabe à proposta, exigindo ainda que se estruturam custos e receitas.

Todavia, com os avanços tecnológicos oriundos da chegada da *internet* que permitiu a globalização de conhecimentos geral, provendo uma acessibilidade imediata à qualquer tipo de negócio via uma série de equipamentos do tipo *smart*, *softwares* e aplicativos, as empresas se viram obrigadas a modificar também, a forma de divulgar seus produtos e serviços, fidelizando seus clientes já existentes e buscando angariar novos

dentro do concorrido mercado competitivo do século XXI, fazendo surgir então sua vertente denominada por “*marketing digital*” (MENDES *et al*,2016; FERREL e HARTINE, 2017; SILVA e VIEIRA, 2018; CHIAVENATO, 2020).

### 3.2 CARACTERÍSTICAS ESTRATÉGICAS DO *MARKETING* DIGITAL

O *marketing digital*, de acordo com Daglio (2013); Marin *et al* (2018); Silva e Vieira (2018); Marcon e Oliveira (2021); Nascimento; Dias e Pereira (2021) e ainda Rodrigues; Silva e Fagundes (2021), como o próprio nome sugere, se associa ao uso de estratégias de publicações realizadas em meio *online*, com uso da *web*, ou seja, através de anúncios em redes sociais como o *Facebook*, o *Instagram*, o *Twitter*, o *Olx*, o *Mercado Pago*, e outros, como também em *sites* e *blogs* diversos, em aplicativos como o *WhatsApp*, por *e-mails*, pelo *e-commerce*, de forma interna quanto externa, enfim, em divergentes tipos que consideram segmentação, valor e objetivos. Diferentemente do *marketing* tradicional, usa de estratégias que se objetivam a atingir uma maior segmentação com alcance ilimitado, melhor dinamismo e velocidade na aquisição de resultados, somando-se à obtenção de dados que permitem uma mensuração de resultados mais rápida, segura e eficaz.

Neste universo, o *marketing digital* conta atualmente, com uma gama exponencial de tipos, dentre os quais se destacam os seguintes: *marketing de conteúdo*, *e-commerce*; *inbound* e *outbound marketing*; redes sociais; *endomarketing*; *co-marketing*, *stories*; *e-mail marketing*; de busca; o *mobile*; o SMS; o de relacionamento; o de proximidade; o integrado; o direto e o indireto; o proativo e o reativo; o de fidelização; o promocional; o de incentivo; o B2B – *Business to Business* (Negócio para Negócios); o B2C – *Business to Consumer* (Negócios para Consumidor); o social; o institucional; dentre vários outros (DAGLIO, 2013; FERREL e HARTINE, 2017; MICELE, 2017; MARIN *et al*, 2018; NASCIMENTO; DIAS e PEREIRA, 2018; SILVA e VIEIRA, 2018; KOTLER e KELLER, 2019; RODRIGUES; SILVA e FAGUNDES, 2021).

Para tanto, faz uso de ferramentas que potencializam vantagens como: a viralização; planejamento de investimentos, compreensão mais assertiva do comportamento do público-alvo no que diz respeito à preços e promoções; equivalência na qualidade de produtos e serviços em relação às concorrências; otimização de custos; extensão de marcas e linhas de produtos; melhoria de desempenhos internos, do estabelecimento da comunicação e de bases motivacionais que conduzem ao maior comprometimento dos colaboradores; gestão direcionada; fidelização de clientes;

fortalecimento de marcas; decisões mais assertivas; qualidade de conteúdos com exclusividade de *designs* em multimídias; ampliação da segmentação com uso de anúncios pagos ou em parcerias, aplicação do *benchmarking*, do *e-mail marketing*, do *SMS marketing*, dentre outros (MENDES *et al*, 2016; FERREL e HARTINE, 2017; SILVA e VIEIRA, 2018; KOTLER e KELLER, 2019; CHIAVENATO, 2020). Tais alcances se fazem com uso das seguintes estratégias do *marketing* digital caracterizadas no Quadro 1:

**Quadro 1 – Principais estratégias de *marketing* digital**

<b>ESTRATÉGIA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>AUTOR /ANO</b>
<b>Comunicação Integrada de Marketing (CIM)</b>	Sistema de gerenciamento e integração que envolve itens de comunicação como publicidade, assessoria de imprensa, promoção de vendas, <i>marketing</i> de patrocínio e comunicação no ponto de venda. Objetiva-se a comunicar a mesma mensagem a partir de um tema central demandando uso de estratégias convencionais tradicionais e técnicas complementares oriundas da era digital.	Las Casas e Las Casas (2019), Mendes <i>et al</i> (2016), França <i>et al</i> (2013)
<b>Os 4 P's</b>	Correspondem às palavras: produto, preço, praça e promoção, denominadas por “composto do <i>marketing</i> ”, as quais se alicerçam no planejamento, desenvolvimento e comercialização de um produto/serviço, para que os objetivos sejam alcançados e a autoridade da marca, construída.	Ferrel e Hartine (2017); Kotler e Keller (2019), Chiavenato (2020)
<b>Benchmarking</b>	Avaliação do negócio em relação à concorrência e desempenhos, a partir do crescimento dos programas de qualidade, voltado ao contexto comparativo de produtos, processos e práticas organizacionais visando melhor excelência administrativa, aprimoramento de negócios e ao alcance das superioridades competitivas.	Kotler e Keller (2019)
<b>Análise SWOT</b>	Análise prévia de oportunidades e riscos para que se reconheçam e previnam falhas, dando base a gestão pois amplia a visão de um negócio, promovendo melhoras no processo decisório e de forma mais extensiva e precisa, o planejamento estratégico de uma empresa.	Hofrichter, (2021)
<b>Sistema de Informações de Marketing</b>	O SIM, possibilita a análise, avaliação, coleta e definição de informações concretas para uma assertiva tomada de decisões, a partir da interpretação dos público-alvo e suas preferências	Oliveira e Rodrigues, (2018)
<b>Plano de marketing</b>	Estruturação que planifica de forma curta, porém detalhada, as etapas pelas quais o <i>marketing</i> deve ser direcionado, dentro das expectativas de cada negócio.	Ferrel e Hartine (2017); Kotler e Keller (2019)
<b>Search Engine Optimization</b>	O SEO (Otimização para Mecanismos de Busca) é uma estratégia que faz uso de um <i>site</i> ou <i>blog</i> organizacional visando sua aparição nas primeiras posições nas páginas de pesquisa, abarcando um maior número de pessoas e possíveis clientes.	Almukhtar; Mahmood e Kareem (2021)
<b>Páginas de conversão</b>	Visa ofertar um conteúdo interessante, cujo acesso demandou fornecimento de <i>e-mail</i> , telefone de contato e outras informações a serem usadas como forma de publicidade futura	Santos (2020)
<b>Leads</b>	Intui gerar vendas em escala e personalizadas pelo <i>inbound marketing</i> com uso de <i>pop-ups</i> , <i>landing pages</i> e formulários tais como: <i>eBooks</i> ; <i>webinars</i> ; <i>templates</i> ; <i>whitepapers</i> ; infográficos, série de conteúdos; cursos via <i>email</i> ; <i>quís</i> ; <i>kits</i> ;	Moraes (2018)

**Fonte:** Adaptado pelos autores (2022)

### 3.3 O SETOR DE CALÇADOS NO BRASIL E SUAS ESTRATÉGIAS COM USO DO *MARKETING* DIGITAL

O setor de calçados é um dos mais antigos no processo evolutivo da humanidade e, portanto, representa de alta potencialidade socioeconômica, haja vista que desenvolve, produz e comercializa um artigo básico de uso humano composto pelos divergentes tipos de calçados para usos femininos, masculinos e infantis para diversos eventos, sendo ainda importante para a empregabilidade, inovações, cadeia de suprimentos, e agregação de valor (GUIDOLIN; COSTA e ROCHA, 2010).

Para se ter uma ideia da relevância do setor calçadista no cenário mundial bem como da posição nacional neste contexto, apresenta-se no Quadro 2, alguns dados estatísticos relevantes a este estudo.

**Quadro 2** – Estatísticas do Cenário Mundial e Nacional do Setor Calçadista

INFORME	ESTATÍSTICAS	%	CONTINENTE
Panorama Estatístico 2021	Produção Mundial 2020	87,6%	Ásia
		6, %	América do Sul
		3,2%	Europa
		3,1%	África
		1,5%	América do Norte
	Distribuição Mundial 2020	55,85%	Ásia
		13,1 %	Europa
		13,1 %	América do Norte
		10,9 %	África
		5,8 %	América do Sul
	Produção Nacional 2020	764 milhões de pares	
		691 milhões de pares de sapatos	

**Fonte:** Adaptado pelos autores de Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes e Artigos de Pele e seus Sucedâneos (APICCAPS, 2021)

Em adendo aos números vistos no Quadro 2, a APICCAPS (2021) ainda pontua que o mesmo informe panorâmico denotou que em plena pandemia, a indústria calçadista produziu 15,8% pares de sapatos dentro da economia mundial. Inserido nestas estatísticas, o Brasil deteve o quinto lugar no *ranking* de países que mais produzem, com uma produção que correspondeu à 3,7% de quotas pelo mundo quando da condução da pesquisa, sendo também o quinto maior distribuidor global, com uma correspondência de 3,6% da quota mundial. Em adição à tais dados estatísticos, Amaro (2022) menciona

que até o final desta corrente ano, o setor vem se recuperando dos problemas causados pela pandemia projetando no Brasil com uma produção estimada dentre 820 milhões e 828 milhões de pares o que impulsiona o consumo nacional e as exportações.

No que tange ao uso do *marketing* digital junto ao setor calçadista, que é o foco deste estudo, a ABICALÇADOS (2021b) salienta que no país, o mesmo está em plena transformação digital, se enquadrando nos 61% das empresas globais que já vivenciam esta “Era”, bem como automatizando os processos fabris, investindo nas redes sociais, criando calçados inovadores onde muitos acompanham brindes e fazendo uso de outras tecnologias de comunicação que promovem o crescimento dos negócios do setor. Corroborando com estes informes, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-BRASIL, 2020) destaca o uso potencial do setor do *marketing* digital onde o *e-commerce* tem significativa representação ressaltando a criação de uma plataforma denominada *Brazilian Footwear* que visa alavancar as exportações das marcas nacionais.

Também Meyrer e Leal (2016) identificaram o uso do *marketing* de relacionamento como uma ferramenta estratégica de suma importância ao setor, pois considera que relacionamentos constroem lucros e valor para o mercado, privilegiando a interação com fornecedores, parceiros, capital humano e principalmente, os clientes na busca de atingir níveis de excelência na satisfação, fidelizando e aumentando a carteira, a longevidade, a lucratividade e a respeitabilidade de uma marca. Todavia, no estudo de Dias *et al* (2021) as empresas brasileiras do setor fazem uso de *sites, facebook, whatsapp, instagram, twitter, snapchat, youtube, pinterest, e-mail marketing e SMS*, com uso do sistema SEO, *designers*, estrategistas de conteúdo, desenvolvedores, editores, gestores de projeto ou campanha e de conteúdo, cientistas de dados, dentre outros.

Complementando estas identificações, pontua-se ainda que Bönemann (2014) demonstrou em seu estudo de caso, que no comércio varejista de calçados, o consumidor em sua grande parte, vem dando preferência à aquisição de seus produtos via mercado digital. Tal realidade também foi evidenciada no trabalho de Melo (2021) que ressaltou como estratégia do *marketing* digital no setor calçadista nacional, o uso amplo do *e-commerce*, cuja implementação é mais simples do que se imagina, porém demandando análises estratégicas prévias para se conhecer público-alvo, segmentação de mercado, perfil do consumidor digital, adaptações culturais das organizações, modificações de layouts e exponencial controle de estoques.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estudo possibilitou se conceituar e caracterizar o *marketing* como uma ferramenta de potencial teor estratégico às organizações deste século XXI, principalmente como visto nas literaturas de Ferrel e Hartine (2017); Kotler e Keller (2019) e de Chiavenato (2020). Se trata de um recurso administrativo que concebe uma série de vantagens à questão da divulgação, promoção e comercialização de produtos e serviços levando a competitividade mercadológica que direciona o capitalismo como economia principal contemporânea, através de planejamentos específicos também estratégicos que consideram segundo Secaf (2018) aspectos subjetivos ao produto ou serviço, bem como do público-alvo, da segmentação de clientes e da oferta de valores, que juntos, favorecem o direcionamento mais coeso com as pretensões de cada negócio.

No que tange ao *marketing* digital e suas características estratégicas, as literaturas também dos renomados Ferrel e Hartine (2017); Kotler e Keller (2019) e Chiavenato (2020), possibilitaram cientificamente, evidenciar o quanto os avanços tecnológicos oriundos da criação da *internet* têm sido direcionadores da sócioeconomia mundial, modificando e lapidando uma série de estratégias organizacionais na fabricação, divulgação e comercialização de produtos e serviços. Esta análise também se viu em Daglio (2013); Micele (2017); Marin *et al* (2018); Silvae Vieira (2018); Marcon e Oliveira (2021); Nascimento; Dias e Pereira (2021) e Rodrigues; Silva e Fagundes (2021) que complementam tal realidade, mencionando que isto se deu a partir da reconfiguração do perfil do novo consumidor do século XXI que faz uso das tecnologias para tais aquisições.

Se fez possível ainda verificar nas obras de Daglio (2013); Ferrel e Hartine (2017); Micele (2017); Marin *et al* (2018); Silva e Vieira (2018); Kotler e Keller (2019); Marcon e Oliveira (2021); Nascimento; Dias e Pereira (2021) e ainda Rodrigues; Silvae Fagundes (2021), que o *marketing* digital reúne um volume muito expressivo de possibilidades, as quais atingem qualquer segmentação de mercado e todo o tipo de público-alvo, principalmente porque tem as redes e mídias sociodigitais a seu favor, que por suas vezes, chegam em tempos correntes à praticamente todos aqueles que possuem acesso à *internet*. Isto facilita a gestão contemporânea colocando-a em um nível de excelência respeitado que segundo Kotler e Keller (2019) e Chiavenato (2020), concebe vantagens à acirrada competitividade mercadológica, onde o *marketing* digital envolve a produção, a cadeia de suprimentos e a área comercial, além de atingir o público interno, isto é, os recursos humanos que cada vez mais fazem uso de tecnologias de ponta em suas

atividades laborais, considerando ainda que este é um público também consumidor, ou seja, a empresa faz uso de um *marketing* de relacionamento que posteriormente reflete na imagem da empresa conquistando e fidelizando cada vez mais o público externo.

Neste sentido, o estudo identificou como principais estratégias do *marketing* digital, as seguintes: 1) o CIM visto nas literaturas de Las Casas e Las Casas (2019), Mendes *et al* (2016) e França *et al* (2013) que tem como principal objetivo o tratamento coma comunicação como ponto estratégico; 2) o método 4 P's do *marketing* alicerçadoaos itens produto, preço, praça e promoção correspondentes ao composto de *marketing* e que são relevantes aos planejamentos estratégicos de um negócio comovisto em Ferrel e Hartine (2017); Kotler e Keller (2019), Chiavenato (2020); 3) o *Benchmarking* que como defendem Kotler e Keller (2019) possibilita uma análise do negócio em termos de suas concorrências e desempenhos no mercado em que o mesmo se insere; 4) Análise SWOT ferramenta exponencial ao planejamento do *marketing* estratégico, haja visa que prevê forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de cada negócio analisando segundo visto em Hofrichter, (2021), tanto o ambiente interno quanto externo; 5) O SIM que corresponde ao Sistema de Informações de *Marketing* permitindo também uma análise, coleta e definição de informações mais coesas que conduzem a planejamentos mais qualitativos de acordocom Oliveira e Rodrigues (2018); 6) O plano de *marketing* que como o nome sugere condiz com detalhes objetivos sobre as etapas que direcionam a escolha e estrutura do tipo de marketing ideal para cada negócio, segundo visto nos livros de Ferrel e Hartine (2017); Kotler e Keller (2019); 7) O SEO inerente a um sistema digital que otimiza os mecanismos de busca e que como explicado por Almkhatar; Mahmood e Kareem (2021), minimiza custos e reduz tempos de pesquisa; 8) As páginas de conversão associadas à uma forma de publicidade que visa contatos futuros como explanado por santos (2020),e, finalmente; 9) Os *Leads* que como explicado por Moraes (2018), com uso do *inbound marketing* promete gerar vendas mais escalonadas e personalizadas.

Com referência ao foco central do estudo, verificou-se em primeiro plano a relevância sócioeconomia do setor calçados tanto em nível global quanto nacional, até porque, o mesmo envolve um item básico da vida cotidiana e que faz uso de apelos como conforto, segurança, leveza, *designes*, marcas, enfim um extenso universo de possibilidades que atendem o comum do dia-a-dia, para todas as idades, sexos, gostos e alguns tipos de profissão que exigem calçados específicos. Estas identificações se fizeram valer por meio dos *sites* da APEX BRASIL (2020), da ABICALÇADOS (2021 a;

b), da APICCAPS (2021), e de Amaro (2022).

Já em segundo plano direcionado ao objetivo central deste estudo que responde ao problema diretriz voltado a estudar as principais estratégias de *marketing* digital usadas pelo setor calçadista no Brasil, notaram-se os seguintes aspectos, demonstrados no Quadro 3.

**Quadro 3** – Resultados que atendem o problema de pesquisa e os objetivos

ITEM	IDENTIFICAÇÕES	AUTOR/ANO
<b>Uso do <i>marketing</i> digital pelo setor</b>	As empresas nacionais do setor vêm crescendo tendo como uma de suas principais estratégias o uso das tecnologias de ponta, dentre as quais, as de <i>marketing</i> digital.	Meyer e Leal (2016); APEX Brasil (2020); ABICALÇADOS (2021b); Dias et al (2021); Amaro (2022).
<b>Principais estratégias do <i>marketing</i> digital usadas pelo setor</b>	Redes sociais e mídias sociodigitais, <i>e-commerce</i> e do <i>inbound marketing</i> .	Meyer e Leal (2016); APEX Brasil (2020); ABICALÇADOS (2021b); Dias et al (2021); Amaro (2022).
<b>O <i>marketing</i> digital nos processos fabris</b>	Com a automatização e a robótica, o <i>marketing</i> digital trouxe uma aproximação operacional com a realidade moderna, embasando-se nos princípios do desenvolvimento limpo e relacionamentos mais firmes.	APEX Brasil (2020)
<b>Uso de tecnologias diversas</b>	Na busca de fomentar o uso de tecnologias de ponta de <i>marketing</i> digital, o Brasil conta com uma plataforma denominada por <i>Brazilian Footwear</i> que visa alavancar em especial as exportações das marcas nacionais, o que é excelente para a economia nacional e o progresso do país	APEX Brasil (2020)
<b>Benefícios do uso de estratégias de <i>marketing</i> ao setor</b>	Corroborar na construção de vínculos mais duradouros, de forma dinâmica, segura, com melhores lucros e formação de valor, alcance da satisfação dos clientes, lucratividade, respeitabilidade e longevidade das empresas, onde os moldes de <i>marketing</i> digital de relacionamento se tornaram fundamentais para estreitar as proximidades a empresa com seu público-alvo.	Bönemann (2014); Meyer e Leal (2016); Dias et al (2021);

Fonte: Adaptado pelos autores (2022)

Logo, fica evidente que o uso do *marketing* digital no cenário nacional do setor calçadista é uma realidade tendo como principais estratégias neste contexto adotadas pelas empresas brasileiras, o uso das redes sociais e mídias sociodigitais, do *e-commerce* e do *inbound marketing*.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em resposta ao problema de pesquisa norteador que indagou quais seriam as estratégias de *marketing* digital usadas pelo setor de calçados no Brasil, muito embora esta

ferramenta estratégica tenha uma gama considerável de possibilidades adequadas em conformidade com a proposta de cada negócio, produto, cultura empresarial, segmentação de mercado e de demanda, o estudo conclui que o *e-commerce*, redes sociais (*facebook, whatsapp, instagram, twitter, Snapchat, youtube, Pinterest*) e o *inbound marketing*, são as estratégias mais usadas pelas empresas brasileiras. Todavia, notou-se que há um crescimento na estruturação de *sites* organizacionais, no uso de *e-mail marketing* e SMS marketing, bem como do sistema SEO e do CIM, além da contratação de *designers*, estrategistas de conteúdo, desenvolvedores, editores, gestores de projeto, de campanha e de conteúdo, cientistas de dados, dentre outros profissionais necessários no universo do *marketing* calçadista.

O estudo evidenciou com as literaturas encontradas, que o setor calçadista vem investindo no *marketing* digital, havendo indicativo científico quanto ao aumento de consumidores que passaram a adquirir seus calçados via mercado eletrônico. Assim, evidencia-se a relevância socioeconômica do setor de calçados e como o *marketing* digital corrobora no seu crescimento, enaltecendo com isso, a importância de se dar continuidade à estudos para estes setores que ainda, no que tange ao universo acadêmico, é pouco explorado.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS - APEX-BRASIL. **Calçadistas diversificam atuação no mercado digital**. 2020. Disponível em: <https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/calcadistas-diversificam-atuacao-no-mercado-digital/>. Acesso em 15 de out.2022.

ALMUKHTAR, F.; MAHMOOD, N.; KAREEM, S. *Search engine optimization: a review*. In: **Applied Computer Science**, Vol. 17, n. 1, pp. 70–80. 2021. Disponível em: <https://bibliotekanauki.pl/articles/1837798>. Acesso em 9 de set.2022.

AMARO, D. **Setor calçadista brasileiro deve crescer até 2,7%**. 22 de abril de 2022. Disponível em: <https://edicaodobrasil.com.br/2022/04/22/setor-calcadista-brasileiro-deve-crescer-ate-27/>. Acesso em 28 de set. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS – ABICALÇADOS.  
**Relatório Anual 2021.** 2021a. Disponível em:

[http://abicalcados.com.br/publicacoes/relatorio\\_anual2021.pdf](http://abicalcados.com.br/publicacoes/relatorio_anual2021.pdf). acesso em 28 de set.2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE CALÇADOS – ABICALÇADOS. **Calçadistas em processo de transformação digital**. 2021b. Disponível em: <https://www.abicalcados.com.br/noticia/calcadistas-em-processo-de-transformacao-digital>. Acesso em 16 de out.2022.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO, COMPONENTES E ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS - APICCAPS. **O calçado no mundo – panorama estatístico 2021**. 2021. Disponível em: [https://www.apiccaps.pt/library/media\\_uploads/calçado-no-mundo-panorama-estatistico-2021.pdf](https://www.apiccaps.pt/library/media_uploads/calçado-no-mundo-panorama-estatistico-2021.pdf). acesso em 04 de out.2022.

BÖNEMANN, D.S. **Marketing digital: estudo de competitividade no varejo de calçados e artigos esportivos para a moda pé esportes**. 2014. 79 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração). Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ. Três Passos, RS. 2014.

Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/2849/TCC%20D%C3%BCnner%20%28final%29%20com%20altera%C3%A7%C3%B5es.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 26 de out. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos- Os novos horizontes em administração**. 4º ed. São Paulo: Atlas, 2020. 384 p.

DAGLIO, L.R. da C. a. Conceito de *marketing* digital e aplicação das ferramentas no *marketing* virtual. In: **Webartigos**. 2013. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/conceito-de-marketing-digital-e-aplicacao-das-ferramentas-no-marketing-virtual/106624>. Acesso em 04 out.2022.

DIAS, D. DE O; SCHERER, F.L.; HALBERSTADT, I.A; ZANATTA, J.M. Ferramentas de *marketing* digital para pequenas empresas: aplicações estratégicas no varejo calçadista. In: **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**. Vol. 6, n. 3,

p. 32-53, mai-jun, 2021. Disponível em:  
[https://www.researchgate.net/publication/351275302\\_ferramentas\\_de\\_marketing\\_digital\\_para\\_pequenas\\_empresas\\_aplicacoes\\_estrategicas\\_no\\_varejo\\_calcadista](https://www.researchgate.net/publication/351275302_ferramentas_de_marketing_digital_para_pequenas_empresas_aplicacoes_estrategicas_no_varejo_calcadista).  
Acesso em 14 de out.2022.

FERREL, O.C; HARTINE, M.D. **Estratégia de marketing**. 6º ed. São Paulo: Cengage Learning. 2017. 624 p.

FRANÇA, L. V. da S. *et al.* A Importância da Comunicação Integrada de *Marketing: case* Delta Café Expresso x Café São Braz. *In: Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Mossoró, RN – 12 a 14 de jun. 2013. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-1127-1.pdf>. Acesso em 13 de out. 2022.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. Ed. São Paulo: Atlas. 2017. 192 p.

GUIDOLIN, S.M.; COSTA, A.C.R. da.; ROCHA, E.R.P. da. Indústria calçadista e estratégias de fortalecimento da competitividade. *In: BNDES Setorial*, vol. 31, p.147-184. 2010. Disponível em: [https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2477/1/BS%2031\\_Ind%c3%bacia%20cal%c3%a7adista%20e%20estrat%c3%a9gias%20de%20fortalecimento%20da%20competitividade\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2477/1/BS%2031_Ind%c3%bacia%20cal%c3%a7adista%20e%20estrat%c3%a9gias%20de%20fortalecimento%20da%20competitividade_P.pdf). Acesso em 09 de nov.2022.

HOFRICHTER, Markus. **Análise SWOT: Quando usar e como fazer**. 1º ed. Porto Alegre, RS: Ed. Simplíssimo. 2021. 38 p.

IODICE, G. Conheça a história do *marketing*. *In: Forbes (online)*. 12 de out. 2020. disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/10/conheca-a-historia-do-marketing/>. acesso em 06 de set.2022

KOTLER, P; KELLER, K.L. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. 15ºEd. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019. 896 p.

LAS CASAS, A. L.; LAS CASAS, J.L. **Marketing de serviços**. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2019. 364 p.

MARCON, M.E.Z; OLIVEIRA, A.H.P. **Marketing digital e os desafios na criação de conteúdo**. 2021. 17 p. Artigo acadêmico. Curso Técnico de Administração. Instituto Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC. 2021. Disponível em: [https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2465/tcc.maria\\_eduarda\\_zappe\\_marcon.pdf?sequence=1&isallowed=y](https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2465/tcc.maria_eduarda_zappe_marcon.pdf?sequence=1&isallowed=y). Acesso em 07 de set. 2022.

MARCONI, M.de A.; LAKATOS, E.M. **Fundamentos da metodologia científica**. 9ºed. São Paulo: Atlas, 2021. 368 p.

MARIN, A.C.; JUNGER, A.P.; MOSLAVACZ, F.L.; SOUZA, J.F. de. *Marketing digital como ferramenta de inovação e alavancagem de negócios*. In: **Research, Society and Development**. Vol.7, n.3, pp. 01-13, 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5606/560659010010/html/>. Acesso em 07 de set. 2022.

MELO, P. F. de. **Implantação de e-commerce em empresa calçadista: Um estudo de caso da Boot Wear**. 2021. 19 p. Artigo Acadêmico. Curso Bacharelado em Administração. Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA). Anápolis, GO. 2021. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/18126/1/PATRICK.pdf>. Acesso em 26 de out. 2022.

MENDES, R.C; BERTOLLO, D.L; ZANOTTO, M.P; CAMARGO, M.E. A comunicação integrada de *marketing* e sua colaboração para a conquista de resultados empresariais. In: **Anais do SVI Mostra de Iniciação Científica da UCS**.

Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, RS. 2016. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucsppga/xvimostrappga/paper/viewFile/4850/1706>. Acesso em 10 de out. 2022.

MERYER, N.; LEAL, C.R. **Marketing de relacionamento como ferramenta**

**de lealdade no setor calçadista:** estudo de caso na empresa Suprimentos para Calçados. *In: Universo Acadêmico*. Vol. 9, n. 1, jan./dez. 2016. Disponível em: [https://www2.faccat.br/portal/sites/default/files/UA2016\\_marketing.pdf](https://www2.faccat.br/portal/sites/default/files/UA2016_marketing.pdf). Acesso em 15 de out. 2022.

MICELI, A. O *marketing* na era digital: o uso dos recursos Tecnológicos e canais digitais para promover produtos e serviços. *In: Revista Papelaria e Negócios*. 156ed. p.8, 2017. Disponível em: [https://issuu.com/papelariaenegocios/docs/p\\_n156site](https://issuu.com/papelariaenegocios/docs/p_n156site). Acesso em 06 de set.2022.

MORAES, P.C. de. ***Inbound marketing como estratégia de atração dos novos consumidores***. 2018. 40p. Monografia (Bacharel em Administração). Departamento de Administração. Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, 2018.

Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/8695/TCC%20PEDRO%20CARVALHO%20DE%20MORAES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 09 de set. 2022.

NASCIMENTO, L. DE J.; DIAS, M.S.; PEREIRA, G.T.J. *Marketing: a internet e o marketing digital*. *In: Anais do III Workshop de Marketing Crítico – UESB*. Vitória da Conquista – BA, 23 e 24 de outubro de 2018. Disponível em: <http://www2.uesb.br/eventos/workshopdemarketing/wp-content/uploads/2018/10/8-artigo-marketing-a-internet-e-o-marketing-digital.pdf>. Acesso em 06 de out.2022.

OLIVEIRA, V.L. de; RODRIGUES, C.M.S. ***A importância do sistema de informação de marketing nas tomadas de decisões***. 2018. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/anima/11785/1/a-importancia-do-sistema-de-informacao-de-marketing-nas-tomadas-de-decisoes.pdf>. Acesso em 15 de out. 2022.

RODRIGUES, A. DA S.; SILVA; P.B.M. DA.; FAGUNDES, A.J. *Marketing digital: a influência da internet das coisas na vida dos consumidores 4.0 e nas organizações*. *In: revista dimensão acadêmica*. Vol. 6, n.1, jan .jun. 2021. Disponível em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2022/03/revista-dimensao-academica-v06-n01-artigo05.pdf>. Acesso em 2022.t/uploads/2022/03/revista-dimensao-academica-v06-n01-artigo05.pdf. Acesso em

04 de out. 2022.

SANTOS, R.S. dos. **Conversão em páginas na internet: formas de avaliação e aprimoramento**. 2020. 14 p. Artigo de conclusão de curso. (especialização em *design* de produto na era digital). Universidade do sul de santa catarina - unisul.

2020. Disponível em:

<https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/anima/3988/1/convers%c3%83o%20em%20p%c3%81ginas%20na%20internet%20-%20formas%20de%20avalia%c3%87%c3%83o%20e%20aprimoramento.pdf>. Acesso em 09 de out.2022.

SECAF, V.M.S. **Vantagens e desvantagens do planejamento estratégico: afinal, vale a pena todo esse trabalho?** Dez. 2018. Disponível em: <https://setting.com.br/estrategia/vantagens-desvantagens-planejamento-estrategico/>. Acesso em 16 de out. 2022.

SILVA, A.C.B. DA; VIEIRA, M. C. **Marketing digital vs marketing tradicional no século xxi**. 2018. 47 p. Trabalho de conclusão de curso (bacharel em administração). Centro de educação superior de inhumas. Faculdade de inhumas –FACMAIS. Inhumas, go. 2018. Disponível em: <http://65.108.49.104/bitstream/123456789/92/1/tcc%20finalizado%20aline%20e%20michelli%20ok.docx-compactado.pdf>. Acesso em 04 de out. 2022.

## MEI E AS FERRAMENTAS DA CONTABILIDADE NA COVID-19

Elizeu Albuquerque Freitas, Geovane Júlio Guzansk Acadêmicos do curso de Ciências Contábeis - Faculdade Multivix

Samuel Potin Mestre em Ciências Contábeis - Universidade Federal do Espírito Santo  
Professor orientador - MULTIVIX

### RESUMO

Diante deste contexto, definiu-se com problema de investigação a seguinte questão: Quais as razões que levam o Microempreendedor Individual a não utilizar ferramentas gerenciais que são essenciais para gerência do seu negócio? A fim de responder essa questão, este estudo traz como objetivo verificar as razões do MEI não utilizar ferramentas gerenciais quando estas são essenciais para sua manutenção e crescimento no mercado econômico. A justificativa do estudo está no fato de mostrar que estudos realizados no Brasil, contribuíram ao retratar a posição em que se encontra a contabilidade gerencial das empresas brasileiras e junto aos MEI's. Nesse sentido, o presente trabalho estende as contribuições anteriores ao utilizar informações locais para verificar se tais dados refletem a mesma tendência dos dados nacionais. Assim, o presente trabalho torna-se relevante por buscar verificar o motivo que leva os MEI's a não utilizar as Ferramentas Contábeis. Para tanto fez-se uso da metodologia de pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo, no qual foram entrevistados 30 microempreendedores individuais. As conclusões mostraram que 76% dos entrevistados não utiliza as ferramentas de contabilidade no seu negócio, porque não acham necessário; 17% disseram que eles mesmo, fazem a contabilidade do seu negócio; enquanto apenas 7% tem um contador que faz a contabilidade. O estudo alcançou os objetivos propostos quando foi demonstrado, no embasamento teórico e na análise dos dados resultantes da pesquisa, a necessidade de conhecer as normas fiscais por parte do microempreendedor individual e as dificuldades do microempreendedor quando se trata dos aspectos contábeis, financeiros e de gestão.

**Palavras chave:** MEI. Ferramentas. Contabilidade. Contador.

### 1. INTRODUÇÃO

Muitos foram os impactos iniciais da pandemia da COVID-19, destacando-se principalmente, o fato de que havia a necessidade de as pessoas ficarem em casa, por meio de um isolamento social. Inicialmente havia projeções que indicavam que as medidas de controle da pandemia poderiam se prolongar por 2 ou 3 meses, mas estas projeções não se confirmaram e as medidas restritivas de isolamento social e limitações de atividades presenciais (SOUSA JÚNIOR et al., 2018).

A política de educação na saúde implementada pelo Deges/SGTES tem, como um de seus eixos estruturantes, a integração entre as instituições de ensino e os serviços de saúde, caracterizada por ações que visam à mudança das práticas de formação e atenção, do processo de trabalho e da construção do conhecimento, a partir das necessidades dos serviços (DIAS, MACHADO, 2020).

O acolhimento expressa as relações que se estabelecem entre usuário e profissionais na atenção à saúde. Implica uma relação cidadã e humanizada, de escuta qualificada. Essencial para a reorganização dos serviços promove a ampliação efetiva do acesso à Atenção Básica e aos demais níveis do sistema. Relaciona-se, portanto, com o vínculo entre o usuário e o serviço de saúde, com a resolubilidade do atendimento e com a adequação do serviço às necessidades dos usuários (GUERRERO *et al.*, 2016).

Para Martins (2015) a falta de padronização, periodicidade e efetividade das visitas domiciliares gera inadequado uso do tempo dos profissionais, e desassistência de pacientes que necessitam de cuidado domiciliar. Dessa forma, sugere a programação das visitas domiciliares por critérios definidos e conscientização da população sobre quais pacientes necessitam prioridade.

O enfrentamento da pandemia da Covid-19 está tornando mais evidente as demandas históricas da enfermagem quanto às condições de trabalho, à extensão da jornada laboral, ao dimensionamento de pessoal, à remuneração e, até então, à visibilidade social da categoria. Somam-se às antigas demandas, o alto risco de contaminação pelo novo coronavírus, a possibilidade de transmitir a doença a terceiros e familiares, a escassez de Equipamento de Proteção Individual (EPI) e os dilemas éticos vivenciados por profissionais que atuam na linha de frente do cuidado a pessoas com Covid-19 (SANTOS, 2018).

A pandemia do COVID-19 trouxe outra conotação para os profissionais da área de gestão de pessoas. Dessa forma é necessário que as organizações laborais adotem

estratégias e ações para capacitação dos trabalhadores quanto aos meios de transmissão do vírus e as medidas preventivas para eliminar e/ou reduzir a transmissão viral, sinais e sintomas da doença, métodos diagnósticos e tratamentos. Enfim, provê-los de conhecimentos necessários para cuidar com qualidade e, ao mesmo tempo, protegerem-se da contaminação por meio de práticas assistenciais seguras (DIAS, MACHADO, 2020).

Os profissionais de Gestão de Pessoas em seus horários de trabalho ficam expostos aos mais diversos tipos de estresse e pressão vivida no ambiente hospitalar.

Os autores Acioli et al (2013) ressaltam que resultados positivos têm sido observados na literatura, demonstrando que a inserção de práticas de atividade física, como ginástica laboral, no ambiente de trabalho tem colaborado de forma significativa para melhora nos domínios da saúde e na percepção da qualidade de vida. Diante disso, medidas simples e de baixo custo como a avaliação do nível de atividade física e o acompanhamento destes profissionais podem prevenir problemas futuros de saúde, diminuindo o absenteísmo, aumentando o rendimento pessoal e consequentemente possibilitando a melhora da qualidade do serviço prestado (ACIOLI *et al.*, 2013).

É necessário fortalecer o trabalho em equipe multiprofissional, promover a comunicação eficiente e eficaz entre as várias instâncias do trabalho em saúde, bem como intra e inter equipes. Também se destaca a necessidade de espaços coletivos para discussão dos casos e trocas de experiências, pois esta é uma estratégia que visa não só incrementar o processo de aprendizagem acerca do fenômeno em tela, quanto para promover acolhimento e coesão entre os profissionais.

Por meio do avanço da pandemia e das medidas de restrição e isolamento social impostas pela COVID-19, houve um impacto direto em todos os seguimentos da sociedade, especialmente nos profissionais de adeptos do MEI - Microempreendedor individual. Assim, desde a crise de 2008, o Brasil apresentou menos de 2% de crescimento na economia e isto pode ser associado aos problemas políticos enfrentados nos últimos períodos. Muito embora o baixo desenvolvimento, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, trouxe que em 2019 estimava-se um crescimento pouco significativo para o país (SOUSA JÚNIOR *et al.*, 2018).

Quando falamos do Microempreendedor Individual, o MEI, verifica-se que os problemas por ele enfrentados são muitos e é imperativo traçar novas estratégias que garantam que o trabalhador consiga exercer suas atividades em um cenário tão cheio

de dificuldades, que envolvam organização contábil desde o controle de entradas e saídas como a reserva de capital, garantindo a sua permanência e sobrevivência em meio aos tempos de crise.

Ao se tratar do empreendedor, Lemes Junior e Beatriz Pisa (2010) destacaram as principais determinantes para o comportamento empreendedor as características que determinam o comportamento do empreendedor decorrem de sua personalidade, conhecimentos, experiências, habilidades, motivações e valores.

Os autores aduzem, ainda, que a vontade de empreender um novo ramo e nesta vontade depositar todos os seus esforços faz com que seja a conhecida "competência especial" do empreendedor. Deste modo, surge a Lei Complementar nº123/2006 que estabelece a criação do Simples Nacional cujo objetivo central era atribuição unificada para esferas do governo de âmbito federal ao municipal. (BRASIL, 2006).

Infelizmente, seja por falta de incentivo, conhecimento do empreendedor ou até mesmo a complexidade de adesão ao sistema, muitos empresários permanecem na ilegalidade e, desta forma, a intenção que formalizou a criação da LC que estabelece o Simples Nacional não atingiu expectativas.

Com a falta de resultado com a criação do Simples Nacional, em 2008 os legisladores trouxeram uma inovação, criaram assim a Lei Complementar 128/2008 que delimita o Microempreendedor individual - MEI, medida esta que contribuiu a fim de grande parte de empresas que outrora estavam na informalidade pudessem exercer suas atividades com amparo legal (BRASIL, 2008).

A lei complementar 128/2008 traz, em outros termos, que o microempreendedor individual é aquele que trabalha por conta própria, que possui uma pequena empresa. Antes de trazer uma definição de microempreendedor individual, é preciso que tenhamos ciência de que ele também é empresário e para tanto traz-se a definição de empresário à luz do código civil. Conforme aduz o Art. 966 do Código Civil:

Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.

Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

O microempreendedor individual é o empresário que antes trabalhava na informalidade e optou por regularizar suas atividades tornando-se MEI. Para tanto, é

necessário que seu faturamento anual não ultrapasse o teto de R\$81.000,00 (oitenta e um mil reais) ao ano, não tenha participação em outra empresa, tenha ao máximo 1 (um) empregado e pratique alguma das atividades elencadas no rol da Resolução CGSN nº 140 de 2018 (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2022).

A partir de 2023, existe o Projeto que aumenta o limite de faturamento para microempreendedor individual. O Projeto de Lei Complementar (PLP) 108/21 aumenta para R\$ 130 mil a receita bruta anual permitida para enquadramento como Microempreendedor Individual (MEI). (CAMARA, 2022).

Há uma série de variantes acerca da definição de contabilidade gerencial, pontos de vista levantados por diversos autores conforme o levantamento se informações ocorre. Assim, podemos determinar rapidamente contabilidade gerencial como ferramenta como meio de sintetização de dados contábeis que poderão contribuir com o trabalho dos gestores quando estes tomam determinadas decisões e precisam compreender o desenvolvimento da empresa.

Frezatti (2007) afirma que contabilidade gerencial é o procedimento que, nestes termos: “identifica, mensura, acumula, analisa, prepara, interpreta e comunica informações que auxiliem os gestores a atingir objetivos da organização”.

No Brasil, destacam-se os trabalhos de Soutes e Guerreiro (2007) que procuraram identificar se as empresas brasileiras utilizavam artefatos considerados modernos de contabilidade gerencial e sua relação com o desempenho financeiro, e Frezatti (2005) que analisou a aderência conceitual entre a teoria e a prática da contabilidade gerencial nas empresas brasileiras, identificando *cluster* nos perfis de utilização das ferramentas gerenciais.

Diante deste contexto, definiu-se com problema de investigação a seguinte questão: Quais as razões que levam o Microempreendedor Individual a não utilizar ferramentas gerenciais que são essenciais para gerência do seu negócio? A fim de responder essa questão, este estudo traz como objetivo verificar as razões do MEI não utilizar ferramentas gerenciais quando estas são essenciais para sua manutenção e crescimento no mercado econômico.

A justificativa do estudo está no fato de mostrar que estudos realizados no Brasil, contribuíram ao retratar a posição em que se encontra a contabilidade gerencial das empresas brasileiras e junto aos MEI's. Nesse sentido, o presente trabalho estende as contribuições anteriores ao utilizar informações locais para verificar se tais dados

refletem a mesma tendência dos dados nacionais. Assim, o presente trabalho torna-se relevante por buscar verificar o motivo que leva os MEI's a não utilizar as Ferramentas Contábeis.

Levando em consideração que a lei dispensa a contabilidade formal aos MEIs, por não terem conhecimento ou interesse, muitos vêm decaindo no mercado de trabalho e sendo obrigados, nas piores das hipóteses, a fecharem as portas, ou tendo sérios prejuízos.

## 2. METODOLOGIA

Quanto à metodologia, nesta fase da pesquisa será abordado os procedimentos escolhidos para que a mesma pudesse tomar direcionamento. O primeiro momento esta pesquisa se trata de uma revisão bibliográfica onde neste estudo busca-se desenvolver através de pesquisa quantitativa, descritiva, longitudinal usando recursos de referencial bibliográfico e material pertinente para esta pesquisa.

A revisão bibliográfica percorre uma análise crítica e meticulosa acerca de publicações em diversas plataformas e meios de comunicação sobre um determinado tema. A pesquisa percorre o estilo bibliográfico, de autores conceituados e que possam enriquecer este trabalho. Em primeiro aspecto será feito levantamento de documentos, artigos, doutrinas e revistas utilizando plataformas de pesquisa digital. Logo após temos um filtro, fichando aquilo que é considerado utilizável para este artigo. (TRETINI e PAIM, 1999).

Quanto à pesquisa de campo, Gil (2008, p. 55) afirma que:

Na maioria dos levantamentos, não são pesquisados todos os integrantes da população estudada. Antes seleciona-se, mediante procedimentos estatísticos, uma amostra significativa de todo o universo, que é tomada como objeto de investigação. As conclusões obtidas a partir desta amostra são projetadas para a totalidade do universo, levando em consideração a margem de erro, que é obtida mediante cálculos estatísticos.

Na pesquisa de campo, o público-alvo foram 30 Microempreendedores Individuais - MEI, identificados através do Centro do Empreendedor, localizado na Prefeitura de Vila Velha. Os mesmos foram contactos a fim de se solicitar a realização da pesquisa. Em segundo aspecto, após a coleta de dados, constatou-se a necessidade de dar seguimento através de levantamento de dados por meio de aplicação de questionário.

Para GIL (2008), questionário é meio pelo qual se obtém informações baseado naquilo que as pessoas sabem, acreditam, observam, fazem ou já fizeram consoante a este entendimento individual investiga o modo como compreendem a informação. Sendo assim uma técnica de coleta de informações da realidade.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

#### 3.1. FERRAMENTAS DA CONTABILIDADE

Para a identificação das ferramentas utilizou-se a metodologia proposta por Soutes e De Zen (2005). A distribuição entre as categorias tradicionais e modernas se deu conforme Sulaiman *et al.* (2004). Desta maneira, foram considerados como tradicionais os artefatos agrupados no primeiro e segundo estágios, e como artefatos modernos os constantes no terceiro e quarto estágios. O Quadro 1 apresenta a relação dos artefatos considerados tradicionais e modernos da contabilidade gerencial utilizados nesse trabalho:

**Quadro 1 - Ferramentas Tradicionais e Modernas**

Ferramentas Tradicionais
<ul style="list-style-type: none"> <li>- custeio por absorção</li> <li>- custeio variável</li> <li>- custeio padrão</li> <li>- preço de transferência</li> <li>- orçamento</li> </ul>
Ferramentas Modernas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ABC</li> <li>- custeio meta</li> <li>- <i>benchmarking</i></li> <li>- <i>kaizen</i></li> <li>- teoria das restrições</li> <li>- planejamento estratégico</li> <li>- ABM</li> <li>- EVA</li> <li>- <i>balanced scorecard</i>.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Soutes e De Zen (2005); Sulaiman et al. (2004)

De acordo com Segato Contabilidade (2020), há cinco ferramentas essenciais utilizadas para o funcionamento adequado da estratégia de contabilidade gerencial, tais como: custeio direto ou variável; fluxo de caixa; custeio por absorção; orçamento e demonstração de resultados.

A contabilidade gerencial pode ser uma saída para as empresas superarem as crises porque, por meio de ferramentas que contêm informações financeiras e econômicas, auxiliam na tomada de decisões organizacionais, em especial para as microempresas (COSTA et al. ,2020).

Um profissional de qualidade detém as técnicas, ferramentas e informações necessárias para contribuir com o gestor da empresa, uma vez que, de acordo com Atkinson (2000), a Contabilidade tem capacidade de gerar informações para o negócio de forma que venha favorecer as tomadas de decisões, sendo mais assertivas e em tempo hábil.

### 3.2. LEGISLAÇÃO DO MEI

A figura do Microempreendedor Individual - MEI surge através da Lei Complementar 128/2008 com vigência desde 01 de julho de 2009 mas é a Lei Complementar 123/2006, que cria o Simples Nacional que deu o pontapé inicial, pois é o Simples Nacional que objetivou inicialmente a legalização destes empresários.

O novo regime veio complexo, com mudanças em seus dispositivos fazendo com que seja uma medida então inconstante, dificultando até mesmo a quitação de Guias de Recolhimento de tributos.

O Art. 14º da Resolução nº 48 de 11 de outubro de 2018 do CGSIM traz sobre a legalização e registro do Microempreendedor individual:

O registro e a legalização do MEI poderão ser efetuados por intermédio de escritórios de serviços contábeis optantes pelo Simples Nacional, individualmente ou por meio de suas entidades representativas de classe, por órgãos e entidades dos entes federados, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, por outras entidades, outros prepostos ou pelo próprio Empreendedor, observados o processo e as normas estabelecidas nesta Resolução e mediante a utilização dos instrumentos disponibilizados no Portal do Empreendedor para essa finalidade.

O procedimento acerca da formalização do MEI se dá por meio informatizado, pelo Portal do Empreendedor, no site eletrônico <http://www.portaldoempreendedor.gov.br>. Todos os formulários poderão ser preenchidos por escritórios contábeis que optam pelo Simples Nacional, também pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE ou até mesmo o próprio empresário poderá proceder com a formalização do cadastro.

### 3.3. MEI E OUTROS TIPOS DE EMPRESAS

Para melhor compreender as diferenças entre o MEI e outras empresas e tipos de tributação, foi encontrado o seguinte quadro explicativo:

**Quadro 2 - Enquadramento e Faturamento Anual**

Enquadramento/Faturamento Anual	Sócio
---------------------------------	-------

Tipo de Empresa	MEI	ME	EPP	Normal	Titular	Opções Tributárias	Onde Formalizar	Observações
Empresário Individual	Até R\$81 mil	-	-	-	Um titular	Simple Nacional	Portal do Empreendedor	A pessoa física que se coloca como titular responde de forma limitada pelos débitos do negócio. O patrimônio de empresa e empresário se misturam.
	-	Até R\$360 mil	Até 4,8 milhões	Por opção ou com faturamento acima de R\$4,8 milhões.	Um titular	Simple Nacional, lucro presumido ou lucro real	Junta Comercial	
EIRELI	-	Até R\$360 mil	Até 4,8 milhões	Por opção ou com faturamento acima de R\$4,8 milhões.	Um titular	Simple Nacional, lucro presumido ou lucro real	Junta Comercial	O empresário responde sobre o valor do capital social da empresa. Necessário o capital social de 100x o salário mínimo vigente.
Sociedade Limitada	-	Até R\$360 mil	Até 4,8 milhões	Por opção ou com faturamento acima de R\$4,8 milhões.	Dois ou mais sócios	Simple Nacional, lucro presumido ou lucro real	Junta Comercial	Os sócios respondem sobre o valor do capital social da empresa. Sem valor mínimo do capital
Observações :	Pagamento de imposto por Guia de valor fixo.	Necessário para optar pelo Simple Nacional, oferece vantagens em licitações públicas e não exige a contratação de jovem aprendiz.						

Tabela 1 Resumo dos tipos societários e enquadramento tributário para empresas.

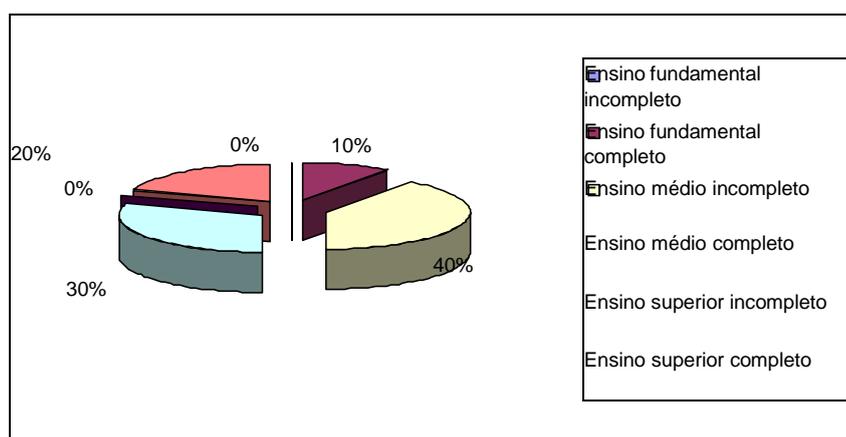
Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de <https://capitalsocial.cnt.br/qual-a-diferenca-entre-mei-ei-me-e-epp/>

Conforme dito por Baty (1994), as pequenas empresas possuem substancial importância na evolução das sociedades, e nesse contexto, os MEIs tem que se planejarem para que esse papel tenha crescimento e ajude de fato a economia.

### 3.4. RESULTADOS

Os dados coletados foram organizados em gráficos e apresentados e discutidos a medida de sua apresentação. Foram entrevistados 30 Microempreendedores Individuais cadastrados no Centro do Empreendedor em Vila Velha.

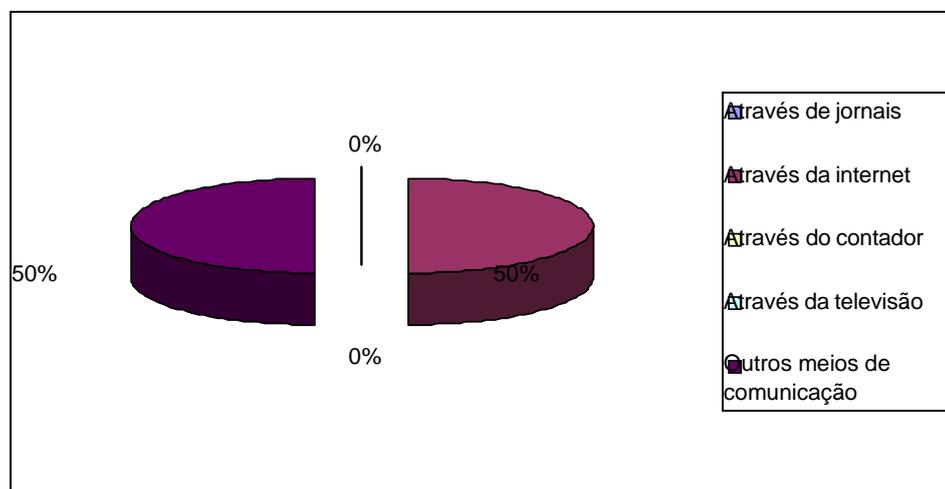
Gráfico 1. Formação Acadêmica



Fonte: Próprios Autores., 2022.

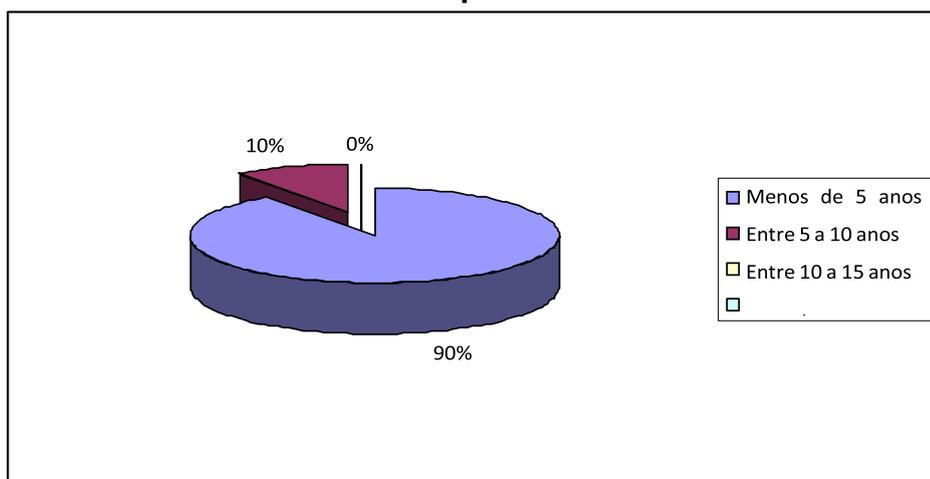
Em relação à formação acadêmica dos entrevistados, percebeu-se que 40% possui ensino médio incompleto; 30% ensino médio completo; 20% ensino superior completo; e 10% ensino fundamental completo.

**Gráfico 2. Como conheceu o MEI**



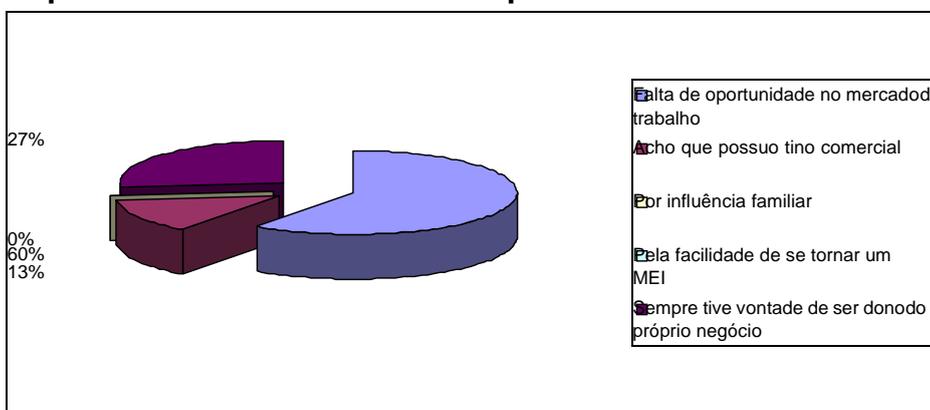
Fonte: Próprios Autores., 2022.

Quando perguntados como conheceram o MEI, 50% dos microempreendedores responderam que foi através da internet; e outros 50% por outros meios de comunicação.

**Gráfico 3. Tempo com MEI**

Fonte: Próprios Autores., 2022.

O Gráfico 3 questionou o tempo de MEI dos entrevistados. As respostas mostraram que: 90% possuem menos de 5 anos atuando na área; e 10% são MEI entre 5 a 10 anos.

**Gráfico 4. O que te levou a ser um microempreendedor individual**

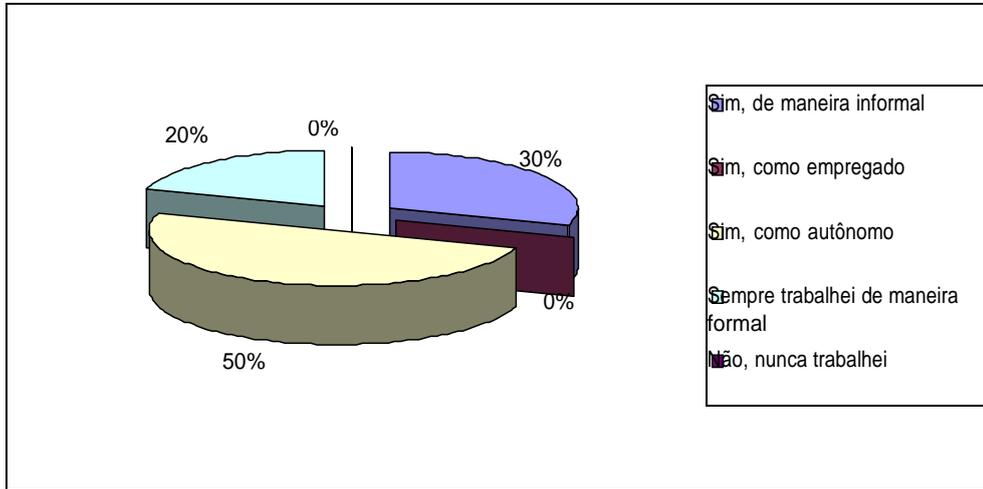
Fonte: Próprios Autores., 2022.

Quando questionados sobre o que o levou a ser um microempreendedor individual, foi verificado que as respostas mostraram que: 60% foi pela falta de oportunidade no mercado de trabalho; 27% sempre teve vontade de ser dono do próprio negócio; e 13% por achar que possui tino comercial.

Para Dolabela (2006) o empreendedor deve ir em busca de realizar seus sonhos, e nessa busca ele poderá ser tomado por diferentes emoções. Para ele empreender é um ato de paixão, e, a partir desses sentimentos apaixonantes o empreendedor deverá

alinhar o conjunto de atitudes e comportamentos que pré- estabelecem um ser criativo para saber identificar as oportunidades e aproveitá-las.

**Gráfico 5. Trabalhava nesta área antes de se formalizar**



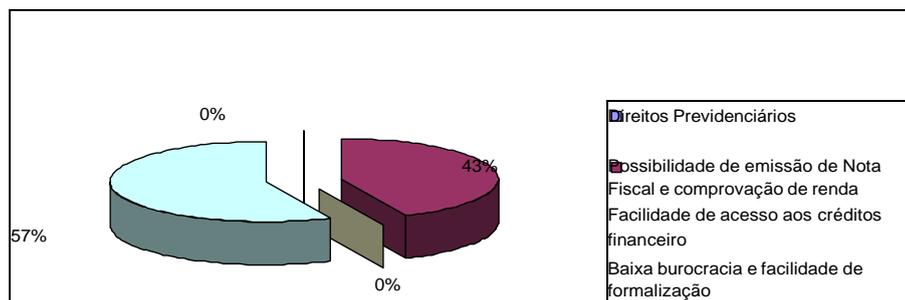
Fonte: Próprios Autores., 2022.

No Gráfico 5, o questionamento foi direcionado ao fato de sabe se já trabalhava nesta área antes de se formalizar. As respostas mostraram que 50% disseram que sim, já atuavam como autônomo; 30% sim, mas de maneira informal; e 20% sempre trabalhou de maneira informal.

Em um estudo sobre o perfil dos MEIs, Silva (2019) relata que por mais que haja muitas informações presentes nos variados meios de comunicação, muitos autônomos ainda têm medo da legalização, sendo assim muitos deles continuam na 3 informalidade por falta de conhecimento.

Ela continua recomendando a busca por um profissional contábil. Sendo assim este empreendedor poderá sair da informalidade com segurança e informações necessárias.

**Gráfico 6. Quais os benefícios ao MEI considera mais importante**



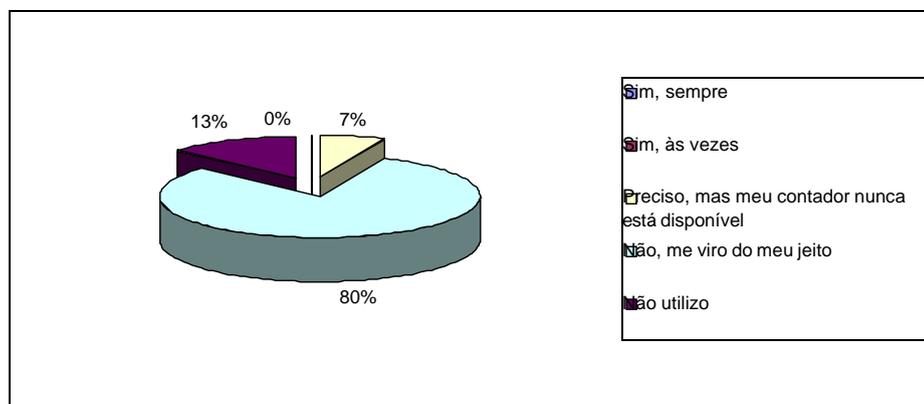


Fonte: Próprios Autores., 2022.

Quando questionados sobre quais os benefícios ao MEI considera mais importante, observou-se que para 57% a baixa burocracia e a facilidade de formalização; 43% a possibilidade de emissão de notas fiscais e comprovação de renda.

Silva (2019) avaliou as vantagens de um autônomo constituir-se como MEI e obteve resultados que indicaram dificuldades nas pessoas físicas empreendedoras, pois elas se sentem inseguras e com desconhecimento sobre tal formalização e, portanto, precisam avaliar as características do negócio, os benefícios previdenciários de créditos, das obrigações tributárias para o MEI, para que assim, pudesse constituir a pessoa jurídica. Apontando então que seriam necessários esses empreendedores recorrer aos serviços de um profissional contábil.

### Gráfico 7. Como MEI utiliza a Contabilidade para auxiliar na administração e controle do empreendimento



Fonte: Próprios Autores., 2022.

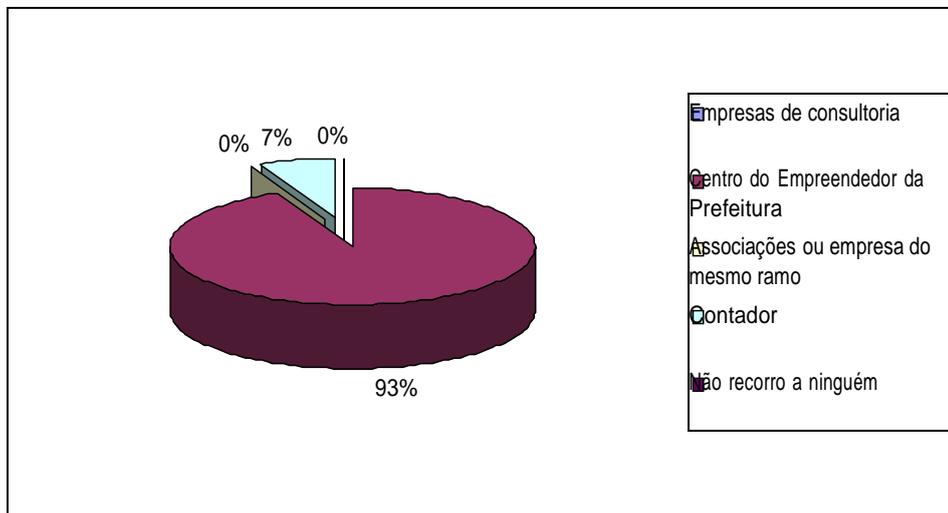
No Gráfico 7 foi questionado como o MEI utiliza a Contabilidade para auxiliar na administração e controle do empreendimento. As respostas evidenciaram que: 80% não utiliza contador, se vira do seu jeito; 13% disseram que sim, às vezes utiliza; e 7% precisa, mas o seu contador nunca está disponível.

A falta de orientação contábil na gestão de uma empresa pode afetar diretamente em sua projeção de mercado ou até em sua vida ativa.

Nesse contexto, Marion (2006) cita a importância de se ter um contador para fazer a leitura dos relatórios contábeis e financeiros da empresa, alguém que saiba interpretar

e traduzir as informações coletadas e poder adequá-las para melhortomada de decisão.

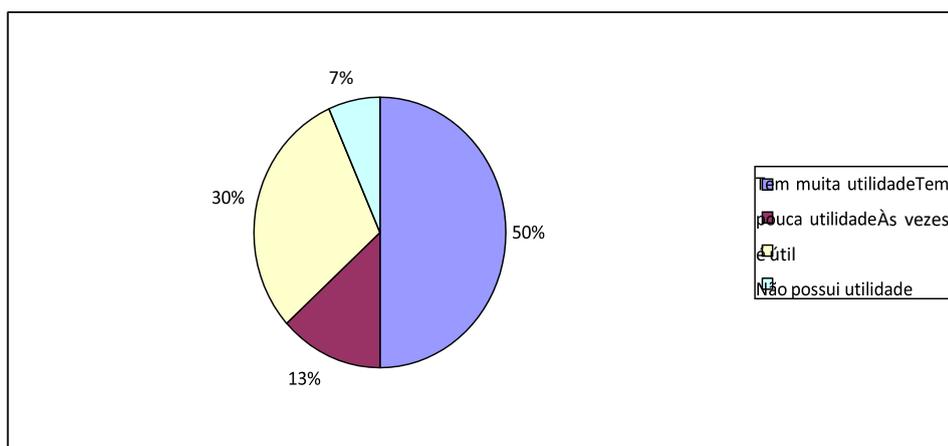
**Gráfico 8. Quando surgem problemas na sua empresa, sendo eles, fiscal, trabalhista ou financeiro, recorre a quem**



Fonte: Próprios Autores., 2022.

Quando perguntados no Gráfico 8, quando surgem problemas na empresa, sendo eles, fiscal, trabalhista ou financeiro, a quem recorre, as respostas mostraram que: 93% dos entrevistados disseram recorrer ao Centro do Empreendedor; por sua vez, 7% afirmaram que recorrem ao contador.

**Gráfico 9. Como avalia o grau de utilidade da contabilidade para o crescimento do empreendimento**

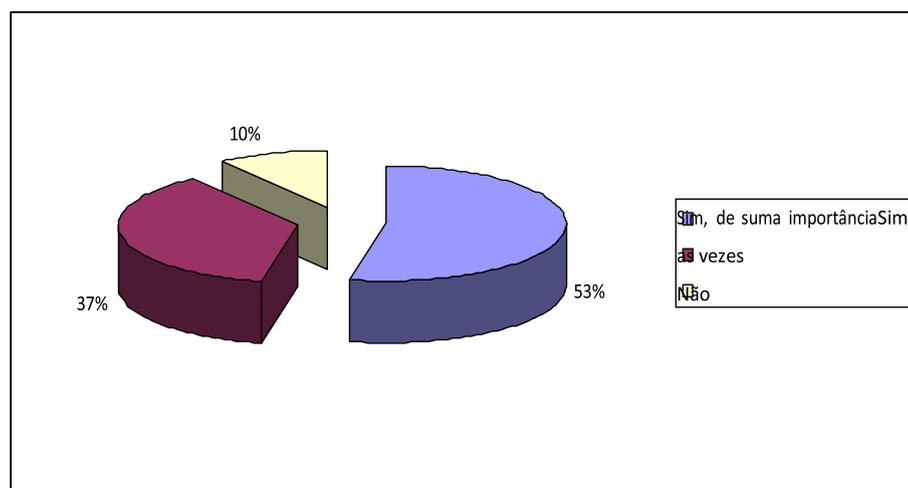


Fonte: Próprios Autores., 2022.

Ao serem questionados no Gráfico 9, como avaliam o grau de utilidade da contabilidade para o crescimento do seu empreendimento, as respostas dos

entrevistados mostraram que para 50% dos entrevistados tem muita utilidade; 30% consideram que às vezes é útil; para 13% tem pouca utilidade; e 7% consideram que não possui utilidade.

Segundo Guerreiro (2005) que a contabilidade gerencial é ferramenta importante na rotina da empresa, por ela é possível inovar na elaboração de relatórios bem como seguir com a monitoração deles. Garantindo, assim, que cenários econômicos possam ser vislumbrados e, se for o caso, alternativas possam ser traçadas.



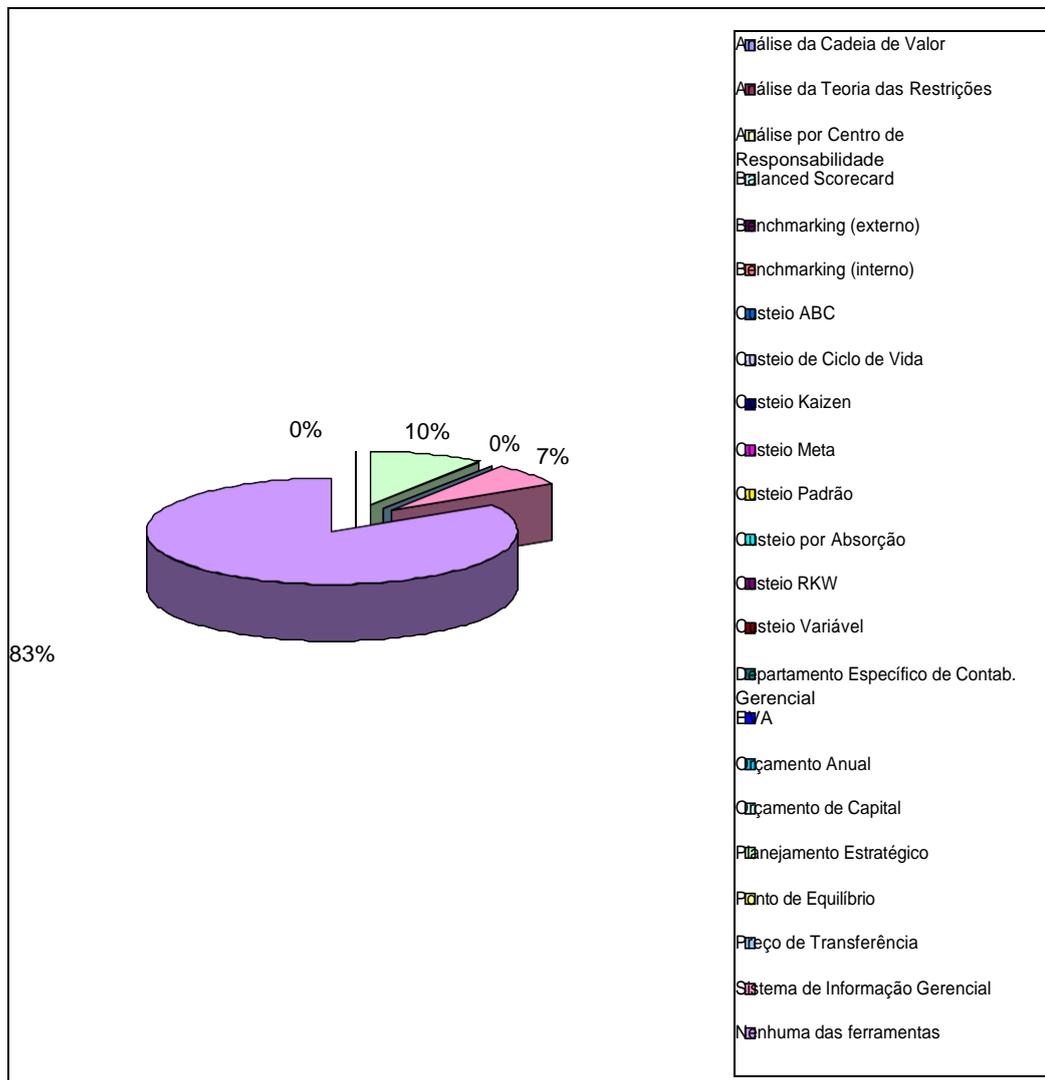
**Gráfico 10. Acha necessário os serviços contábeis na sua empresa**

Fonte: Próprios Autores., 2022.

Quando perguntados se acham necessário os serviços contábeis na empresa, 53% dos Microempreendedores entrevistados disseram que sim, é de suma importância; 37% afirmaram que às vezes acham necessário; e 10% não consideram útil.

Verificando-se as respostas, percebe-se que a Contabilidade gerencial traça uma linha de tempo a qual considera decisões tomadas desde os períodos mais distantes comparando com as decisões mais recentes. Desta forma, pode-se projetar um cenário determinado ou manter os trabalhos como já estão sendo feitos (FREZATTI, 2007)

### Gráfico 11. Utiliza qual das Ferramentas de Contabilidade Gerencial



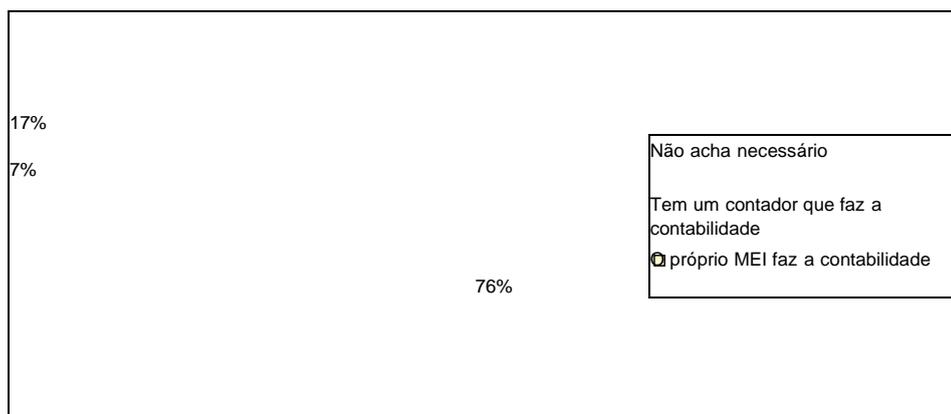
Fonte: Próprios Autores., 2022.

No Gráfico 11 ao se questionar se utiliza as Ferramentas de Contabilidade Gerencial, foi verificado que 83% dos entrevistados não utilizam nenhuma das ferramentas contábeis no seu negócio; 10% utilizam o planejamento estratégico; e 7% do sistema de informação gerencial.

Com a utilização de ferramentas gerenciais da contabilidade, a contabilidade está cada vez mais presente dentro das empresas (MORAIS; FEITOSA FILHO, 2019). No caso do MEI torna-se útil e necessário a utilização das mesmas pois possibilitará uma melhoria significativa na gestão do negócio.

### Gráfico 12. Por que não utiliza as ferramentas de Contabilidade no seu

## negócio



Fonte: Próprios Autores., 2022.

Por fim, no Gráfico 12, quando perguntados por que não utiliza as ferramentas de contabilidade no seu negócio, 76% dos entrevistados afirmaram que não acham necessário; 17% disseram fazer a contabilidade; e 7% tem um contador que faz a contabilidade.

## 4 CONCLUSÃO

Este artigo teve como objetivo verificar as razões do MEI não utilizar ferramentas gerenciais quando estas são essenciais para sua manutenção e crescimento no mercado econômico. Diante do apresentado, conclui-se que o estudo respondeu ao proposto no problema de pesquisa e objetivo geral, apresentando a importância das ferramentas contábeis e o porque do MEI não utilizar as mesmas.

Os principais resultados foram que 83% dos entrevistados não utilizam nenhuma das ferramentas contábeis no seu negócio; 10% utilizam o planejamento estratégico; e 7% o sistema de informação gerencial.

Outra conclusão mostra 76% dos entrevistados não utiliza as ferramentas de contabilidade no seu negócio, porque não acham necessário; 17% disseram que eles mesmo, fazem a contabilidade do seu negócio; enquanto apenas 7% tem um contador que faz a contabilidade.

O estudo alcançou os objetivos propostos quando foi demonstrado, no embasamento teórico e na análise dos dados resultantes da pesquisa, a necessidade de conhecer as normas fiscais por parte do microempreendedor individual e as

dificuldades do microempreendedor quando se trata dos aspectos contábeis, financeiras e de gestão.

Para tanto fez-se usa da metodologia de pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo, no qual foram entrevistados 30 microempreeendedores individuais.

Sugere-se para pesquisas futuras fazer um levantamento de público alvo um pouco maior, elevando a amostra de entrevistados e ampliando para outras cidades, cidades da Grande Vitória.

## REFERÊNCIAS

ACIOLI S, LUZ MT. Sentidos e valores de práticas populares voltadas para a saúde, a doença e o cuidado. Rev enferm UERJ. 2003; 11: 153-8.

BRASIL. **Trabalho.** Disponível em <https://www.gov.br/trabalho/pt-br/@@search?SearchableText=COVID+19>. Acesso em 3 Ago. 2021.

ALVARENGA, Darlan. **Com trabalho por conta própria em nível recorde, número de MEIs ultrapassa a marca de 9 milhões.** G1. 06 JUL 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/10/06/com-trabalho-por-counta-propria-em-nivel-recorde-numero-de-meis-ultrapassa-a-marca-de-9-milhoes.ghtml> . Acesso em 27 FEV 2022.

ATKINSON, Anthony. **Contabilidade gerencial.** São Paulo: Atlas, 2000.

BATY, G. B. **Pequenas e médias empresas dos anos 90:** guia do consultor e do empreendedor. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1994.

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. **Diário Oficial da União,** Brasília, DF, 22 dez. 2008.

BRASIL. **Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis

nº. 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº. 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº. 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº. 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nº. 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de outubro de 1999.

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 em: 21 mar. 2022.

**CAMARA. Projeto aumenta limite de faturamento para microempreendedor individual.** Proposição altera o Estatuto da Micro e Pequena Empresa. Fonte: Agência Câmara de Notícias. Disponível em [https://www.camara.leg.br/noticias/845632-projeto-aumenta-limite-de-faturamento-para-microempreendedor-individual/#:~:text=Projeto%20aumenta%20limite%20de%20faturamento%20para%20microempreendedor%20individual,-Proposi%C3%A7%C3%A3o%20altera%20o&text=O%20Projeto%20de%20Lei%20Complementar,como%20Microempreendedor%20Individual%20\(MEI\)](https://www.camara.leg.br/noticias/845632-projeto-aumenta-limite-de-faturamento-para-microempreendedor-individual/#:~:text=Projeto%20aumenta%20limite%20de%20faturamento%20para%20microempreendedor%20individual,-Proposi%C3%A7%C3%A3o%20altera%20o&text=O%20Projeto%20de%20Lei%20Complementar,como%20Microempreendedor%20Individual%20(MEI)).

COSTA, W. P. L. B da, SILVA, J. D. da, OLIVEIRA, A. D de, ALMEIDA, L. B de; SILVA, M. E. D. da. Utilização da Contabilidade Gerencial nas micro e pequenas empresas. **Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação, Paranaguá**, v. 2, n. 2, 2020. Recuperado em 20 abr. de 2021, de <http://periodicos.unespar.edu.br/index.php/raei/issue/view/194>

CHAER, G. **A técnica do questionário na pesquisa educacional.** *Evidência*, Araxá, v. 7, n. 7, p.251-266, 2011.

CHUPEL, J. F.; SOBRAL, E.; BARELLA, L. A. **A importância da contabilidade para microempreendedor individual.** *Revista Eletrônica da Faculdade de Alta Floresta*, v. 3, n. 2, p. 64-82, 2014.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa.** 30 ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

FERNANDES, Regina. **Quais as Diferenças entre MEI, EI, ME, EPP, EIRELI, LTDA e**

**S.A. Capital Social.** 3 de Abril de 2015. Disponível em:<https://capitalsocial.cnt.br/qual-a-diferenca-entre-mei-ei-me-e-epp/>. Acesso em 05 de abril de 2022.

FREZATTI, Fábio; AGUIAR, Andson Braga de; GUERREIRO, Reinaldo. **Diferenciações entre a contabilidade financeira e a contabilidade gerencial: uma pesquisa empírica a partir de pesquisadores de vários países.** Rev. contab.

Finanç. São Paulo, v.18, n.44, p. 9-22, Aug. 2007. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1519-70772007000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772007000200002&lng=en&nrm=iso)>. access on 22 Mar. 2022. <https://doi.org/10.1590/S1519-70772007000200002>.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUERREIRO, Reinaldo et al. **O entendimento da contabilidade gerencial sob a ótica da teoria institucional.** Organ. Soc., Salvador, v. 12, n. 35, p. 91-106, dez. 2005. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1984-92302005000400005&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302005000400005&lng=pt&nrm=iso)>. Acessos em 22 mar. 2022. <https://doi.org/10.1590/S1984-92302005000400005>.

HORNGREN, C. T.; FOSTER, G.; M., D. S (2000). Cost accounting. São Paulo: Prentice-Hall.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade.** 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: Planejamento, implantação e controle.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1981.

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas.** 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MARION, José Carlos. **Análise das Demonstrações Contábeis:** contabilidade empresarial. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, S. C. **Sistematização das visitas domiciliares na Estratégia Saúde da Família Alfié**, São Domingos do Prata, Minas Gerais. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Medicina. Núcleo de Educação em Saúde Coletiva. Ipatinga, 2015.

MORAIS, M. A. S.; FEITOSA FILHO, R. I. **A Relevância do Contador para o Microempreendedor Individual (MEI)**. ID On Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia, v. 13, n. 43, p. 480-489, 2019.

MOTA, J. E. M. **Análise do perfil do microempreendedor individual (MEI) da cidade do Natal**. 2018. 53 f. Monografia (Bacharelado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Disponível em: <http://monografias.ufrn.br/handle/123456789/6886>. Acesso em 03 mai 2022.

NITAHARA, Akemi. **Informalidade cai, mas atinge 38 milhões de trabalhadores**. Agência Brasil. 2020. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/informalidade-cai-mas-atinge-38-milhoes-de-trabalhadores>. Acesso em 11 mai 2022.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Microempreendedor Individual (MEI)**. 2018. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: Dia 4 nov. 2022.

SANTOS, José Luís Guedes dos et al. **Risco e vulnerabilidade nas práticas dos profissionais de saúde**. Revista Gaúcha de Enfermagem, v. 33, n. 2, p. 205-212, 2018.

SEGATO CONTABILIDADE. **Saiba qual é a importância da contabilidade gerencial**. 2020. Disponível em: <<https://segatocontabilidade.com.br/importancia-contabilidade-gerencial/>>. Acesso em: 11 out. 2022.

SILVA, Joyce Maria S. **Vantagens de se constituir como MEI: Um Estudo de Caso**. Universidade Federal de Alagoas – UFAL 2019.

SIMÕES, F. S. **Microempreendedor individual: uma análise sobre a importância da contabilidade para o crescimento e consolidação do empreendimento em Caicó/RN**. 52 f. Monografia (Bacharelado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Caicó, 2015. Disponível em: <<http://monografias.ufrn.br/handle/123456789/1883>> Acesso em 03 de maio de 2022.

SOUSA JÚNIOR, J. R. C.; LEVY, P. M.; CAVALCANTI, M. A. F. H.. Carta de conjuntura. Brasília: Ipea, 2018.

SOUTES, Dione Olesczuk; GUERREIRO, Reinaldo. **Estágios evolutivos da contabilidade gerencial em empresas brasileiras**. XXXI Encontro da Anpad, Rio de Janeiro, 2007.

SOUTES, Dione Olesczuk.; DE ZEN, Maria José de C. M. **Estágios evolutivos da contabilidade gerencial em empresas brasileiras**. *Anais do 5º Congresso USP de Contabilidade e Contraladoria*, São Paulo, 2005.

TRENTINI, M.; PAIM, L. **Pesquisa em Enfermagem. Uma modalidade convergente-assistencial**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1999.

ZANLUCA, Júlio César. **Planejamento Tributário**. Distribuição exclusiva Portal Tributário Publicações. Disponível em: <<http://www.portaltributario.com.br/planejamento.htm>> Acesso em: 19 mar 2022.

\_\_\_\_ **O que é microempreendedor individual?** Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-frequentes/o-microempreendedor-individual-mei/1-o-que-e-o-mei-microempreendedor-individual>. Acesso em 10 mai2022.

## ANEXO - QUESTIONÁRIO DE ENTREVISTA

### 1. Formação Acadêmica

- Ensino fundamental incompleto( )
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto( )
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto( )
- Ensino superior completo

### 2. Como conheceu o MEI?

- Através de jornais ( )
- Através da internet
- Através do contador( )
- Através da televisão
- Outros meios de comunicação

### 3. Tempo com MEI

- Menos de 5 anos( )
- Entre 5 a 10 anos
- Entre 10 a 15 anos( )
- Mais de 15 anos

### 4. O que te levou a ser um microempreendedor individual?

- Falta de oportunidade no mercado de trabalho( )
- Acho que possuo tino comercial
- Por influência familiar
- Pela facilidade de se tornar um MEI
- Sempre tive vontade de ser dono do próprio negócio

### 5. Você trabalhava nesta área antes de se formalizar?

- Sim, de maneira informal( )
- Sim, como empregado
- Sim, como autônomo
- Sempre trabalhei de maneira formal( )
- Não, nunca trabalhei

### 6. Quais os benefícios ao MEI considera mais importante?

- Direitos Previdenciários
- Possibilidade de emissão de Nota Fiscal e comprovação de renda( )
- Facilidade de acesso aos créditos financeiro 38
- Baixa burocracia e facilidade de formalização

### 7. Você como MEI utiliza a Contabilidade para auxiliar na administração e controle do empreendimento?

- Sim, sempre ( )
- Sim, às vezes
- Preciso, mas meu contador nunca está disponível( )
- Não, me viro do meu jeito
- Não utilizo

**8. Quando surgem problemas na sua empresa, sendo eles, fiscal, trabalhista ou financeiro, você recorre a quem?**

- Empresas de consultoria  
 Centro do Empreendedor da Prefeitura  
 Associações ou empresa do mesmo ramo  
 Contador  
 Não recorro a ninguém

**9. Como você avalia o grau de utilidade da contabilidade para o crescimento do seu empreendimento?**

- Tem muita utilidade  
 Tem pouca utilidade  
 Às vezes é útil  
 Não possui utilidade

**10. Você acha necessário os serviços contábeis na sua empresa?**

- Sim, de suma importância  
 Sim, as vezes  
 Não

**11. Utiliza qual das Ferramentas de Contabilidade Gerencial**

Análise da Cadeia de Valor  
 Análise da Teoria das Restrições  
 Análise por Centro de Responsabilidade  
*Balanced Scorecard*  
*Benchmarking* (externo)  
*Benchmarking* (interno)  
 Custeio ABC  
 Custeio de Ciclo de Vida  
 Custeio *Kaizen*  
 Custeio Meta  
 Custeio Padrão  
 Custeio por Absorção  
 Custeio RKW  
 Custeio Variável  
 Departamento Específico de Contab. Gerencial  
 EVA  
 Orçamento Anual  
 Orçamento de Capital  
 Planejamento Estratégico  
 Ponto de Equilíbrio  
 Preço de Transferência

Sistema de Informação  
GerencialNenhuma das  
ferramentas

**12. Por que você não utiliza as ferramentas de Contabilidade no seu  
negócio?**

- Não acha necessário
- Tem um contador que faz a contabilidade
- O próprio MEI faz a contabilidade

## POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA E QUESTÃO SOCIAL: UMAREVISÃO BIBLIOGRÁFICA SOBRE AS POLÍTICAS PÚBLICAS

Lilian Regina Mendes Carrinho Batistin<sup>1</sup>, Marcella Bazílio Fonseca<sup>1</sup>, Patrícia Barroso Silva<sup>1</sup>, Ralf Santos<sup>2</sup>

1 – Acadêmicos do curso de Serviço social.

2 - Especialista - Professor Multivix – Serra.

### RESUMO

A ausência de dados oficiais de moradores em situação de rua prejudica a implementação de políticas públicas voltadas para este contingente e reproduz a invisibilidade social da população de rua no âmbito das políticas sociais. A condição de precariedade da população adulta de rua é tratada no âmbito da saúde e das intervenções sociais visando levantar subsídios para a implementação de políticas públicas de saúde para essa população. A conceituação dessa população e sua relação com a exclusão social, a cidade, as economias paralelas, a globalização, as estratégias e os circuitos de sobrevivência desenvolvidos se inserem num contexto de oposição aos mecanismos de apartação social e rompimento dos vínculos familiares, bem como na forma de tratamento institucional. A precariedade e insalubridade das ruas, culminando em exposição e riscos cumulativos requerem intervenções e formas de tratamento orientadas, segundo a sua especificidade, desafiando os conceitos gerais de universalidade, integralidade e equidade do Sistema Único de Saúde. Com a Constituição Federal brasileira de 1988, foi considerada um direito, a saúde, compreendida como estado multideterminado, revelando a organização política e social de um país. A população em situação de rua expõe importantes obstáculos à garantia desse direito. Uma vez revelada a complexidade das experiências biográficas de pessoas em situação de rua, é urgente o aumento do número de estudos que qualifiquem a relação prática entre usuáries/os, políticas públicas e a representação do Estado na execução dos serviços de proteção.

**Palavras-chave:** Moradores de rua, Estado e Sociedade civil, Administração Públicas, Assistência social.

### ABSTRACT

The absence of official data on homeless people impairs the implementation of public policies aimed at this contingent and reproduces the social invisibility of the homeless population within the scope of social policies. The precarious condition of the adult street population is addressed in the context of health and social interventions, aiming to raise subsidies for the implementation of public health policies for this population. The conceptualization of this population and its relationship with social exclusion, the city, parallel economies, globalization, strategies and developed survival circuits are part of a context of opposition to the mechanisms of social separation and disruption of family ties, as well as in the form of institutional treatment. The precariousness and insalubrity of the streets, culminating in exposure and cumulative risks, require interventions and oriented forms of treatment, according to their specificity, challenging the general concepts of universality, integrality and equity of the Unified Health System. With the Brazilian Federal Constitution of 1988, health was considered a right, understood as a multi-determined state, revealing the political and social organization of a country. The homeless population exposes important obstacles to guaranteeing this right. Once the complexity of the biographical experiences of homeless people has been revealed, it is urgent to increase the number of studies that qualify the practical relationship between users, public policies and the representation of the State in the execution of protection services.

**Keywords:** Homeless, State and Civil Society, Public administration, Social assistance.

## 1 INTRODUÇÃO

A Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988) determina a igualdade de todos e todas perante a lei e a garantia de direitos sociais. Trinta anos após sua promulgação, uma expressiva parcela da população brasileira não acessa, sem luta, grande parte dos direitos previstos na Lei Maior. Sem acesso aos direitos básicos e essenciais à vida digna, a população em situação de rua sofre a ausência de políticas públicas e o descaso social. Em 2016, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2016) divulgou o relatório “Estimativa da População em Situação de Rua no Brasil, no qual aponta 101.854 pessoas vivendo em situação de rua no país. Em dias atuais, as estimativas do número total de pessoas em situação de rua no Brasil só aumentam, sendo

aproximadamente 221.869 pessoas de acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em pesquisa publicada em março de 2020. A população em situação de rua é um grupo heterogêneo, caracterizado por pobreza, vínculos familiares interrompidos ou fragilizados e inexistência de moradia convencional regular, bem como por utilizar os logradouros públicos como espaço de moradia e de sustento, de forma temporária ou permanente, ou unidades de acolhimento temporário para pernoite ou moradia provisória (BRASIL,2008).

Nesse sentido, devem ser desenvolvidas políticas que atuem na causa do problema, não somente em serviços de distribuição de alimentos e outros objetos, proporcionando dignidade para todos os habitantes. O objetivo geral do presente artigo é analisar o processo de construção e as concepções do termo situação de rua, empregado na formulação da Política Pública para a inclusão social da População em Situação de Rua. Para o desenvolvimento e alcance do objetivo geral, foram traçados três objetivos específicos que indicam os métodos científicos a serem aplicados, todos em relação de complementaridade. Esses objetivos buscam analisar a temática da proteção social especial destinada ao enfrentamento do fenômeno da situação de rua; confrontando-o com o fenômeno social a partir de uma transformação histórica, e descrever os elementos de confluência que, durante a análise, derrubam uma realidade, esmiuçada a partir da pesquisa documental, exploratória e bibliográfica; identificar nas políticas públicas de assistência social nos governos e a temática da proteção social especial destinada ao enfrentamento do fenômeno da situação de rua; atuação no plano das transformações históricas, confrontando-os com o fenômeno da situação de rua no Brasil, e por fim, a estruturação a partir do estudo do processo de construção do conceito situação de rua, e a sua aplicação nas políticas de proteção social especial.

É possível listar algumas questões a serem discutidas TCC, como: Quais ações são implementadas pelos órgãos governamentais responsáveis pela Política Nacional para Inclusão da População em Situação de Rua? Quais órgãos públicos são responsáveis pela gestão dessas ações? Quais as demandas contempladas no processo de discussão sobre População em Situação de Rua estão sendo levadas a termo pelos órgãos públicos responsáveis? As políticas públicas não são levadas a termo sem que seja considerada a diversidade de

interesses dos diversos atores públicos e privados, envolvidos na arena de disputas políticas no seio da sociedade. Cabe aos governos, nas suas diversas instâncias, cumprir de maneira significativa o seu papel de agentes públicos de promoção da justiça social. O processamento para a alocação de valores e cobertura de necessidades de natureza concreta ou abstrata demandadas, não ocorre de maneira pacífica. Dessa forma, justifica-se que as falhas na rede de atendimento à população em situação de rua podem ser verificadas em praticamente todos os municípios do país.

No município de Cachoeiro de Itapemirim/ES, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social (Semdes), tem por finalidade coordenar a implementação das políticas sociais na cidade. Estão sob a responsabilidade da pasta os serviços, programas, projetos e benefícios que visam promover a seguridade e o bem-estar social no município, assim como a execução do Sistema Único de Assistência Social (SUAS) e o cadastro em programas de transferência de renda, como o Auxílio Brasil (antigo Bolsa Família) e o Benefício de Prestação Continuada (BPC). Obviamente morar nas ruas não é uma condição fácil. Há que se lidar com uma série de questões inoportunas: violência, falta de saneamento básico e higiene, a falta de alimentação, a precariedade e o abandono de uma vida confortável em geral.

## **2 METODOLOGIA**

A Política Nacional para Inclusão Social da População em Situação de Rua, teve sua formulação concluída em 2008 e não dispõe de recursos suficientes para a sua implementação. As falhas na rede de atendimento à população em situação de rua podem ser verificadas em praticamente todos os municípios do país, na qual indica que desemprego, problemas familiares e consumo de drogas apareceram como as principais justificativas para a ida às ruas. No que se referem aos agravos, muitos se declararam usuários de álcool e outros entorpecentes, entre outras problematizações para a referida posição na sociedade. O aumento de pessoas morando nas ruas, de acordo com os dados do CENSO SUAS (Sistema Único de Assistência Social), de setembro de 2012 até março de 2020 foi de 139%.

O presente estudo aborda a temática da população em situação de rua

visando contextualizá-la e caracterizá-la, bem como mostrar sob o olhar de diferentes autores os fatores que levaram esses indivíduos a viverem nas ruas a fim de desconstruir estigmas e discutir a problemática da inclusão e exclusão que vivenciam diariamente. A rua abriga uma grande diversidade de moradores que, pelas mais diversas razões, formas, situações ou períodos de tempos acabam não estando abrigados em um domicílio. Desta forma, os problemas identificados, a política pública e a pesquisa voltada para este grupo deve ser, antes de tudo, multifacetada, ou seja, não deve ser tratada a partir de uma área do conhecimento, específica, sob o risco de não se alcançar estas pessoas e seus verdadeiros problemas. O desinteresse do Estado influencia diretamente no comportamento da sociedade, haja vista que os moradores de rua são tratados, ora com compaixão, ora com repressão, preconceito, indiferença e violência.

Para desenvolver o presente artigo serão utilizadas as metodologias documental, exploratória e bibliográfica. Esta pesquisa é considerada como revisão bibliográfica, exploratória de acordo com Ferreira (2002), onde diz que, neste tipo de pesquisa o objetivo é conhecer o que tem sido produzido em âmbito acadêmico sobre um tema específico e discutir essa produção, considerando o tempo, o lugar e o contexto. A metodologia deste tipo de pesquisa possui caráter “inventariante e descritivo das produções acadêmicas e científicas sobre o tema”. Para Zoltowski, Costa, Texeira e Koller (2014), a revisão sistemática se define por uma estratégia de busca das produções científicas, uma análise crítica e uma síntese do que foi encontrado. De acordo com Boccato (2006, p. 266), a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referências teóricas publicadas, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica.

Gil (1999), confirma que as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores, ou seja, estabelecer maior familiaridade com o problema. Gil (1996), também relata que a pesquisa exploratória proporciona maior compreensão e entendimento do fenômeno investigado modificando e esclarecendo conceitos possibilitando que este seja delineado com precisão ou dê possibilidades de criar

novas hipóteses

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 CONCEITO DE POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA

População em Situação de Rua (PSR), levando a considerar sua condição não como uma situação pessoal e passageira, mas como “consequência de uma situação a que muitos trabalhadores são conduzidos, em decorrência das desigualdades sociais e da elevação dos níveis de pobreza produzidos pelo sistema capitalista” (Silva, 2009, p. 137). Atualmente, o conceito utilizado define população em situação de rua como: [...] um grupo populacional heterogêneo que possui em comum a pobreza extrema, os vínculos familiares interrompidos ou fragilizados e a inexistência de moradia convencional regular, e que utiliza os logradouros públicos e as áreas degradadas como espaço de moradia e de sustento, de forma temporária ou permanente, bem como as unidades de acolhimento para pernoite temporário ou como moradia provisória. (Definição utilizada no Decreto Presidencial 7053, de 31 de dezembro de 2009). A população em situação de rua é composta por indivíduos que compartilham o espaço público como estabelecimento de relações sociais, moradia e sobrevivência, ou seja, estas pessoas relacionam-se com a rua, segundo parâmetros temporais e identitários diferenciados, visa os vínculos familiares, comunitários ou institucionais presentes e ausentes (BRASIL, 2008, p.3).

Vários autores se referem à heterogeneidade da População em Situação de Rua, acrescentando outras categorias. Silva (2009), afirma que: [...] as pessoas que utilizam a rua como espaço de moradia e sustento possuem características diversas em relação ao tempo de rua, às causas imediatas que as conduziram à situação de rua, às relações que estabelecem com o trabalho antes e após a situação de rua e ao perfil socioeconômico. A população em situação de rua, em sua trajetória de vida, perdeu a garantia de domicílio regular; ao morar na rua, tudo é provisório: onde dormir, onde se alimentar, como sobreviver. Muitas vezes, dormir no mesmo local todas as noites é correr risco de violência, o que leva as pessoas a improvisar espaços que ofereçam maior proteção.

O espaço da rua é lugar também de trabalho, de buscar sustento e renda. Entre as pessoas em situação de rua, encontram-se os catadores de material

reciclável (como já afirmamos) e outros trabalhadores, que, na informalidade, alternam seu dia, realizando algum bico ou trabalho improvisado, sem nenhuma garantia previdenciária. Segundo pesquisa realizada pelo Ministério de Desenvolvimento Social (2008), 88,5% da População em situação de rua não têm acesso a nenhum programa governamental, 47,7% já trabalharam com carteira assinada, 58,6% possuem profissão; 48,4% possuem ensino fundamental incompleto; 69,2% encontram-se entre 18 e 44 anos de idade.

### **3.2 PERFIL DOS MORADORES DE RUA**

De acordo com o relatório do I Encontro Nacional sobre População em Situação de Rua, realizado em 2006, a implementação de estratégias de inclusão produtiva foi considerada fundamental na garantia de condições materiais de vida a essa população, ressaltando que mesmo quando a questão central problematizada não era o trabalho, ela surge articulada à outras necessidades, como alternativa de superar a situação-limite imposta pela vulnerabilização ou, ainda, como elemento que possibilita a autovalorização (BRASIL, 2008). De acordo com SILVA (2009 apud FRAGA, 2011, p. 12), a situação de rua constitui-se como um fenômeno complexo fruto de múltiplos fatores tanto estruturais (ausência de trabalho e renda, ausência de moradia, etc.), quanto biográficos (doenças mentais, consumo de álcool e ou outras drogas, ruptura com os vínculos familiares, etc.) ou ainda, fatores como os desastres em massas (terremotos, inundações e outros).

Confirmando os dados alcançados com a Pesquisa Nacional, os principais motivos que levaram os entrevistados a viver nas ruas forma: o alcoolismo e/ou uso de drogas (35,5%), problemas de desemprego (29,8%); e conflitos familiares (29,1%). As principais causas para são o alcoolismo e a ruptura familiar, de acordo com Giorgetti (2014, p. 187), a opinião que predomina entre os brasileiros é que o alcoolismo constitui o fator desencadeante desse processo. O indivíduo começa a beber, rompe com a família e perde o emprego. Essa maneira de enxergar a trajetória do morador de rua é peculiar, pois atribui aos indivíduos a responsabilidade por sua situação. Eles acabam nas ruas por causa do álcool, isto é, de um problema pessoal que extrapola para as outras esferas da vida. De acordo com Escorel (1999, p. 103), o afastamento da família, elemento fundamental de apoio material, de solidariedades e de referência no cotidiano,

permite uma primeira e basilar configuração da população de rua: é um grupo social que apresenta vulnerabilidade nos vínculos familiares e comunitários. A realidade deste segmento nos permite notar que as pessoas que vivem nas ruas são estão expostas a todo tipo de violência, e por isso lutam por estratégias para sobreviver. Por isso, as políticas públicas voltadas a este segmento são de extrema relevância, para que possam atender realmente à demanda.

### **3.3 POLÍTICAS PÚBLICAS NO BRASIL: CONQUISTAS E RETROCESSOS**

É dever do Estado promover aos moradores de rua o mínimo de proteção e condições fundamentais, para que os mesmos, possam gozar de uma vida digna, garantindo todos os direitos, e a total coibição de obstáculos que o aviltem ou impeçam os mesmos, de estarem dentro da margem da lei. A Política Nacional para a População em Situação de Rua (PNPSR) foi instituída pelo Decreto nº 7.053, de 23 de dezembro de 2009 para: “assegurar o acesso amplo, simplificado e seguro aos serviços e programas que integram as políticas públicas de [...] trabalho e renda” (item I); garantindo ainda (item II) a “formação e capacitação permanente de profissionais e gestores para atuar no desenvolvimento de políticas públicas intersetoriais, transversais e intergovernamentais direcionadas às pessoas em situação de rua”

A Política Nacional para Inclusão da População de Rua preconiza os seguintes princípios: I - Promoção e garantia da cidadania e dos direitos humanos; II - Respeito à dignidade do ser humano, sujeito de direitos civis, políticos, sociais, econômicos e culturais; III - Direito ao usufruto, permanência, acolhida e inserção na cidade; IV - Não-discriminação por motivo de gênero, orientação sexual, origem étnica ou social, nacionalidade, atuação profissional, religião, faixa etária e situação migratória; V - Supressão de todo e qualquer ato violento e ação vexatória, inclusive os estigmas negativos e preconceitos sociais em relação à população em situação de rua (BRASIL, 2008 apud SERAFINO ELUZ, p. 78, 2015).

Para Barbosa (2018), o tratamento do problema público “morar na rua” seria feito de modo mais organizado dentro da política nacional de assistência social, um campo de política pública no seu conjunto recente que, aos poucos,

foi ganhando institucionalidade, legislação própria, definições orçamentárias regulares, normativas para sua implementação em todo o território nacional pelos governos estaduais e municipais. Segundo Carneiro Junior et al. (1998), a população de rua cresce principalmente nos períodos de recessão econômica, neste sentido “[...] tal expressão tem dado maior visibilidade às suas demandas para diferentes setores da área social, tais como: o da assistência social, da saúde, da habitação e da segurança pública”.

Para Argiles (2012) e Silva (2015), o fenômeno de pessoas em situação de rua vem aumentando devido à precarização das relações de trabalho, o desemprego e as transformações econômicas. Toda pessoa em situação de rua tem o direito de ser atendida por uma rede de acolhida e serviços: abordagem de rua, centros de referência, casas de acolhimento, encaminhamento para retirada de documentos e projetos de capacitação, emprego e renda. As políticas públicas em situação de rua no Brasil deverão ser prestadas de forma humanizada, sendo também proibido o recolhimento forçado de bens e pertences, pois todo cidadão terá o dever de comunicar às autoridades qualquer forma de discriminação ou de violação a direitos.

Segundo Resende e Ramalho (2017), apesar da situação de rua esteja na pauta de alguns governos, ainda é geralmente tratada com descaso, e o mesmo se observa na atuação da mídia jornalística, que reforça uma representação pejorativa do grupo. Essa é mais uma forma de violência agregada a tantas outras que sofre esse segmento populacional. Para Hallais e Barros (2015), tal invisibilidade se revela, por exemplo, na falta de documentação necessária para acessar serviços e benefícios sociais que o Estado garante.

O Projeto de Lei nº 1.635/2022 ainda vai ser distribuído às comissões do Senado. Além de instituir um diploma legal específico, a proposição cria o Fundo Nacional da População em Situação de Rua e o Comitê Intersetorial de Acompanhamento e Monitoramento. O projeto considera população em situação de rua o grupo que possui em comum a pobreza extrema, os vínculos familiares interrompidos ou fragilizados e a inexistência de moradia convencional regular. Também considera os que utilizam os logradouros públicos e as áreas degradadas como espaço de moradia e de sustento, de forma temporária ou

permanente, bem como as unidades de acolhimento para pernoite temporário ou como moradia provisória.

A presente Política Nacional faz parte do esforço de estabelecer diretrizes e rumos que possibilitem a (re) integração destas pessoas às suas redes familiares e comunitárias, o acesso pleno aos direitos garantidos aos cidadãos brasileiros, o acesso a oportunidades de desenvolvimento social pleno, considerando as relações e significados próprios produzidos pela vivência do espaço público da rua. Para tanto, vale-se do protagonismo de movimentos sociais formados por pessoas em situação de rua, entre outras ações que contribuam para a efetivação deste processo. A legislação brasileira vigente reconhece e preconiza a família como lugar essencial e privilegiado para o desenvolvimento integral dos indivíduos.

### **3.4 MORADORES DE RUA: UMA QUESTÃO SOCIAL**

A Constituição Federal do Brasil, de 1988, assegura sobre os direitos sociais, no capítulo II, Art. 6º o que: “São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança [...]”. (BRASIL, 2009, p. 16). No entanto, a realidade aponta para a ausência desta isonomia. Fator determinante é o sistema no qual vivemos. O capitalismo dita outras leis. A pessoa que não possui dinheiro, não gera renda e não consome, já está automaticamente fora das benesses sociais. Surge desta forma o morador de rua. Um ex-cidadão. Sujeito apagado do restante da sociedade e receptor de estigmas criados por ela própria. Exposto à miséria, é evidente que seus direitos não são assegurados pelas instituições que têm este objetivo.

Com o avanço do capitalismo, a situação econômica e social de muitos indivíduos foi alterada. Segundo dados da Fundação de Pesquisas Econômicas, somente em São Paulo, 15.905 pessoas vivem nas ruas, esse número retrata bem como a lógica capitalista afetou o processo de exclusão social que vem crescendo cada vez mais. Isso se mantém por conta da falta de assistência governamental e pelo descaso da população que já se habituou a essa questão. Para Aristóteles, a política deve ser utilizada de modo que, por meio da justiça, o equilíbrio seja alcançado. Analogamente, observa-se que o Governo rompe

com essa harmonia, haja vista que, embora a moradia, a alimentação e a saúde sejam direitos básicos garantidos pela Constituição, para os moradores de rua eles lhes são negados.

Na configuração do problema morar na rua as abordagens principais que se estabeleceram para sua regulação no Brasil são repressão, defesa de direitos humanos (Conselho Nacional do Ministério Público, 2015) e assistência social (Presidência da República de Brasil, 2009). Uma quarta abordagem, a do combate às drogas, particularmente ao crack, foi ganhando força na opinião pública e nas ações governamentais e gerou mudanças na imagem do problema. As interpretações como direito social, direito humano e combate às drogas são mais recentes e não eliminaram completamente a repressão ao pobre exposto nas ruas.

Desse modo, evidencia-se a importância da atuação do Estado como forma de combate a problemática. Entende-se, portanto, que a situação dos moradores de rua no país vem agravando-se e marca um intenso fato social. Para atenuar o problema, é preciso que o Governo Federal, em parceria com a Secretaria Nacional de Assistência Social, deve criar programas que promovam reinserção do indivíduo na sociedade, por meio de ações que garantam a moradia, alimentação, saúde, higiene e a proteção para eles, além de aplicar campanhas de abrangência nacional junto as emissoras e as redes sociais, que divulguem a situação dessas pessoas e motivem a ajuda ao próximo, incentivando o senso de coletividade. Dessa forma, será possível minimizar gradativamente esse fato social no Brasil e restaurar o equilíbrio proposto por Aristóteles.

### **3.5 SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA SOCIAL NO BRASIL E MUNICÍPIO DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM/ES**

O Sistema Único de Assistência Social (SUAS) trata-se de um sistema público de caráter não contributivo, tem como objetivo a função de gerir e organizar os programas, serviços e benefícios da Política de Assistência Social no país, e para isso estabelece ligação com entes federados da União, Estados e Municípios de forma descentralizada, a fim de se efetivar conforme a

necessidade do território respeitando as diferenças econômicas, culturais e políticas, seja urbana ou rural. O sistema apesar de ser público, conta também com a oferta de serviços. Pimenta e Silva (2010) ponderam a importância dos programas previstos na Política Pública de Assistência Social mediante a LOAS e o Sistema Único de Assistência Social (SUAS) aos moradores de rua, população altamente vulnerável. Um dos acontecimentos considerados fundamentais para seu avanço foi a organização do SUAS, sob a ótica da reestruturação da proteção socioassistencial e da oferta de serviços socioassistenciais, por meio de um sistema descentralizado e participativo, fatores essenciais à consolidação dessa política (MESQUITA; MARTINS; CRUZ, 2012).

Na política de assistência social há equipamentos destinados a esse público, como os CREAs (Centros de Referência Especializado de Assistência Social) e os Centro Pop (Centros de Referência Especializado para a População em situação de Rua) e não se vincula ao assistencialismo. Os equipamentos são espaços físicos, normalmente ligados a secretaria de assistência social do município ou estado, que estão aptos a receber, acolher e a ajudar as pessoas que se encontram em situação de rua. Existem hoje no Brasil, 2.109 CREAS, sendo 2075 de municipais e 52 regionais. A assistência Social atua com políticas sociais que contribuem para uma melhor qualidade de vida do cidadão, promovendo dignidade e garantia de direitos. O Centro POP (Centro de Referência Especializado para População em Situação de Rua) é um equipamento público vinculado à Proteção Social Especial de Média Complexidade da Assistência Social, onde são ofertados serviços para pessoas em situação de rua.

A Assistência Social como Política Pública busca garantir, em uma de suas diretrizes, a autonomia. Não apenas a partir da inclusão, mas também acolhendo estas pessoas e oferecendo-lhes atendimento digno, como caminho para o reconhecimento enquanto sujeito de direito, rompendo com a lógica inicial dos acolhimentos ao longo da história. (PNAS, 2004). Pimenta e Silva (2010) abordam que o atendimento ao público que vive na rua demanda um conjunto de serviços públicos articulados. Dentre as ações previstas para inclusão

produtiva, as articulações com as políticas locais de fomento ao trabalho, voltadas à capacitação/qualificação, bem como a oferta de informações sobre oportunidade e vagas de trabalho, figuram como possibilidades oferecidas pelo equipamento (BRASIL, 2011). Assim, refletir, organizar e articular estratégias acerca da inclusão produtiva das pessoas em situação de rua torna-se um aspecto relevante do papel dos Centros Pop na organização do acompanhamento desses sujeitos.

Saldanha (2014), constatou que os idosos em situação de rua possuem maiores dificuldades de inserção no mercado de trabalho, tanto formal quanto informal. De modo geral, a inclusão produtiva foi identificada como acesso ao mercado de trabalho formal ou informal e à geração de renda. Considerando-se, diante de uma sociedade em que a inclusão se fundamenta pelo trabalho, os resultados também relacionaram a inclusão produtiva ao pertencimento social. Ferreira (2006) pontua que o processo de saída das ruas não é algo fácil, ao contrário, é permeado de complexidades, sobretudo para aqueles que vivem há muito tempo nas ruas. Este autor ainda salienta que o fenômeno morar na rua é multifacetado, daí a necessidade de políticas sociais abrangentes para atender positivamente as especificidades deste público.

O principal objetivo para a demanda da pessoa em situação de rua é trabalho no processo de saída das ruas, o que para isso necessitamos trabalhara autonomia e emancipação do indivíduo no seu processo de inclusão social, onde a inclusão produtiva ao mercado de trabalho vem de encontro para tal objetivos e metas, sendo elas: ações que visam a inclusão dos usuários no mercado de trabalho (formal ou informal); meio de proporcionar o acesso da população ao mundo do trabalho formal, através de geração de renda e oferta de qualificação profissional; entendemos que para o trabalho na emancipação e autonomia da pessoa em situação de rua o processo de mais sucesso é a inclusão produtiva, pois o usuário passa a se sentir pertencente de fato a sociedade e comunidade onde se localiza.

O Centro de Referência Especializado para População em Situação de Rua (Centro POP) é fruto do decreto presidencial nº 7.053/2009. Segundo a MDS (Ministério do desenvolvimento Social) é uma unidade pública de referência

da proteção Social especial de média complexidade, constituída segundo a Tipificação Nacional de Serviços Socioassistenciais. Portanto, o Centro POP é voltado exclusivamente para à população em situação de rua podendo ser jovens, adultos, idosos e famílias. Tendo a obrigação de oferecer o Serviço Especializado para Pessoas em Situação de Rua e também a unidade poderá proporcionar o Serviço Especializado em Abordagem Social. Em Cachoeiro de Itapemirim/ES, o Centro POP ou “Espaço Vida”, como foi batizado, será um ponto de apoio para pessoas que, conforme a Política Nacional para a População em Situação de Rua, vivam em espaços públicos por pobreza extrema, vínculos familiares fragilizados ou rompidos e não terem moradia convencional regular. No local, elas terão acesso a atendimentos individuais e coletivos com assistente social, psicólogo e pedagogo, oficinas e atividades de convívio e socialização, além de espaços para alimentação, higiene pessoal, limpeza de roupas, guarda de pertences e provisão de documentação.

O serviço poderá ser acessado de forma espontânea, por encaminhamento do Serviço Especializado em Abordagem Social (já realizado em Cachoeiro), por outros serviços da assistência social ou política pública e por órgãos do Sistema Judiciário. O atendimento é destinado a jovens, adultos, idosos e famílias. Para pernoite, os usuários do serviço serão encaminhados para a Casa de Passagem “Santa Tereza de Calcutá”, que é mantida pela Cáritas Diocesana, com apoio da Semdes, e funciona no bairro BNH. Segundo a secretária de Desenvolvimento Social, Maria Aparecida Stulzer, explica que, “Com a implantação do Centro POP, reforçaremos a assistência que já oferecemos à população em situação de rua, por meio das abordagens sociais. Será um espaço de referência para o convívio social e o desenvolvimento de relações de solidariedade, afetividade e respeito. Em articulação com órgãos de diferentes áreas, realizaremos ações que incentivem o protagonismo e a participação social dessas pessoas, de modo a ajudá-las no processo de superação da situação de rua”. Onde se concentram essas pessoas? Segundo Silva (2006) aponta lugares como, abrigos, albergues, repúblicas oferecidas por organizações públicas ou privadas, ainda estão concentradas nas ruas, viadutos, praças, entre outros pontos.

Vinculado à Secretaria de Estado de Economia e Planejamento (SEP) do Espírito Santo, o Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) tem como finalidade produzir conhecimento e subsidiar políticas públicas através da elaboração e implementação de estudos, pesquisas, planos, projetos e organização de bases de dados estatísticos e georreferenciados, nas esferas estadual, regional e municipal, voltados ao desenvolvimento socioeconômico do Espírito Santo. No Estado do Espírito Santo, não existem dados precisos acerca da quantidade de pessoas em situação de rua, conforme explica o Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN). No Município de Cachoeiro de Itapemirim-ES, segundo dados do Ministério de Desenvolvimento Social (MDS) referente ao mês de agosto de 2019, estão cadastrados no programa Cadastro Único do Governo Federal (CADÚNICO), 107 famílias em situação de rua, sendo que 70 são beneficiárias do programa Bolsa Família. A atualização quantitativa de moradores em situação de rua no município para o ano vigente, ainda não é preciso, segundo informações repassadas pela secretaria de assistência social.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O interesse em investigar o fenômeno de pessoas em situação de rua tem sido crescente no Brasil. As pesquisas, apresentam-se preocupadas em construir informações e contribuir para a produção de ações a elas direcionadas. Mas apesar disso, evidenciamos que se faz necessário o investimento em mais investigações que produzam conhecimentos e informações contextualizadas, coerentes e humanizadas, bem como indicadores para construção de uma política de direitos a essa população. A população em situação de rua no Brasil não apenas cresceu em ritmo avassalador com a crise econômica e social do país em meio à pandemia, nos últimos dois anos, mas também mudou drasticamente de perfil. De acordo com pesquisas acadêmicas recentes e informações do Movimento Nacional da População de Rua (MNPR), as mulheres, e conseqüentemente crianças, passaram a ser um contingente bastante expressivo dessa população.

Para a participação nas ações de inclusão com sucesso, os resultados demonstraram que são desejados atributos como o interesse e a motivação,

entendendo que o trabalho não pode ser tratado como elemento obrigatório para população em situação de rua, mas como um desejo e escolha individual, devendo ser incentivado diante desses aspectos. Existem, diversas barreiras a serem superadas para a inclusão produtiva das pessoas em situação de rua, englobando fatores individuais e sociais, fatores históricos e excludentes, como o preconceito, a discriminação e a falta de oportunidades a este grupo populacional e os problemas de saúde mental, especialmente aqueles associados ao uso abusivo de substâncias, também precisam ser tensionados para a efetiva inclusão social e suporte integral a esses sujeitos.

É fato que a exclusão social, o preconceito, a violência está inserida no dia a dia dessas pessoas, além do uso de álcool e outras drogas, que na maiorias vezes, auxiliam no enfrentamento das dificuldades do cotidiano, ou seja, servem como uma válvula de escape, para as dores, os sofrimentos, as humilhações sofridas ao longo dos dias. E devido esses motivos, as pessoas em situação de rua, representam o perigo, despertam medo, revolta, e poucos são os que realmente se importam e querem ajudar. Portanto, esta descrição histórica e socioassistencial da população em situação de rua, aqui apresentada de forma sintética, mas de cunho informativo, propicia desmistificar e desestereotipar esta população na sociedade brasileira. Como também discutir e dialogar com a sociedade em geral, caminho possível a serem trilhados para o melhoramento das políticas públicas voltada a este público estudado

No entanto, entender que o morador de rua tem a autonomia de permanecer na rua, caso queira, não implica a desassistência a este público, ao contrário, o que se defende é a materialização de políticas públicas eficientes para atender suas especificidades. O debate deve ser direcionado para a garantia de direitos e qualidade de vida do morador de rua, mediante respeito a suas trajetórias de vida e escolhas, fortalecendo a capacidade de empoderamento e autonomia destes sujeitos.

## 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argiles, M. S. (2012). **População adulta em situação de rua: Da invisibilidade social ao direito a ter direitos (dissertação)**. Universidade Católica de Pelotas, Pelotas, RS, Brasil.

BARBOSA, J. C. (2018). **Implementação das políticas públicas voltadas para a população em situação de rua: desafios e aprendizados** Dissertação de Mestrado. Brasília, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

BOCCATO, V. R. C. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

\_\_\_\_\_. **Política Nacional de Assistência Social – PNAS**. Brasília, 2004

\_\_\_\_\_. **Política nacional para inclusão social da população em situação de rua Brasília, 2008a**

\_\_\_\_\_. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Pesquisa nacional à população de rua**. Brasília: MDS, 2008.

\_\_\_\_\_. **Constituição Federal do Brasil – atual. Até a Emenda Constitucional no 57**, de 18/12/2008. – São Paulo: Editora Escala, 2009.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. **Política Nacional para População em Situação de Rua. Decreto 7.053 de 23 de dezembro de 2009**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/decreto/d7053.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d7053.htm) Acesso em 29/08/2022

\_\_\_\_\_. Governo Federal. **Tipificação Nacional de Serviços Socioassistenciais**. Resolução 109, de 11 de novembro de 2009. Diário Oficial da União. Brasília, 2009

\_\_\_\_\_. **Orientações técnicas: centro de referência especializado para população em situação de rua (centro pop) e serviço especializado para pessoas em situação de rua**. Brasília, 2011.

\_\_\_\_\_. Senado Federal. **Proposta de Emenda à Constituição nº 43, de 2019**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/08/01/senado-vai-avaliar-criacao-do-estatuto-da-populacao-em-situacao-de-rua>. Acesso em: 28/09/2022

CARNEIRO JUNIOR, Nivaldo et al. **Serviços de saúde e população de rua: contribuição para um debate.** Saúde e Sociedade, v. 7, n.2, p. 47-62, 1998.

CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO. **Guia de Atuação Ministerial: defesa dos direitos das pessoas em situação de rua.** Brasília, 2015. Disponível em: <https://www.cnmp.mp.br/portal/publicacoes/245-cartilhas-e-manuais/8969-guia-de-atuacao-ministerial-defesa-dos-direitos-das-pessoas-em-situacao-de-rua>. Acesso em 03/11/2022.

ESCOREL, Sarah. Vidas ao Léu. **Trajetórias de Exclusão Social.** Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 1999.

FERREIRA, N. S. A. (2002). **As pesquisas denominadas “estado da arte”**. *Educação & Sociedade*, 9(1), 257-272.

FERREIRA, Frederico Poley Martins. **População em situação de rua, vidas privadas em espaços públicos: o caso de Belo Horizonte 1998–2005**. Belo Horizonte: Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado de Minas Gerais, 2006.

FRAGA, Patrícia. **A rua de todos: um estudo acerca do fenômeno população em situação de rua e os limites e possibilidades da rede de proteção no município de Florianópolis**. 2011. 95 f. Monografia em Serviço Social. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

\_\_\_\_\_, A.C, **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3<sup>o</sup> ed. SP. Athas, 1996.

GIORGETTI, Camila. **Moradores de rua: uma questão social?** São Paulo: Educ, 2014.

HALLAIS, J.; BARROS, N. **Consultório de rua: visibilidades, invisibilidade e hipervisibilidade**. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 31, n. 7, jul. 2015.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Censo Brasileiro de 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

IPEA. 2016. **Estimativa da População em Situação de Rua no Brasil**.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES. Estado do Espírito Santo. **Desenvolvimento social**. Disponível em: <http://www.ijsn.es.gov.br/> Acesso em 10/09/2022.

MESQUITA, A.C.S; MARTINS, R.F; CRUZ, T.M.E. da. **Cofinanciamento e responsabilidade federativa na política de assistência social**. Texto para Discussão 1724. Ipea, Rio de Janeiro: 2012.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo; SILVA, Cláudia Lúcia. **Moradores de rua e realidade social contemporânea: subsídios para intervenções no município de Taubaté (SP)**. Revista Brasileira de gestão e Desenvolvimento Regional, v. 6, n. 3, 2010.

PREFEITURA DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM/ES. **Desenvolvimento social**. Disponível em: <https://www.cachoeiro.es.gov.br/desenvolvimento-social-semdes/> Acesso em 10/09/2022.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA DE BRASIL. **Decreto N° 7.053 de 23 de dezembro de 200g. Institui a Política nacional para a população em situação de rua e seu Comitê Intersectorial de Acompanhamento e Monitoramento, e dá outras providências**. Brasília, 2009.

RESENDE, Ramalho, Ingrid da Silva. 2017. **Representação midiática da violação de direitos e da violência contra pessoas em situação de rua no Correio Web**. Calidoscópico, 15 (3): 529-541.

SALDANHA, R. M. B. (2014). **Dormitório urbano: “Uma problemática social (in)sustentável” (dissertação)**. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

SANTOS, Gersiney Pablo. 2017. **A voz da situação de rua na agenda de mudança social no Brasil - um estudo discursivo crítico sobre o Movimento Nacional da População em Situação de Rua (MNPR)**. Tese (Doutorado em Linguística). Brasília: Universidade de Brasília.

SERAFINO, Irene; LUZ, Lila Cristina Xavier. **Políticas para a população adulta em situação de rua: questões para debate**. Rev. katálysis, Florianópolis, v. 18, n. 1, p. 74-85, Jun 2015.

SILVA, M. L. L;. **Mudanças recentes no mundo do trabalho e o fenômeno população em situação de rua no Brasil 1995-2005**. Dissertação (Mestrado em

Serviço Social). Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

\_\_\_\_\_, M. L. L. **Trabalho e população em situação de rua no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009.

SILVA, P. M. F. (2015). **Pessoas em situação de rua em Recife: Cidadania através do trabalho como uma alternativa (dissertação)**. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil.

ZOLTOWSKI, A. P. C., Costa, A. B., Teixeira, M. A. P., & Koller, S. H. (2014) Qualidade metodológica das revisões sistemáticas em periódicos de psicologia brasileiros. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 30(1), 97.

## PERCEPÇÃO DO ESCRITÓRIO CONTÁBIL SOBRE FALHAS NA FISCALIZAÇÃO DO MEI

Ana Rafaela Deolindo Xavier<sup>1</sup>, Gregório Ribeiro da Silva<sup>1</sup>, Karinne Larissa dos Santos<sup>1</sup>, Samuel Potin<sup>2</sup>.

1- Acadêmicos do Curso de Ciências Contábeis da Multivix.

2- Mestre em Ciências Contábeis – Professor Multivix - Serra

### RESUMO

Este trabalho objetiva identificar as principais irregularidades que ocorrem com os microempreendedores individuais (MEI) em razão da ausência de fiscalização por parte dos órgãos competentes. A categoria representa a maior parte das empresas em atividade no país e apresentou crescimento desde a sua criação no ano de 2008. Buscou-se estudar as irregularidades sob a perspectiva de um escritório de contabilidade localizado no interior do Estado do Espírito Santo. Para tanto, realizou-se entrevista semiestruturada e aplicou-se questionário. Compreendeu-se que as principais irregularidades decorrentes da falta de fiscalização foram a omissão de receitas, a violação do limite de faturamento e a sonegação de impostos. Verificou-se que a ausência de fiscalização também contribui para a ocorrência de irregularidades nas áreas administrativa e trabalhista. Identificou-se que a atuação do contador é de grande auxílio para o cumprimento das obrigações principais e acessórias pelos MEIs.

Palavras-chave: microempreendedor individual, irregularidades, fiscalização, contador, contabilidade.

### INTRODUÇÃO

Sabe-se que a legislação brasileira oferece diversos tipos societários para a organização legal da atividade empresarial. Uma das opções é o microempreendedor individual, comumente referido pela sigla MEI, modalidade direcionada a atividades de pequeno porte e a um limite máximo de faturamento. Como o próprio nome indica, o microempresário individual tem natureza jurídica de empresário singular ou individual, conforme redação estabelecida pelo artigo 966 do Código Civil Brasileiro, Lei Federal nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, que considera empresário aquele que atua de forma

profissional e organizada em atividade econômica voltada à produção ou à circulação de bens e serviços (FAZIO JÚNIOR, 2020).

O marco legal do microempreendedor individual foi introduzido pela Lei Complementar nº 128, de 19 de janeiro de 2008, com vigência a partir de 01 de

janeiro de 2009, ao produzir alterações no Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Em linhas gerais, à figura do microempreendedor individual dá-se a opção de recolher, independente da receita bruta auferida, impostos e contribuições de forma mensal e fixa (BRASIL, 2006).

A legislação estabelece ainda, para enquadramento como microempreendedor individual, o limite de receita bruta para o ano de 2022 na ordem de R\$ 81.000,00 ou R\$ 6.750,00 por mês na hipótese que o início das atividades ocorra no curso do ano. Exige-se ainda a opção pelo Simples Nacional, a não participação em outra empresa como sócio ou titular e a possuir no máximo um funcionário com carteira assinada e que receba um salário mínimo vigente ou o piso da categoria (BRASIL, 2006). Associado tais requisitos destaca-se o benefício concedido pela legislação quanto ao pagamento de tributos. Impõe-se ao microempreendedor individual o recolhimento de um valor fixo mensal composto de R\$ 60,60 a título de contribuição para a Seguridade Social, atualizada anualmente de acordo com o salário mínimo, de R\$ 1,00 na hipótese de ser contribuinte do ICMS e de R\$ 5,00 caso seja contribuinte do ISS.

De acordo com o que expõe Venosa (2020), a atualização da legislação do país com a criação do MEI foi reflexo de um esforço de modernização, de forma a estabelecer a simplificação de obrigações, a dispensa de determinadas formalidades e de escrituração na forma mercantil, exceto escrituração simplificada e resumida e a elaboração e manutenção de livro caixa. Por meio das mudanças legislativas buscou-se oferecer oportunidades de formalização de negócios e incentivos para o trabalho legalizado.

Nas discussões ocorridas no Congresso Nacional durante a tramitação do projeto de lei do MEI, destacou-se que a criação da microempresa individual resgataria aproximadamente 4 a 5 milhões de brasileiros da informalidade econômica, que por meio de uma contribuição mensal seriam incluídos como cidadãos (BRASIL, Câmara dos Deputados, 2007). Nesse sentido, Fabretti (2018) atribuiu à figura do microempreendedor individual a característica de uma autêntica política pública.

Buscou-se oportunizar a uma gama de pequenos empreendedores não somente a formalização de suas atividades, mas principalmente a inclusão social e previdenciária. É o que efetivamente se constata de uma análise do regramento legal do microempreendedor individual. Além das diversas facilidades trazidas pela legislação, como enquadramento no regime de recolhimento simplificado de tributos, isenção de tributos federais, facilidade de abertura de contas bancárias e demais incentivos inerentes ao próprio negócio, o microempreendedor individual se torna segurado da Previdência Social mediante uma pequena contribuição, passando a ter direito a benefícios de natureza previdenciária, como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria, entre outros.

Embora não se possa negar o caráter de política pública por trás da figura do microempreendedor individual, trata-se igualmente de um ator econômico importante que desempenha o seu papel nas relações comerciais e produtivas do país. A Agência Brasil, veículo de comunicação do Governo Federal que compõe a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), estima que quase 70% das empresas em atividade no país em 2022 são formadas por microempreendedores individuais, existindo 13.489.017 MEI no país em um universo de 19.373.257 empresas ativas (MÁXIMO, 2022).

Esse grande número de microempreendedores existentes sinaliza o sucesso da política de inclusão social e de desburocratização, mas igualmente revela o desafio dos entes públicos responsáveis em fiscalizar esses pequenos empreendedores pulverizados por todo o país. Como todos os outros tipos empresariais, o microempreendedor submete-se à fiscalização pelos três entes federativos, uma vez que pode figurar como contribuinte de tributos e contribuições que são da competência da União, de Estados e de Municípios.

Notícias divulgadas por algumas Secretarias Estaduais de Fazenda indicam que a fiscalização do microempreendedor individual ainda é fragmentária e dependente de cruzamento de informações entre os entes federativos. A Secretaria da Fazenda do Estado do Espírito Santo divulgou que desde o início de 2022 impediu o exercício de 267 contribuintes como microempreendedores individuais, ressaltando que a principal irregularidade seria a utilização da modalidade para sonegar, reduzir impostos a pagar e omitir receita (SEFAZ ES, 2022b). No Estado do Ceará, em uma operação promovida pela Secretaria da Fazenda e pelo Ministério Público Estadual no ano de 2021, chegou-se a identificar diversas irregularidades, entre as quais a existência de microempreendedores individuais com movimentação financeira muito superior ao teto

permitido de R\$ 81.000,00 (MONTEIRO, 2021).

Em acréscimo a tal perspectiva, a experiência cotidiana de um escritório de contabilidade em seu relacionamento com diversos clientes microempreendedores individuais oferece relevantes indicativos que sinalizam a existência de falhas na fiscalização dessa modalidade empresarial por parte dos entes públicos. Trata-se de tema relevante para a ciência contábil, tendo em vista que o MEI, de acordo com o que foi visto anteriormente, é o principal modelo jurídico brasileiro à disposição para pequenos empreendedores. Dificilmente um escritório de contabilidade de uma pequena ou média cidade não possuirá um MEI entre seus clientes.

Dessa forma, elegeu-se como problema de pesquisa: quais seriam as principais irregularidades que resultam da falta de fiscalização dos microempreendedores individuais? Como objetivo do presente estudo estabeleceu-se identificar as principais irregularidades que ocorrem com o regime tributário do microempreendedor individual em razão da falta de fiscalização correta, eficaz e tempestiva por parte dos órgãos competentes. Isso se dará por meio de um estudo de caso da perspectiva de um escritório de contabilidade que presta serviço a diversos microempreendedores individuais.

A principal motivação que orienta o presente artigo é a preocupação pela falta de fiscalização por parte da Receita Federal do Brasil, das Secretarias de Fazenda dos Estados e das Secretarias Municipais de Finanças. De acordo com o que já foi mencionado, quando da criação do microempreendedor individual estimava-se retirar da informalidade cerca de 4 a 5 milhões de pequenos empreendimentos, e chega-se, no segundo semestre de 2022, a um total de mais de 13 milhões de inscritos na modalidade. Os órgãos governamentais comumente chamam atenção para tais números como sinal de sucesso da política pública de formalização, registrando que não haveria dificuldades para a abertura de empresas no Brasil e que seria um sinal do desejo das pessoas de empreender (MÁXIMO, 2022).

No entanto, tal visão expõe apenas um lado da questão, pois ignora a falta de fiscalização desses pequenos empreendedores, exatamente o foco do presente estudo. Diante da facilidade de abertura e de manutenção de uma atividade como microempreendedor individual, e por ser uma figura jurídica relativamente recente, os escritórios de contabilidade estão vendo de perto um possível problema em crescimento.

## **METODOLOGIA**

Quanto aos aspectos metodológicos, será utilizado no presente artigo um estudo de caso. O objeto de análise constitui-se das percepções de um escritório de contabilidade sobre as falhas na fiscalização de microempreendedores individuais. Se há irregularidades que ocorrem no dia-a-dia do MEI, a investigação se concentrou na identificação dessas irregularidades e como elas se relacionam com as deficiências na fiscalização.

Inicialmente realizou-se uma pesquisa bibliográfica acerca da natureza jurídica e das principais características e regras do microempreendedor individual, buscando-se entender as razões pelas quais houve criação dessa figura jurídica por parte do legislador. Uma pesquisa de tal natureza visa extrair conhecimento das mais diversas obras e fontes, permitindo ao leitor a investigação de determinado assunto e assim alcançar o saber (FACHIN, 2017). Entende-se que a presente pesquisa se constitui como do tipo aplicada,

pois visa identificar aspectos práticos relacionados à atividade do microempreendedor individual com a prevalência de uma análise empírica e com a apresentação de resultados que podem ser utilizados na solução de problemas que existem na realidade (LAKATOS, 2021). Quanto à forma de abordagem do problema, a pesquisa foi de natureza qualitativa, extraindo-se do problema de pesquisa uma análise dos impactos da falta de fiscalização da figura do microempreendedor individual. Trata-se de um método de abordagem no qual se interpreta um fenômeno e se busca atribuir um significado a esta ocorrência no ambiente natural (MATIAS-PEREIRA, 2019).

No que tange aos objetivos, o presente estudo de caso enquadra-se como uma pesquisa exploratória-descritiva, pois busca levantar e entender a visão de um escritório de contabilidade no que se refere à falta de fiscalização dos microempreendedores individuais por parte dos entes públicos. De acordo com LAKATOS (2021), a pesquisa exploratória-descritiva combinada visa descrever determinado fenômeno ou ocorrência, geralmente por meio do estudo de um caso e que envolva análises teóricas e empíricas, não se exigindo, nessa modalidade, extremo rigor na amostragem, vez que se prefere valorizar o caráter representativo sistêmico.

A coleta e a análise de dados ocorreram com a utilização de duas técnicas: realização de entrevista semiestruturada e aplicação de questionário. A entrevista é uma técnica de coleta de dados que visa obter informações de um entrevistado a respeito

de um tema ou questão, podendo ser estruturada ou não estruturada, de acordo com a existência ou não de um roteiro prévio (MATIAS- PEREIRA, 2019). O questionário também objetiva a coletar dados, porém se constitui de uma lista ordenada de perguntas a serem respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador (LAKATOS, 2021). Inicialmente foi realizada uma entrevista semiestruturada com o contador responsável pelo escritório de contabilidade de forma a identificar e entender as principais irregularidades observadas no conjunto dos microempreendedores individuais atendidos pelo escritório. Dentro do referido universo extraiu-se um caso específico como objeto de observação e estudo de caso, que oportunizou o aprofundamento da análise por meio de um questionário, cujas respostas ilustraram as irregularidades mais comuns que ocorrem nos microempreendedores individuais e como elas se relacionam com a falta de fiscalização.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

O estudo de caso objeto do presente artigo foi realizado em um microempreendedor individual do ramo do comércio varejista de roupas localizado na região serrana do Estado do Espírito Santo, na cidade de Marechal Floriano. A identificação desse microempreendedor individual se deu com base em uma entrevista semiestruturada realizada com o contador responsável pelo escritório de contabilidade Klein Assessoria Contábil Ltda. O escritório atua há mais de dois anos atendendo clientes na cidade de Marechal Floriano, e conta com uma equipe de duas pessoas.

Na análise das respostas à entrevista constatou-se que o escritório de contabilidade assessora atualmente 17 (dezessete) microempreendedores individuais, sendo preponderante atividades relacionadas ao comércio, como minimercado e comércio de roupas. Entre os microempreendedores da área de prestação de serviços informou-se a existência de profissionais como pedreiro, mecânico e marceneiro. Quanto às principais irregularidades observadas nos microempreendedores individuais, o contador respondeu que se relacionam como limite de faturamento da modalidade do MEI, com a não segregação de movimentação financeira entre o titular e a pessoa jurídica e com a inobservância das regras pertinentes aos diretos trabalhistas. Apontou-se ainda a existência de um caso de tentativa de desvio de finalidade na utilização da figura do microempreendedor individual visando tão somente a fruição de benefícios previdenciários. Foi explicado também que a maioria dos microempreendedores individuais não possuíam assessoria contábil antes de se tornarem clientes da Klein

Assessoria Contábil Ltda.

Na segunda etapa da pesquisa aplicou-se um questionário, por meio do qual procurou-se levantar detalhes sobre a ocorrência das irregularidades especificamente no microempreendedor individual ABC Vestuário, nome fictício atribuído para fins do presente estudo. Na primeira parte das indagações buscou-se traçar uma caracterização do microempreendedor, sendo informado que a ABC Vestuário se inscreveu junto ao CNPJ na data 12/02/2020 com capital social no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais), optando pelo regime tributário SIMEI. Sua principal atividade era o comércio de roupas femininas em geral, acessórios como bolsas e cintos e alguns modelos de calçados, sendo estabelecida em um pequeno ponto comercial alugado no centro de Marechal Floriano/ES.

A primeira pergunta dessa seção foi sobre os motivos que levaram ao microempreendedor a buscar o escritório de contabilidade. Identificou-se que no dia 01/09/2021 o principal fornecedor da ABC Vestuário informou que somente poderia dar continuidade na parceria comercial se houvesse o enquadramento em outra natureza jurídica que não microempreendedor individual e a obtenção de inscrição estadual. Colheu-se também a informação que visando agilidade no atendimento da solicitação, uma vez que o empreendedor necessitava continuara comprar mercadorias para manter o giro de seu negócio, o desenquadramento deu por meio da inclusão de mais um sócio no quadro societário da empresa, descaracterizando o empreendimento individual.

Sobre a referida ausência de inscrição estadual, pontua-se que havendo o exercício de atividade por meio da qual o microempreendedor seja sujeito passivo do ICMS seria recomendável que a inscrição estadual ocorresse ou fosse exigida pelos órgãos de fiscalização de forma concomitante ou imediatamente após o cadastro junto ao CNPJ, de modo a inserir no âmbito das Secretarias Estaduais da Fazenda esses novos inscritos e colocá-los desde o início sob algum mecanismo fiscalizatório. A inscrição estadual pode ser considerada a identificação da regularidade do estabelecimento perante os fiscos estaduais, facilitando, entre outros aspectos, a aquisição de mercadorias de outras unidades da federação. Nesse particular, é importante pontuar que as lacunas ou até mesmo a demora por parte das Secretarias das Fazendas estaduais prejudica a fiscalização e leva à ocorrência de irregularidades. Tome-se como exemplo o fato de a Secretaria da Fazenda do Estado do Espírito Santo somente em 04 de abril de 2022 ter possibilitado aos MEIs a realização de inscrição estadual e emissão de nota fiscal (SEFAZ ES, 2022a).

Na seção seguinte de perguntas interpelou-se o contator sobre como houve a constatação das irregularidades na ABC Vestuário na condução usual de seus negócios como microempreendedor individual. Notou-se na resposta a tal pergunta que no decorrer do processo de desenquadramento e de elaboração de um novo contrato social o contador pode analisar diversos documentos da ABC Vestuário e realizar reuniões com a titular do empreendimento, e assim constar como eram realizadas as rotinas administrativas e contábeis. O contador indicou que encontrou diversas irregularidades na ABC Vestuário, especificando em sua resposta que a principal irregularidade consistiu na inobservância do limite de faturamento do microempreendedor individual.

Solicitado a detalhar a irregularidade, o contador informou que no caso da ABC Vestuário os créditos lançados na conta corrente da empresa indicaram que houve violação ao limite permitido pelo MEI. Em resposta foi ainda esclarecido que se chegou a tal conclusão por meio da análise extratos bancários, pois a ABC Vestuário não possuía todas as notas de compra e também não emitia nota fiscal de venda de mercadorias.

Como se observa, no caso específico da ABC Vestuário constatou-se a ocorrência de desrespeito ao limite de faturamento do microempreendedor por meio da verificação da movimentação bancária. Considerando que esse expediente, via de regra, é vedado às administrações tributárias, em razão da garantia constitucional e legal de sigilo dados bancários (BRASIL, 1988 e 2001), verifica-se uma efetiva e real dificuldade por parte dos órgãos fiscalizadores em monitorar os contribuintes que violam o limite legal.

Em teoria, a ferramenta para as administrações tributárias monitorarem o faturamento dos microempreendedores individuais se daria por meio do Relatório Mensal de Receitas Brutas e da Declaração Anual Simplificada (DASN- Sime), instrumentos previstos, respectivamente, no artigo 106 e 109 da Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018 (COMITÊ GESTOR DO SIMPLES NACIONAL, 2018), principal regramento atinente ao MEI.

No entanto deve ser observado que tais obrigações acessórias são preenchidas e declaradas pelo próprio microempreendedor e que não há a exigência de emissão de documento fiscal, salvo se o destinatário do produto ou serviço estiver escrito no CNPJ (COMITÊ GESTOR DO SIMPLES NACIONAL, 2018). Desse modo, nota-se não somente a ausência de controle de faturamento da modalidade como também de instrumentos para a realização desse monitoramento. Como revelou o presente estudo

de caso, muitos microempreendedores não emitem nota fiscal e inserem informações nas declarações que não condizem com a realidade financeira e com movimentação bancária, omitindo assim as receitas auferidas que transitam normalmente pela conta corrente ou recebidas em espécie. Foi observado ainda que muitos não elaboram o Relatório Mensal de Receitas Brutas, como preconizado no regulamento.

O que é possível extrair dos achados de pesquisa é que há uma ausência de instrumentos adicionais de cruzamento de dados à disposição dos órgãos fiscalizadores, ou ainda que esse cruzamento de dados não alcança de forma satisfatória, até o momento, os contribuintes que recolhem menos impostos, como os microempreendedores. Sabe-se que a Receita Federal do Brasil monitora e compartilha a movimentação de operações de cartões de crédito, nos termos da Instrução Normativa SRF n. 341/2003 (RECEITA FEDERAL DO BRASIL, 2003). Muito embora atualmente tenha havido a popularização dos cartões de crédito, tem-se como hipótese que muitos microempreendedores ainda não recorrem de forma massiva à modalidade, em razão dos custos e taxas envolvidos, bem como devido à natureza das atividades desenvolvidas pelos MEIs.

Relevante esclarecer que perguntado a tal respeito, o escritório de contabilidade informou que, com base nos microempreendedores que assessora, a utilização de cartões de crédito como meio de pagamento foi mais observada nos segmentos de comércio com maior fluxo de consumidores, como os minimercados. No caso específico da ABC Vestuário, o empreendimento aceitava cartões de crédito como meio de pagamento, mas como não havia o assessoramento de um contador, a titular não tinha ciência de que era necessário entregar a Declaração de Imposto sobre a Renda Retido na Fonte (DIRF), em razão dos pagamentos da taxa de serviço efetuados à administradora de cartão de crédito, já que o empreendimento obteve faturamento acima de R\$60.000,00 como previa o parágrafo único do artigo 15 da Instrução Normativa nº1915, de 27 de novembro de 2019 (RECEITA FEDERAL DO BRASIL, 2019). A

declaração DIRF do microempreendedor somente foi entregue em 2022 referente ao ano de 2021, sendo que os anos anteriores não foram entregues.

Ainda sobre a possibilidade de cruzamento de dados que os diferentes meios de pagamento oferecem, seria interessante observar, por ocasião de futuros estudos, o efeito do aumento no número de transações financeiras por meio de pagamento eletrônico instantâneo, como o PIX e outras modalidades análogas. Tendo em vista se

tratarem de ferramentas gratuitas e de grande apelo popular, seria razoável avaliar como o crescimento e a popularização de operações financeiras dessa natureza podem representar no futuro próximo um instrumento adicional de monitoramento para os órgãos fiscalizadores, fazendo com que se melhore a fiscalização dos microempreendedores individuais e por consequência inibir a ocorrência de irregularidades na modalidade. Essa perspectiva coloca-se efetivamente como uma realidade atual e concreta, uma vez que em 2023 as operações realizadas via meio eletrônico instantâneo de pagamentos passarão a ser informadas pelas instituições financeiras às Secretarias das Fazendas, conforme prevê o Convênio ICMS nº 50, de 7 de abril de 2022 (CONFAZ, 2022).

Em perguntas subsequentes nesta mesma seção do questionário indagou-se quanto à ocorrência de outras irregularidades além da principal, e em caso positivo, que fosse oferecido um detalhamento dos apontamentos. O contador informou que também constatou o atraso no pagamento das guias de recolhimento do MEI. Foi respondido de forma adicional que desde a sua abertura no ano de 2020 a ABC Vestuário não havia efetuado pagamentos de suas obrigações fiscais, fazendo com que no ato do desenquadramento fossem geradas as guias atualizadas e efetuados pagamentos no valor total de R\$ 1.051,72 com acréscimos de multa e juros. Sobre esta inconsistência em específico, nota-se uma falha por parte da fiscalização no que tange ao acompanhamento do cumprimento de uma obrigação principal, qual seja, o pagamento dos impostos devidos. Observou-se que o microempreendedor realizou atividades por mais de doze meses sem pagar nenhuma guia de tributos, e mesmo assim tinha sua situação considerada regular.

No mesmo seguimento de perguntas o contador constatou a ocorrência de violação ao Princípio da Entidade, respondendo que a ABC Vestuário não realizava a separação financeira entre a pessoa física titular do MEI e a pessoa jurídica, efetuando recebimentos e pagamentos pertinentes a cada pessoa em uma única conta bancária. Como explica Iudícibus (2021), o referido princípio estabelece a existência de uma distinção entre a entidade contábil, comumente a empresa, e os sócios que a compõem, devendo a contabilidade empreender o devido esforço e cautela para separar o que é cabível aos sócios e o que é da entidade.

Uma irregularidade de tal natureza dificulta não somente a escrituração contábil, mas também prejudica a apresentação de resultados de uma entidade, pois há uma mescla entre as operações, receitas, despesas, não se sabendo qual das entidades

estaria a dar lucro ou prejuízo. Muito além do descontrole, mistura de contas pode acarretar problemas futuros com a Receita Federal do Brasil. Em sua resposta ao questionário o contador esclareceu que orientou a abertura de duas contas e informou que os valores deveriam ser retirados pela pessoa física somente em casos de lucros ou pró-labore.

No prosseguimento do questionário, outra irregularidade citada pelo contador indicou irregularidade na contratação de funcionários. No detalhamento de tal item foi respondido que existia uma funcionária trabalhando na loja que não estava ativa no quadro de funcionários com todos os benefícios e direitos prescritos pela Consolidação das Leis do Trabalho. Nesse ponto, o presente estudo de caso evidenciou que a ausência de atuação mais próxima e efetiva das fiscalizações do Ministério do Trabalho tem contribuído para que irregularidades dessa natureza ocorram. Informou-se ainda que a contabilidade recebeu em seu escritório um microempreendedor individual que possuía em seu estabelecimento uma funcionária trabalhando sem carteira assinada. Devido a uma fiscalização realizada pelo Ministério do Trabalho foi efetuada uma notificação concedendo prazo para a admissão retroativa da funcionária e o pagamento dos direitos trabalhistas.

Nota-se que além da facilidade de abertura de empresa, o MEI também garante aos titulares e familiares, quando for o caso, a fruição de benefícios previdenciários como auxílio doença, auxílio maternidade e aposentadoria. Para os microempreendedores individuais a condição de segurado junto ao INSS ocorre por um custo bem menor que os demais tipos de segurados. Enquanto as categorias como empregado, empregado doméstico e trabalhador avulso se submetem a alíquotas que vão de 7,5% a 14%, e contribuintes individuais podem ter alíquotas de 11% e até mesmo 20%, os microempreendedores individuais possuem uma alíquota de 5% (MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2022).

Inicialmente, essa diferença entre as alíquotas conduziu a uma hipótese de que algumas pessoas tentariam se aproveitar da falta de fiscalização para obter benefícios previdenciários de forma irregular, desvirtuando a finalidade precípua do microempreendedor. Tendo em vista a ausência de fiscalização verificada no presente estudo, e a ocorrência com frequência de irregularidades como omissão de receita e demora na constatação de inadimplementos de impostos, aventou-se a hipótese de fundado risco de desequilíbrio na parcela do sistema previdenciário que diz respeito especificamente aos microempreendedores individuais, já que haveria, a um lado,

menor contribuição por parte desses segurados, e por outro lado, e a obtenção dos mesmos benefícios que outros segurados que contribuem com alíquotas maiores.

Analisando tal aspecto, verificou-se que a hipótese de desequilíbrio previdenciário suscitada, em princípio, não se revelaria fundada, carecendo de todo modo de estudos complementares para uma análise da representatividade e da inadimplência dos MEIs no contexto dos benefícios e do custeio da Previdência Social. Para fins de simples cotejo das alíquotas suscitada anteriormente, é relevante pontuar que os recolhimentos previdenciários realizados pelos MEIs na alíquota de 5% não garantem o direito à aposentadoria por tempo de contribuição, sendo necessária, para a obtenção dessa espécie de benefício, a complementação das contribuições de forma que alcancem 20% sobre o salário mínimo, conforme prevê o artigo 21, § 2º, inciso II, alínea “a” e §3º da Lei Federal nº 8.212/1991 e artigo 9º, § 1º, da Lei Federal nº 8.213/1991 (BRASIL, 1991a e 1991b).

Ressalta-se a existência de um projeto de lei em andamento, a saber, Projeto de Lei Complementar nº 108/2021, que objetiva aumentar o faturamento anual do MEI para R\$ 130.000,00 e permitir a contratação de até 2 (dois) funcionários. O aumento de faturamento representa um ponto positivo, pois quem exerce corretamente o regime tributário e necessita de mais um funcionário para ajudar nas atividades poderá admitir esse funcionário regularmente.

Outro ponto importante que surgiu como proposta de futuro estudo seria a análise dos impactos para a fiscalização de eventual diminuição das ocupações econômicas previstas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) permitidas aos microempreendedores. Atualmente o MEI possui 467 (quatrocentos e sessenta e sete) atividades permitidas e no presente estudo constatou-se indícios de desvirtuamento das atividades exercidas (COMITÊ GESTOR DO SIMPLES NACIONAL, 2018). Ainda que de forma superficial, por não se tratar do objeto da presente pesquisa, notou-se que principalmente na área do comércio alguns microempreendedores acrescentam atividades ao cartão de CNPJ de forma desordenada, trabalhando com produtos diversos e não relacionados entre si.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo do presente artigo consistiu em identificar e entender as principais irregularidades que estão atualmente ocorrendo com o regime tributário SIMEI devido à falta de fiscalização correta e eficaz por parte dos órgãos competentes. Para alcançar

esse objetivo utilizou-se os achados decorrentes da realização de uma entrevista semiestruturada e da aplicação de um questionário. Ambos instrumentos permitiram alcançar o objetivo de pesquisa a partir da perspectiva de um escritório de contabilidade no interior do estado do Espírito Santo.

Percebeu-se que a falta de fiscalização é uma realidade e que acaba por levar muitos microempreendedores individuais a exercer suas atividades empresariais sem a devida observância das regras contábeis e fiscais, destacando-se entre tais inconsistências a omissão de receitas, a sonegação fiscal e o atraso no pagamento das obrigações fiscais. Notou-se igualmente que a ausência de fiscalização contribui para a falta de organização administrativa dos microempreendedores, sendo que também se observou a violação a princípios contábeis, como o Princípio da Entidade, e ainda irregularidades atinentes a não concessão correta de direitos trabalhistas.

A manutenção desse cenário, associado ao fato de o microempreendedor representar a maior parte dos tipos empresariais, revela o potencial de geração de desequilíbrios na arrecadação dos entes públicos e até mesmo de distorção nas políticas de Previdência Social. É possível que devido ao pouco tempo de existência da figura do microempreendedor individual não se tenha ainda clara a dimensão e o alcance das consequências da falta de fiscalização. Também é razoável suscitar a hipótese que a atitude dos órgãos competentes ainda oscile entre considerar o MEI uma política pública ou um tipo empresarial propriamente dito, e nessa última hipótese, que deveria estar sujeito às regras fiscalizatórias sob as quais são submetidos as outras sociedades empresárias.

Ainda que se trate de uma figura híbrida, pode-se afirmar a existência de uma concorrência desleal com as demais empresas que pagam regularmente seus impostos municipais, estaduais e federais e que frequentemente se submetem a auditorias pelos órgãos fiscalizatórios. A criação de condições econômicas e incentivos para que os microempreendedores individuais busquem o acompanhamento mensal com um contador e a realização de escrituração contábil, ainda que simplificada, revela ser algo salutar ao aprimoramento do ambiente de negócios dos microempreendedores e à observância das obrigações fiscais. Com efeito, a instituição da obrigatoriedade para que os microempreendedores emitam documento fiscal para pessoas físicas e jurídicas também constituiria outra medida importante, de forma a aprimorar o cruzamento de informações e facilitar a fiscalização de um grande número de microempreendedores de

forma menos onerosa aos cofres públicos.

Na discussão dos resultados houve a identificação de outros estudos com vistas a responder algumas questões que surgiram no decorrer da pesquisa. A realização de uma análise dos impactos para a fiscalização de eventual diminuição das ocupações econômicas previstas (CNAE) permitidas aos microempreendedores seria um desses estudos. Há dados disponibilizados no Portal do Empreendedor por meio dos quais seria possível mensurar a representatividade de cada ocupação econômica e analisar a relação custo x benefício para a fiscalização da redução CNAEs. Outro estudo identificado consistiria em analisar o grau de representatividade das contribuições previdenciárias realizadas pelos microempreendedores em comparação com os benefícios previdenciários fruídos pela categoria, e ainda a comparação com outros tipos de segurados da previdência. Por meio da utilização de dados divulgados pela Previdência Social e pela Receita Federal do Brasil, um estudo dessa natureza ofereceria uma base de avaliação do que seria preponderante no MEI, a natureza de política pública ou de tipo empresarial.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 08 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991**. Dispõe sobre a organização da Seguridade Social, institui Plano de Custeio, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8212cons.htm#art21%C2%A72](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8212cons.htm#art21%C2%A72). Acesso em: 08 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991**. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8213cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm). Acesso em: 08 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 105, de 10 de janeiro de 2001**. Dispõe sobre o sigilo das operações de instituições financeiras e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp105.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp105.htm). Acesso em: 08 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp123.htm). Acesso em: 04 out. 2022.

\_\_\_\_\_. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei Complementar nº 2, de 06 de fevereiro de 2007.** Parecer do Relator, pela Comissão de Finanças e Tributação, às Emendas de Plenário ao Projeto de Lei Complementar nº 2, de 2007. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostra\\_rintegra?codteor=592376&filename=Tramitacao-PLP+2/2007](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostra_rintegra?codteor=592376&filename=Tramitacao-PLP+2/2007). Acesso em: 04 out. 2022.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 128, de 19 de janeiro 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. 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 em: 04 out. 2022.

COMITÊ GESTOR DO SIMPLES NACIONAL (CGSN). **Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018.** Dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional). Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=92278>. Acesso em: 08 nov. 2022.

CONSELHO NACIONAL DE POLÍTICA FAZENDÁRIA (CONFAZ). **Convênio ICMS nº 50, de 7 de abril de 2022.** Disponível em: [https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/convenios/2022/CV050\\_22](https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/convenios/2022/CV050_22). Acesso em: 08 nov. 2022.

FABRETTI, Láudio C.; FABRETTI, Denise; FABRETTI, Dilene R. **As Micro e Pequenas Empresas e o Simples Nacional.** São Paulo: Atlas, 2019. E-book. ISBN 9788597019360. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br>

[/#/books/9788597019360/](#). Acesso em: 01 out. 2022.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 6. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017. E-book. ISBN 9788502636552. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636552/>. Acesso em: 06 out. 2022.

FAZIO JR., Waldo. **Manual de Direito Comercial**. 21. ed. São Paulo: Atlas, 2020. E-book. ISBN 9788597024890. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024890/>. Acesso em: 01 out. 2022.

IUDICIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2021. E-book. ISBN 9788597028041. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597028041/>. Acesso em: 08 nov. 2022.

LAKATOS, Eva M. **Técnicas de Pesquisa**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021. E-book. ISBN 9788597026610. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026610/>. Acesso em: 06 out. 2022.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019. E-book. ISBN 9788597008821. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008821/>. Acesso em: 06 out. 2022.

MÁXIMO, Wellton. Quase 70% das empresas ativas no país são MEI, divulga ministério. **Agência Brasil**, Brasília, 06 jun. de 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-06/quase-70-das-empresas-ativas-no-pais-sao-mei-divulga-ministerio>. Acesso em: 17 out. 2022.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA. **Portaria Interministerial MTP/ME nº 12, de 17 de janeiro de 2022**. Disponível em: <https://in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-interministerial-mtp/me-n-12-de-17-de-janeiro-de-2022-375006998>. Acesso em: 08 nov. 2022.

MONTEIRO, Marcelo. Empresários são suspeitos de se passar por MEIs para sonegar impostos; prejuízo pode chegar a R\$ 5 milhões. **Diário do Nordeste**, 08 set. de 2021. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/seguranca/empresarios-sao-suspeitos-de-se-passar-por-meis-para-sonegar-impostos-prejuizo-pode-chegar-a-r-5-milhoes-1.3133269>. Acesso em: 17 out.2022.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Instrução Normativa SRF nº 361, de 03 de outubro de 2003**. Aprova o Programa Gerador da Declaração de Operações com Cartões de Crédito (Decred), versão 1.0, e dá outras providências. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=15253>. Acesso em: 08 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. **Instrução Normativa RFB nº 1915, de 27 de novembro de 2019**. Dispõe sobre a Declaração do Imposto sobre a Renda Retido na Fonte relativa ao ano-calendário de 2019 e a situações especiais ocorridas em 2020 (Dirf 2020) e sobre o Programa Gerador da Dirf 2020 (PGD Dirf 2020). Disponível em: [http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=105149&visao=anotado#:~:text=IN%20RFB%20n%C2%BA%201915%2F2019&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20Declara%C3%A7%C3%A3o%20do,2020%20\(PGD%20Dirf%202020\)](http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=105149&visao=anotado#:~:text=IN%20RFB%20n%C2%BA%201915%2F2019&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20Declara%C3%A7%C3%A3o%20do,2020%20(PGD%20Dirf%202020)). Acesso em: 13 nov. 2022.

SECRETARIA DA FAZENDA DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO. Emitida primeira Nota Fiscal Eletrônica por MEI no Estado. **Sefaz**, Vitória-ES, 11 abr. 2022. Disponível em: <https://sefaz.es.gov.br/Not%C3%ADcia/emitida-primeira-nota-fiscal-eletronica-por-mei-no-estado>. Acesso em: 13 nov. 2022.

\_\_\_\_\_. Sefaz bloqueia 157 MEIs com irregularidades no Estado. **Sefaz**, Vitória-ES, 09 jun. 2022. Disponível em: <https://sefaz.es.gov.br/Not%C3%ADcia/sefaz-bloqueia-157-meis-com-irregularidades-no-estado>. Acesso em: 17 out. 2022.

VENOSA, Sílvio de S. **Direito Empresarial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2020. E-book. ISBN 9788597024791. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024791/>. Acesso em: 01 out.

2022.



[multivix.edu.br](https://multivix.edu.br)

**MULTIVIX**

MULTIPLICANDO CONHECIMENTO