



**JORNADA CIENTÍFICA
SESSÕES DE DEFESA DOS TCCs
GERENCIAIS**

**ANAIS - 2º semestre de 2021, ANO III
nº 2 - Volume 2 - ISSN : 2526-9143**

Rede de Ensino
DOCTUM

Jornada Científica Sessões de Defesas dos TCCs

**ANAIS - 2º Semestre de 2021
Ano III, nº2 - Volume II
ISSN: ISSN : 2526-9143**

**Jornada Científica - Sessões de Defesas dos TCCs é
uma publicação semestral da Rede de Ensino
Doctum**

**Rede de Ensino Doctum
Instituto Ensinar Brasil**

Expediente:

Presidente

Cláudio Cezar Azevedo de Almeida Leitão

Presidente Executivo

Pedro Cláudio Coutinho Leitão

Diretoria de Ensino

Janaína Dardengo

Coordenadora de Pesquisa

Iana Soares de Oliveira Penna

Autor Corporativo

Rede de Ensino Doctum

Instituto Ensinar Brasil

Coordenadores dos Cursos de
Administração e Ciências Contábeis

Caratinga

Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

Guarapari - Vila Velha

Eduardo Luiz Poton

Ipatinga

Cristian Keyla do Nascimento Rocha

Iuna - Manhauçu

Moacyr Rodrigues Simão

João Monlevade

Breno Eustáquio da Silva

Juiz de Fora

Gustavo de Freitas Magalhães

Leopoldina

Martinho Lutero de Souza Junior

Serra - Vitória

Sheyla Valkíria Dias Passoni

Teófilo Otoni

Ayesha Schwartez Souza

UNIDOCTUM

Fábio Goldner

Sumário

A CONTABILIDADE COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NAS FINANÇAS PESSOAIS.....	18
Elizabeth Moreira de Oliveira, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Ayesha Schwartez Souza e Kelly Kessy Damasceno Leal.....	18
EMPREENDEDORISMO FEMININO	19
Eloisa da Silva Santos, Ayesha Schwartez Souza, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Vinícius de Oliveira Muniz, Eduardo Luiz Poton, Tiago da Cunha Rosa, Deivison de Freitas Brandão, Daniele Pires Magalhaes e Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu	19
A IMPORTÂNCIA DA AUDITORIA INTERNA PARA AS ORGANIZAÇÕES	20
Henrique Baião Cimini Silveira, Vinícius de Oliveira Muniz, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Daniele Pires Magalhaes, Tiago da Cunha Rosa, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Ayesha Schwartez Souza e Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu	20
A INOVAÇÃO COMO FATOR DECISIVO PARA O SUCESSO DE UMA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA DO SETOR DE CARNES NA REGIÃO LESTE DE MINAS GERAIS.....	21
Cibeli Alexandra Alcides, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Wemerson Carvalho dos Santos, Daniele Pires Magalhaes, Eduardo Luiz Poton, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez Souza e Sâmela Rodrigues Costa	21
Eduarda Valério Xavier, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez Souza e Leomaro Figueiredo de Oliveira.....	22
OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID – 19 NO SETOR DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE CARATINGA, MG.....	23
Gabrielen de Barros Pereira, Daniele Pires Magalhaes, Wemerson Carvalho dos Santos, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Eduardo Luiz Poton, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez Souza e Renato Avelino Marques	23
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE GESTÃO: um estudo de campo em uma padaria na cidade de Vermelho Novo - MG.....	24
Fernando Bruno de Oliveira Vidal, Daniele Pires Magalhaes, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Deivison de Freitas Brandão, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Ayesha Schwartez Souza e Antônio Ferreira Neto	24
EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: O REAPROVEITAMENTO DE CONTEINER NA CONSTRUÇÃO CIVIL. ESTUDO DE CAMPO EM UMA EMPRESA DE VILA VELHA ES.....	25

Hiendrick Frederick de Oliveira, Daniele Pires Magalhaes, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez Souza e Joubert Thavares Silveira de Oliveira.....	25
A CONTABILIDADE E A NOVA ERA DIGITAL	26
OS IMPACTOS E AS TENDENCIAS DA TECNOLOGIA NA PROFISSÃO CONTÁBIL	26
Milene Ferraz Silva, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Tiago da Cunha Rosa, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Wemerson Carvalho dos Santos, Ayesha Schwartez Souza e Ricardo William Estácio Amaro.....	26
INCENTIVOS FISCAIS: COMO A DEDUÇÃO DE TRIBUTOS EM PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS PODE BENEFICIAR EMPRESAS CONCESSIONÁRIAS DE DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA	27
Lorryne Emerik Souza, Vinícius de Oliveira Muniz, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Wemerson Carvalho dos Santos, Ayesha Schwartez Souza e Mateus Henrique de Oliveira Pereira	27
PRÁTICA DA CONTABILIDADE RURAL NO APOIO E CONTROLE DO PROCESSO DE GESTÃO DOS PEQUENOS AGRICULTORES DE CARATINGA-MG	28
Lívia Cristina Gonçalves Oliveira, Vinícius de Oliveira Muniz, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Tiago da Cunha Rosa, Ayesha Schwartez Souza, Eduardo Luiz Poton, Bráulio Francis Barcelos e Rafaela Fernandes Alves.....	28
UM ESTUDO SOBRE OS MOTIVOS DA FALÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	29
Natanael Alison Bezerra, Eduardo Luiz Poton, Vinícius de Oliveira Muniz, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Bráulio Francis Barcelos e Alessandra Medeiros Samore Azevedo	29
A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E CONSULTORIA CONTÁBIL PARA OS PRODUTORES RURAIS – ESTUDO DE CASO APLICÁVEL EM UMA PROPRIEDADE RURAL PRODUTORA DE LEITE DA REGIÃO DE CARATINGA/MG	30
Arthur Nascimento Costa, Bruno Afonso Ferreira, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Vinícius de Oliveira Muniz, Tiago da Cunha Rosa, Eduardo Luiz Poton, Bráulio Francis Barcelos e Roziane do Carmo Albino de Oliveira.....	30
MARKETING CONTÁBIL: sua influência no sucesso profissional nas Microempresas do setor contábil do município de Caratinga/MG.....	31
Jucelia Marques Freitas Oliveira, Bruno Afonso Ferreira, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Edvaldo Silva Dutra, Bráulio Francis Barcelos e Marcela Lourdes do Nascimento	31

Finanças comportamentais – Regras de Bolso- Uma Análise no Perfil do Investidor e a Relevância da Contabilidade Financeiras nas Tomadas de Decisões para Investidores no Mercado de Capitais	32
<p>Elenisia Aguiar de Oliveira Silva, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Thalitiely Verônica Oliveira Silva.....32</p>	
A RELEVÂNCIA DA CONTABILIDADE PARA A GESTÃO DOS PRODUTORES RURAIS	33
<p>Drielle Evelin Ribeiro, Luiz Alberto Gonzaga, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Thiago Malta Leite do Nascimento, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Jonas Augusto Vieira33</p>	
ADESÃO E MOVIMENTAÇÕES DIGITAIS EM APLICATIVOS DE UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO	34
<p>Georgeta Mussi, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Thiago Malta Leite do Nascimento, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Nicolas Xavier Calazans34</p>	
Análise do nível de satisfação dos cooperados em relação ao aplicativo bancário de uma cooperativa de crédito do Médio Piracicaba -MG	35
<p>Alice Nardy Ferreira, Edvaldo Silva Dutra, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Thiago Malta Leite do Nascimento, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Braulio Francis Barcelos e Alessandra Medeiros Samore Azevedo35</p>	
A importância da prestação de serviços em marketing para micro e pequenas empresas	36
<p>Amanda Fonseca Santos, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Luiz Alberto Gonzaga, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Alessandra Medeiros Samore Azevedo36</p>	
A síndrome de burnout: um estudo correlacionado com a frequência da síndrome e sua recuperação	37
<p>Ana Carolina Freitas Pinheiro, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Luis Gustavo Schroder e Braga, Luiz Alberto Gonzaga, Edvaldo Silva Dutra e Alessandra Medeiros Samore Azevedo.....37</p>	
O impacto da pandemia no mercado de capitais brasileiro: estudo de caso com investidores do Médio Piracicaba-MG.....	38
<p>Bernardo Ribeiro Reis, Bruno Afonso Ferreira, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Edvaldo Silva Dutra, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Edvaldo Silva Dutra, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno38</p>	
Política de gestão para a criação de um restaurante com utilização de práticas sustentáveis.....	39

Eduarda Enthuelle Gomes Silveira, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luiz Alberto Gonzaga, Luis Gustavo Schroder e Braga, Edvaldo Silva Dutra, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno	39
A importância do planejamento estratégico para uma empresa de pequeno porte	40
Gabriel Bonfim Ciriaco, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Eliane Pereira Fernandes, Luiz Alberto Gonzaga, Luis Gustavo Schroder e Braga, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno	40
Estilo de liderança em determinada parte do comercio de João Monlevade	41
Gabriella dos Santos Onofri, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Thiago Malta Leite do Nascimento, Luiz Alberto Gonzaga, Eliane Pereira Fernandes, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno	41
Liderança e satisfação dos colaboradores	42
Gustavo Torres da Silva, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Eliane Pereira Fernandes, Luiz Alberto Gonzaga, Thiago Malta Leite do Nascimento, Luis Gustavo Schroder e Braga, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno	42
A relevância do Marketing no Ambiente Empresarial: Estudo de Caso na Empresa Beauty Cosméticos	43
Hendriigo Frantesco Silva Costa, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Eliane Pereira Fernandes, Luiz Alberto Gonzaga, Luis Gustavo Schroder e Braga, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno.....	43
As Oportunidades e Estratégias do Marketing Digital nas Empresas durante a Pandemia.....	44
João Edson Costa Teixeira, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luiz Alberto Gonzaga, Thiago Malta Leite do Nascimento, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno	44
A importância da utilização dos integrados de gestão: um estudo de caso em um centro de formação de condutores em Alvinópolis-MG	45
Joelma Imaculada Sant'Ana, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luiz Alberto Gonzaga, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno	45
Marketing Digital como Diferencial competitivo em um Supermercado da Cidade de Santa Bárbara-MG.....	46
Maria Luiza Hosken Braga, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luzia Nunes dos Santos, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno	46

A Importância da Elaboração e Acompanhamento de Dashboards na Manutenção.....	47
Marlon Vinícius Venâncio, Luzia Nunes dos Santos, Bruno Afonso Ferreira, Sander Neves, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Thiago Malta Leite, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno	47
Análise da relação dos programas de recursos humanos e recompensas versus o aumento da produtividade e motivação dos colaboradores: estudo de caso na empresa prumo engenharia	49
Rayssa Mendes Fróis, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Sander Neves, Vinícius de Oliveira Muniz, Eliane Pereira Fernandes, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues	49
Sara de Jesus Aguiar Alberto, Camila Silva Fregulia, Sander Neves, Luzia Nunes dos Santos, Vinícius de Oliveira Muniz, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues.....	50
Contabilidade Gerencial: Uma Visão na Tomada de Decisão Empresarial	51
Felipe Moreira dos Santos, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Sander Neves, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Camila Silva Freguglia, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Fabio Goldner e Aline Mioli Rodrigues.....	51
Planejamento Tributário: Uma ferramenta de Estratégia Competitiva.....	52
Marcela Leite Quintão, Camila Silva Fregulia, Fabio Goldner, Luzia Nunes dos Santos, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Rubens Marinho Monteiro, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues.....	52
O Contador como um Consultor Gerencial em uma Empresa	53
Nathália das Dores Santos, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Rubens Marinho Monteiro, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Fabio Goldner, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues.....	53
Responsabilidade Civil e Penal dos Contabilistas.....	54
Fabio Goldner, Liercio Feital Motta Júnior, Rubens Marinho Monteiro, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Malta Leite, Luzia Nunes dos Santos, Leonardo Garcia da Silva, Sabrina Aparecida de Oliveira e Aline Mioli Rodrigues.....	54
Contabilidade Pública: O Papel do Profissional Contábil no Setor Público.....	55
Fabio Goldner, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Rubens Marinho Monteiro, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Malta Leite, Leonardo Garcia da Silva, Sara Julie Bicalho Ferreira e Aline Mioli Rodrigues.....	55

A IMPORTANCIA DO CONTADOR NA ATIVIDADE DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....	56
Laecio Alves Dos Santos, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Fabio Goldner, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Bitencourt, Leonardo Garcia da Silva, Rubens Marinho Monteiro, Aline Mioli Rodrigues e Riziane De Oliveira Xavier	
O PAPEL DOS ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO NAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO	57
Ana Carolina Dos Santos Faustino, Camila Silva Fregulia, Fabio Goldner, Leonardo Garcia da Silva, Thiago Bitencourt, Manoel Carlos Rocha Lima, Rubens Marinho Monteiro, Aline Mioli Rodrigues e Narla Aparecida Cordeiro Caetano.....	
PRINCIPAIS FATORES DA MORTALIDADE PRECOCE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SOB A ÓTICA DO CONTADOR	58
Aldeane Aparecida Silva Moreira, Camila Silva Fregulia, Manoel Carlos Rocha Lima, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Rubens Marinho Monteiro, Leonardo Garcia da Silva, Aline Mioli Rodrigues e Karla Gomes Ferreira	
O DESAFIO DA ELEVAÇÃO DA CONTABILIDADE DIGITAL PARA OS PROFISSIONAIS CONTÁBEIS	59
Airane Franco Silva, Manoel Richardson Soares Grilli, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Leonardo Garcia da Silva, Rubens Marinho Monteiro, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Andreina Batista Santos.....	
A VALORIZAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DA CONTABILIDADE COMO CONSULTORES	60
Flavio Pinheiro Berto Da Silva, Camila Silva Fregulia, Manoel Richardson Soares Grilli, Rubens Marinho Monteiro, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Thiago Gonçalves De Assunção	
A RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO PIS E COFINS DE EMPRESAS OPTANTES PELO SIMPLES NACIONAL	61
Amanda Cardoso Costa, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Manoel Carlos Rocha Lima, Rubens Marinho Monteiro, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Américo Galvão e Mathias Ferreira Dos Santos	
CONTABILIDADE DIGITAL; DIGITAL ACCOUNTING: UM ESTUDO SOBRE A PERSPECTIVA DE DESENVOLVIMENTO DOS ESCRITÓRIOS CONTÁBEIS	62
Arlane Salles, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima e Américo Galvão.....	
OS BENEFÍCIOS DO CONHECIMENTO DO IMPOSTO ICMS EM UMA EMPRESA DE LATICÍNIOS DE TEÓFILO OTONI	63

Kevis Jardim Cardoso, José Francisco Peixoto, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Manoel Richardson Soares Grilli, Manoel Carlos Rocha Lima e Américo Galvão.....	63
PLANO DE NEGÓCIO: ANALISANDO A VIABILIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	64
Carolina Lizardo Lobo, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Victor Freitas Lopes Nunes, Thiago Bitencourt, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Ester Mendes Moura.....	64
E-SOCIAL: PROBLEMAS E DIFICULDADES ENFRENTADOS PELA CULTURA ORGANIZACIONAL DAS EMPRESAS	65
Emeli Gonçalves Da Silva, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Thiago Bitencourt, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Manoel Carlos Rocha Lima e Américo Galvão.....	65
IMPLEMENTAÇÃO DO MARKETING DIGITAL NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM TEMPOS DE CRISE.....	66
Daniele Alves De Oliveira, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Victor Freitas Lopes Nunes, Thiago Bitencourt, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Michael Costa Renon Tiago.....	66
ENDOMARKETING COMO DIFERENCIAL PARA ATRAIR RESULTADOS POSITIVOS.....	67
Luiz Thiago Caetano, José Francisco Peixoto, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Richardson Soares Grilli, Josester Teixeira Sousa, Américo Galvão e Tarcisio Veiga Pereira	67
A ANÁLISE PELO FLUXO DE CAIXA DESCONTADO APLICADA AO PROCESSO DE AVALIAÇÃO DE EMPRESAS	68
Shauan Severo Augusto, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Josester Teixeira Sousa, Américo Galvão e Alessandra Samore Azevedo	68
QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: Avaliação da percepção da QVT nas organizações	69
Flávia Aparecida Braga Da Costa, José Francisco Peixoto, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Josester Teixeira Sousa, Gizley Maira Faria Lopes, Sérgio Antônio Nogueira de Paula	69
INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO MERCADO DE TRABALHO: Um estudo de caso na empresa do ramo alimentício de Leopoldina-MG	70

Diessika Silva Colli, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, José Francisco Peixoto, Thiago Bitencourt, Victor Freitas Lopes Nunes, Rovená Dantas Rodrigues, Josester Teixeira Sousa, Tatiane Pereira Silvério, Sérgio Antônio de Paula Nogueira.....	70
ESTRATÉGIAS EMPRESARIAS: Um estudo de caso nas lojas femininas da região central de Leopoldina – MG	71
Amanda Ap. Campos Camilo, Rovená Dantas Rodrigues, Thassia Marchi Vieira, Victor Freitas Lopes Nunes, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Veridiana Ap. Rodrigues Borges, Leonardo Garcia Silva	71
O EMPREENDEDORISMO FEMININO DURANTE A PANDEMIA: estudo de caso com empreendedora de Leopoldina Minas Gerais	72
Gustavo Ribeiro De Oliveira, Rovená Dantas Rodrigues, José Francisco Peixoto, Victor Freitas Lopes Nunes, Thassia Marchi Vieira, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Joice Novais De Assis e Leonardo Garcia da Silva	72
O MARKETING DIGITAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA: Estratégias utilizadas por uma empresa do ramo alimentício	73
Brenda Aparecida Rezende Felix, Rovená Dantas Rodrigues, Vinícius de Oliveira Muniz, Victor Freitas Lopes Nunes, Thassia Marchi Vieira, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Leonardo Garcia da Silva.....	73
SATISFAÇÃO DE CLIENTES: Uma pesquisa de tomadores de serviço de uma empresa de transporte rodoviário de passageiros na cidade de Recreio – MG.....	74
David Cardoso Marchito, Rovená Dantas Rodrigues, Victor Freitas Lopes Nunes, Vinícius de Oliveira Muniz, Thassia Marchi Vieira, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Martinho Luthero de Souza Junior.....	74
MARKETING DE RELACIONAMENTO: Uma pesquisa sobre as estratégias de uma loja de automóveis na cidade de Leopoldina – MG.....	75
Eric Carvalho dos Santos, Rovená Dantas Rodrigues, Thassia Marchi Vieira, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Leonardo Vitorino de Almeida e Martinho Luthero de Souza Junior	75
MARKETING DIGITAL: um estudo de campo sobre as estratégias utilizadas por uma loja de departamento na cidade de Leopoldina – MG	76
Lara Alice Pereira, Josester Teixeira Sousa, Thassia Marchi Vieira, Victor Freitas Lopes Nunes, Rovená Dantas Rodrigues, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Nathiele da Silva Lizardo e Martinho Luthero de Souza Junior	76
A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA AS ORGANIZAÇÕES.....	77

Marcus Vinicius Dos Santos Gomes Bonin, Thassia Marchi Vieira, Victor Freitas Lopes Nunes, Rovená Dantas Rodrigues, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Martinho Luthero de Souza Junior	77
EMPREENDEDORISMO E PANDEMIA: Estudo de campo da Fatima's Bolo.....	78
Milliany Pimenta Aguiar, José Eduardo Balikian, Rovená Dantas Rodrigues, Thassia Marchi Vieira, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Martinho Luthero de Souza Junior	78
MARKETING DIGITAL EM MEIO A PANDEMIA DO COVID19: um estudo de campo em uma empresa na cidade de Leopoldina – MG.....	79
O MARKETING DIGITAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA: Estratégias utilizadas por uma empresa do ramo alimentício	80
O impacto pandêmico da covid-19 na venda de motocicletas	81
Camila Castelari Bandeira, Ronye Berge, Martinho Luthero de Souza Junior, Thales Leandro de Moura, José Eduardo Balikian, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Flávia Ramos Cruz e Dhiovana Carcabrini Cardoso	81
Influência da prática sustentável e a utilização de produtos poluentes como fonte de renda.....	82
Suéber Fantinato Passos, Martinho Luthero de Souza Junior, Ana Flávia Ramos Cruz, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, José Eduardo Balikian, Maximiliano Furlan Neto e Luiz Gustavo C Q Pereira	82
A logística reversa e sua aplicabilidade.....	83
Allan Junio da Silva Vieira, Martinho Luthero de Souza Junior, Ana Flávia Ramos Cruz, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, José Eduardo Balikian, Pedro Gabriel Alves das Virgens e Talita Maria de Barros	83
Plano de negócio e sua influência na gestão empresarial	84
Manoel Vitor Cardoso Coutinho, Ronye Berge, Martinho Luthero de Souza Junior, Thales Leandro de Moura, José Eduardo Balikian, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz e Sabrina de Oliveira Hupp.....	84
INDÚSTRIA 4.0: Marketing digital na captação de novos clientes	85
Queren Olayne Pereira Gomes, Ronye Berge, Tiago da Cunha Rosa, Victor Almeida Pereira, José Eduardo Balikian, Thales Leandro de Moura, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz e Rayane de Souza Pereira	85
INDÚSTRIA 4.0: Os benefícios e riscos pertinentes aos assistentes virtuais.....	86

Leticia Schineider Vieira da Costa, Ronye Berge, Thales Leandro de Moura, Vagner Bravos Valadares, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz, Paulo Vitor Suave Leppaus e Robson Luiz Rodriguez da Silva Junior	86
A importância do mapeamento de processos em RH.....	87
Gecymar Marques Alves, Ronye Berge, José Eduardo Balikian, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Victor Almeida Pereira, Vagner Bravos Valadares, Thales Leandro de Moura, Jocimar Franco Barreto e Ana Flávia Ramos Cruz	87
Liderança democrática e seu processo de comunicação no ambiente bancário	88
Fabíola Ferreira Leonídio, Ronye Berge, José Eduardo Balikian, Thales Leandro de Moura, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz, Vagner Bravos Valadares e Kelly Andrade Oliveira e Roseane Cruz Alves	88
Análise da aplicação de ferramentas para o controle financeiro em micro e pequenas empresas	89
Adrieli de Almeida Kohler, Ronye Berge, Jocimar Franco Barreto, Victor Almeida Pereira, Thales Leandro de Moura, Vagner Bravos Valadares, Antonio Carlos Nascimento Valente e Ana Paula Cota Moreira	89
A importância do planejamento para gestão de vendas	90
Eric Stein Vieira, Ronye Berge, Romario Gava, Thales Leandro de Moura, Victor Almeida Pereira, Jocimar Franco Barreto, Vagner Bravos Valadares, Antonio Carlos Nascimento Valente e Ana Paula Cota Moreira	90
Plano de negócios: primeiro passo para prosperar	91
Fabício Chagas de Oliveira, Romario Gava, Thales Leandro de Moura, Antonio Carlos Nascimento Valente, Vagner Bravos Valadares, Ana Paula Cota Moreira e Marcos Suel Dias Maia e Meryellen Rossi Balda.....	91
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS AOS OPTANTES DA MODALIDADE MEI.....	92
Caroline da Costa Vezula, Romario Gava, Antonio Carlos Nascimento Valente, Thales Leandro de Moura, Vagner Bravos Valadares, Ana Paula Cota Moreira, Michely Machado Vargas e Moacyr Rodrigues Simão.....	92
A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO MUNICÍPIO DE MANHUAÇU.....	93
Davi Melo Saab, Romario Gava, Antonio Carlos Nascimento Valente, Thaís de Fátima Araújo Silva, Vagner Bravos Valadares, Ana Paula Cota Moreira, Camila Muniz da Silva Braga e Moacyr Rodrigues Simão.....	93

A IMPORTÂNCIA DA AVALIAÇÃO DAS EMPRESAS NAS FORMAS DE TRIBUTAÇÃO.....	94
Ester Aparecida Guerra Neves, Romario Gava, Antonio Carlos Nascimento Valente, Vagner Bravos Valadares, Thaís de Fátima Araújo Silva, Ana Paula Cota Moreira Michele da Silva Firmino e Jocimar Franco Barreto	
	94
CONTABILIDADE NA ERA DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE A COLABORAÇÃO DA TECNOLOGIA PARA A ASSERTIVIDADE NA CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA DOS PROFISSIONAIS DE MANHUAÇU E REGIÃO	95
Luiz Gustavo Souza dos Reis, Romario Gava, Jocimar Franco Barreto, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Antonio Carlos Nascimento Valente William Iassy Teixeira Secario e Vagner Bravos Valadares.....	
	95
PROFISSIONAIS CONTÁBEIS NA ERA DIGITAL.....	96
Pâmella Virtuoso Dias, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Iêda Barra de Moura Galvão, Antonio Carlos Nascimento Valente e Jocimar Franco Barreto.....	
	96
Um estudo de caso sobre a Gestão do Conhecimento aplicado em uma Instituição de Ensino Superior	97
Jhennifer dos Santos Viana, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Thaís de Fátima Araújo Silva, Iêda Barra de Moura Galvão, Antonio Carlos Nascimento Valente Maria Eduarda Vieira e Ariane Ribeiro Hott	
	97
PERCEPÇÃO DE MULHERES SOBRE OS DESAFIOS DE GÊNERO NO EMPREENDEDORISMO.....	98
Fernanda Evangelista Oliveira, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Iêda Barra de Moura Galvão, Antonio Carlos Nascimento Valente, Célio Gentil, Maria Zilda Muniz Rhodes e Ariane Ribeiro Hott.....	
	98
POLÍTICAS PÚBLICAS E ASSOCIATIVISMO: PERCEPÇÃO DE AGRICULTORES FAMILIARES NA REGIÃO DE MANHUAÇU.	99
Millena Ferreira Horsth, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Iêda Barra de Moura Galvão, Samyla Guimarães do Nascimento e Ariane Ribeiro Hott.....	
	99
Gestão de Pessoas e a Prática do Endomarketing	100
EMPREENDEDORISMO E LIBERDADE ECONÔMICA COMO FATOR IMPULSIONADOR DO CRESCIMENTO ECONÔMICO	101
Hiury Fernandes Zamite, Reginaldo Nascimeto Rocha, Ariane Ribeiro Hott, Moacyr Rodrigues Simão, Iêda Barra de Moura Galvão, Yago Felipe Scardino Gomes Justo e Carlos Antonio Leitoginho Bitencourt.....	
	101
CONTABILIDADE NA ERA DIGITAL	102

Nubia da Silva Caetano, Iêda Barra de Moura Galvão, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Reginaldo Nascimeto Rocha, Thaís de Fátima Araújo Silva, Moacyr Rodrigues Simão, Ariane Ribeiro Hott, Josiel Bello e Victor Almeida Pereira.....	102
O uso do Marketing Digital pelas pequenas empresas.....	103
Matheus Simões Cardoso, Ariane Ribeiro Hott, Reginaldo Nascimeto Rocha, Thaís de Fátima Araújo Silva, Moacyr Rodrigues Simão, Iêda Barra de Moura Galvão, Paola Antunes Borel e Camila Silva Freguglia.....	103
FATORES QUE INFLUENCIAM NO SUCESSO E/OU.....	104
INSUCESSO EMPRESARIAL: diagnóstico no município de Iúna-ES	104
Ana Karolyne Vieira de Melo, Ariane Ribeiro Hott, Thaís de Fátima Araújo Silva, Reginaldo Nascimeto Rocha, Iêda Barra de Moura Galvão, Camila Andrade Garcia e Fernanda Matos de Moura Almeida.....	104
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO	105
Síndrome de Burnout: uma análise com os Policiais Militares do 14º Batalhão do Espírito Santo.....	106
Bruna Toledo Gonçalves, Sheyla Valkiria Dias Passoni, Sílvia Helena da Costa Martins, Reginaldo Nascimeto Rocha, Ariane Ribeiro Hott, Humberto Gomes Pereira, Tiago Rodrigues Silva e Fernanda Matos de Moura Almeida	106
O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NA PANDEMIA.....	107
O “NOVO NORMAL” NAS ORGANIZAÇÕES: OS DESAFIOS DOS.....	108
GESTORES.....	108
Micaela Oliveria da Silva, Reginaldo Nascimeto Rocha, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Fernanda Matos de Moura Almeida, Paulo Lovati Junior e Sheyla Valkiria Dias Passoni.....	108
FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA KANBAN E A SUA RELAÇÃO	109
COM JUST IN TIME	109
Ygor Fagundes Pedroza, Fernanda Matos de Moura Almeida, Sílvia Helena da Costa Martins, Reginaldo Nascimeto Rocha, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães e Sheyla Valkiria Dias Passoni	109
SUPERMERCADO: Um estudo de caso em um grupo Supermercadista do	110
ES.....	110
Gabriel Martins de Souza, Fernanda Matos de Moura Almeida, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Marcos Aurélio e Bruno Miguel da Silva.....	110

O PERFIL DO CONSUMIDOR UNIVERSITÁRIO DE E-COMMERCE NO.....	111
ESTADO DO ESPIRITO SANTO	111
Jennefer Jhonatassikar Carvalho de Souza, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Fernanda Matos de Moura Almeida, Humberto Gomes Pereira, Hygor Geraldo Siqueira Gomes e Bruno Miguel da Silva.....	111
LIDERANÇA	112
Cindicleia Evangelista Garcia, Fernanda Matos de Moura Almeida, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Isaque Falcão Rangel Campos e Sheyla Valkiria Dias Passoni	112
OS PROBLEMAS ENFRENTADOS PELO ESPORTS (ESPORTE.....	113
ELETRÔNICO) NO MERCADO BRASILEIRO	113
Marcos Manoel Martins Neppel de Lima, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Priscila Nunes, Sílvia Helena da Costa Martins, Humberto Gomes Pereira, Fernanda Matos de Moura Almeida e Sheyla Valkiria Dias Passoni	113
GERAÇÃO Y NA PANDEMIA	114
Rafaella Sperandio dos Santos, Rafaella Zanon Bussular, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Fernanda Matos de Moura Almeida, Yonara Gonçalves das Candeias e Valkiria Dias Passoni	114
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS ORGANIZAÇÕES	115
GESTÃO DE PESSOAS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES VITÓRIA – ES	116
Mariany Alves da Cruz, Gisely Xavier da Silva, Priscila Nunes, Georges Demetri Alexandre, Henrique Kopke, Priscila dos Santos da Silva e Vanessa Bernardo Siqueira. Prof. Me Sheyla Valkiria Dias Passoni.....	116
A DIVERSIDADE RACIAL NAS ORGANIZAÇÕES.....	117
OS DESAFIOS DO PROCESSO DE INFORMATIZAÇÃO NAS PEQUENAS.....	118
ORGANIZAÇÕES.....	118
Lucas Borssatto Oliveira Lobo, Priscila Nunes, Glauca Aparecida Mendes Soares, Gisely Xavier da Silva, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Johny Silva Pesente e Wemerson Carvalho dos Santos	118
DIFICULDADES NA PERCEPÇÃO DO MEI COMO EMPRESA	119
Aline Goldner Vicente, Priscila Nunes, Gisely Xavier da Silva, Glauca Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Gabriel Rodrigues Ferreira e Marina Monteiro Garcia	119

ANALISE DO PROCESSO DE LOGÍSTICA REVERSA NA EMPRESA DO	120
SETOR AUTOMOBILISTICO O DESCARTE DE ÓLEO LUBRIFICANTE	120
Miquelle Santos De Oliveira, Gisely Xavier da Silva, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Rafael Rodrigues Guimarães e Thayná de Souza Dutra e Fabio Goldner.....	120
COMO A TECNOLOGIA AJUDA A DIMINUIR A BUROCRACIA E	121
MELHORAR A INFRAESTRUTURA PORTUARIA	121
Mateus Nepomuceno Marcelino, Paula Jenaina Costa, Gisely Xavier da Silva, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Matheus De Sá Rocha e Fabio Goldner.....	121
OS DESAFIOS DOS EMPREENDEDORES NA GESTÃO DE MICRO E	122
PEQUENAS EMPRESAS NA REGIÃO DE SÃO PEDRO VITÓRIA- ES.....	122
Cleisiane da Silva Vilete, Gisely Xavier da Silva, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Jeanderson Lozorio e Fabio Goldner	122
O CRESCIMENTO NO MERCADO DO E-COMMERCE DE SUPLEMENTOS	123
ALIMENTARES: ESTUDO DE CASO	123
SOBREVIVÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM TEMPOS DE	124
PANDEMIA.....	124
Evelyn Rosa da Vitória Chaves, Sidnei Silva Araújo, Rhayane Camila Souza Miranda, Henrique Kopke, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt e Camila Silva Freguglia	124
A INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO MERCADO DE	125
TRABALHO: ALÉM DA ÓTICA DA LEI	125
Izabella Gilvana de Souza Santos, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Juliana Bissoli de Assis, Rebeca Oliveira da Silva Vila Real e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt.....	125
DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS LÍDERES NO AMBIENTE DE TRABALHO ANALISANDO	126
MOTIVAÇÃO EM UMA DISTRIBUIDORA DE PERFUMARIA DE CARATINGA, MG	126
OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID – 19 NO SETOR DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE	127
CARATINGA, MG.....	127
Gabrielen de Barros Pereira, Sidnei Silva Araújo, Renato Avelino Marques, Gustavo de Freitas Magalhães, Gisely Xavier da Silva, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt.....	127

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE GESTÃO: um estudo de campo em 128	128
uma padaria na cidade de Vermelho Novo – MG..... 128	128
Fernando Bruno de Oliveira Vidal, Daniel Sucupira, Gustavo de Freitas Magalhães, Antônio Ferreira Neto, Martinho Luthero de Souza Júnior, Cláudio Cesar Guimarães e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt.....128	128
EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: O REAPROVEITAMENTO DE CONTEINER NA..... 129	129
CONSTRUÇÃO CIVIL. ESTUDO DE CAMPO EM UMA EMPRESA DE VILA VELHA ES 129	129
Hiendrick Frederick de Oliveira, Daniel Sucupira, Gustavo de Freitas Magalhães, Joubert Thavares Silveira de Oliveira, Leonardo Garcia da Silva, Cláudio Cesar Guimarães e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt.....129	129
A CONTABILIDADE E A NOVA ERA DIGITAL 130	130
OS IMPACTOS E AS TENDENCIAS DA TECNOLOGIA NA PROFISSÃO CONTÁBIL 130	130
Milene Ferraz Silva, Ricardo William Estácio Amaro, Gustavo de Freitas Magalhães, Aurea Wanderley Braga, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães e Aucione Aparecida Barros Guimarães130	130
INCENTIVOS FISCAIS: COMO A DEDUÇÃO DE TRIBUTOS EM PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS..... 131	131
PODE BENEFICIAR EMPRESAS CONCESSIONÁRIAS DE DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA 131	131
ELÉTRICA..... 131	131
Lorryne Emerik Souza e Mateus Henrique de Oliveira Pereira, Gustavo de Freitas Magalhães, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães e Aucione Aparecida Barros Guimarães.....131	131
PRÁTICA DA CONTABILIDADE RURAL NO APOIO E CONTROLE DO PROCESSO DE GESTÃO 132	132
DOS PEQUENOS AGRICULTORES DE CARATINGA-MG 132	132
Lívia Cristina Gonçalves Oliveira, Rafaela Fernandes Alves, Gustavo de Freitas Magalhães, Daniel Sucupira, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Cláudio Cesar Guimarães e Aucione Aparecida Barros Guimarães.....132	132
UM ESTUDO SOBRE OS MOTIVOS DA FALÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS..... 133	133
A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E CONSULTORIA CONTÁBIL PARA OS PRODUTORES RURAIS – ESTUDO DE CASO APLICÁVEL EM UMA PROPRIEDADE RURAL PRODUTORA DE LEITE DA REGIÃO DE CARATINGA/MG 134	134
MARKETING CONTÁBIL: sua influência no sucesso profissional nas Microempresas do setor 135	135
contábil do município de Caratinga/MG..... 135	135

Jucelia Marques Freitas Oliveira, Marcela Lourdes do Nascimento, Graziela Fátima Pereira, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Aurea Wanderley Braga e Célio Gentil	135
Finanças comportamentais – Regras de Bolso- Uma Análise no Perfil do Investidor e a	136
Relevância da Contabilidade Financeiras nas Tomadas de Decisões para Investidores no.....	136
Mercado de Capitais	136
Elenisia Aguiar de Oliveira Silva, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Thalitiely Verônica Oliveira Silva, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt.....	136
A RELEVÂNCIA DA CONTABILIDADE PARA A GESTÃO DOS PRODUTORES RURAIS.....	137
Drielle Evelin Ribeiro, Jonas Augusto Vieira, Paula Jenaina Costa, Gustavo de Freitas Magalhães, Graziela Fátima Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Célio Gentil	137
ADESÃO E MOVIMENTAÇÕES DIGITAIS EM APLICATIVOS DE UMA COOPERATIVA DE	138
CRÉDITO	138
Georgeta Mussi, Nicolas Xavier Calazans, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Graziela Fátima Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Célio Gentil	138
O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NA PANDEMIA	139
O “NOVO NORMAL” NAS ORGANIZAÇÕES: OS DESAFIOS DOS GESTORES.....	140
Micaela Oliveria da Silva, Paula Jenaina Costa, Célio Gentil, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Paulo Volati Júnior e Sheyla Valkiria Dias Passoni	140
FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA KANBAN E A SUA RELAÇÃO COM JUST IN TIME	141
RUPTURA: IMPORTÂNCIA DO CONTROLE E GESTÃO EM UM	142
O PERFIL DO CONSUMIDOR UNIVERSITÁRIO DE E-COMMERCE NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO.....	143
Jennefer Jhonatassikar Carvalho de Souza, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Célio Gentil, Cláudio Cesar Guimarães, Aurea Wanderley Braga, Hygor Geraldo Siqueira Gomes e Miguel da Silva	143
GESTÃO DE PESSOAS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES VITÓRIA – ES	144
Mariany Alves da Cruz, Célio Gentil, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Priscila dos Santos da Silva, Gustavo de Freitas Magalhães, Aurea Wanderley Braga, Vanessa Bernardo Siqueira e Valkiria Dias Passoni	144

A CONTABILIDADE COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NAS FINANÇAS PESSOAIS

Elizabeth Moreira de Oliveira, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Ayesha Schwartez Souza e Kelly Kessy Damasceno Leal

O trabalho presente nos mostra como é grande a dificuldade por parte dos indivíduos em controlar-se financeiramente e fazer uso de um Planejamento Financeiro em suas Finanças Pessoais. Tendo como propósito fundamental verificar se os acadêmicos do curso de Bacharelado de Ciências Contábeis da Rede de Ensino Doctum de Caratinga, utilizam os métodos contábeis na organização das suas finanças pessoais, bem como identificar o perfil socioeconômico dos discentes, analisando como os mesmos organizam suas finanças pessoais e como foram educados financeiramente, investigando se tem um planejamento financeiro pessoal a fim de melhorar a aplicação da renda obtida e por último reconhecer a importância da Contabilidade e as demonstrações contábeis dentro das finanças pessoais dos discentes do curso supramencionado. Foi feita uma pesquisa bibliográfica, através de livros e artigos que falam sobre o assunto, por meio desta pesquisa os objetivos foram alcançados ao finalizar que os alunos apresentam um bom nível de conhecimento sobre o tema abordado.

Palavras-chave: Planejamento financeiro. Contabilidade pessoal. Finanças pessoais.

EMPREENDEDORISMO FEMININO

Eloisa da Silva Santos, Ayesha Schwartez Souza, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Vinícius de Oliveira Muniz, Eduardo Luiz Poton, Tiago da Cunha Rosa, Deivison de Freitas Brandão, Daniele Pires Magalhaes e Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu

O empreendedorismo feminino está em alta, decorrente da ocupação das mulheres no mercado de trabalho, com isso há um aumento significativo de mulheres empreendedoras, tornando assim mais importante o conhecimento do empreendedorismo feminino no cenário econômico e também as razões que as mulheres tem de empreender e o importante papel das empreendedoras nas empresas é na sociedade. O presente artigo trata-se de uma pesquisa teórica baseada em leituras sobre o empreendedorismo, o perfil de um empreendedor, a desigualdade de gênero e a ocupação das mulheres nesse meio. Através de pesquisas constata-se que as mulheres tem ocupado cada vez mais lugares onde antes, eram destinados apenas a homens, mesmo que ainda existam barreiras que dificultam essa igualdade de gênero. Ainda foi constatado a importância do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho e na situação econômica social. Com o empreendedorismo feminino além da expansão econômica, há também um aumento na geração de empregos. Para as empreendedoras há um crescimento pessoal, profissional e financeiro.

Palavras-Chave: Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho. Diversidade de gênero.

A IMPORTÂNCIA DA AUDITORIA INTERNA PARA AS ORGANIZAÇÕES

Henrique Baião Cimini Silveira, Vinícius de Oliveira Muniz, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Daniele Pires Magalhaes, Tiago da Cunha Rosa, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Ayesha Schwartez Souza e Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu

O projeto de pesquisa tem como finalidade demonstrar a importância da auditoria interna no processo decisivo para a organização empresarial, tendo como propósito principal de identificar os controles internos, pretendendo mostrar a importância de uma auditoria dentro de uma empresa. Tendo como maior objetivo expor como a Auditoria pode aprimorar e beneficiar não somente a anulação de passivos trabalhistas, mas como também com contentamento do empregado, de modo que faz com que o mesmo faça suas obrigações de bom grado com eficiência trazendo assim mais lucros para a empresa, minimizando erros e evitando fraudes, sendo assim, complementando valores éticos e morais perante a sociedade. Auditoria Interna como principal objetivo dentro das Organizações com finalidade de aprovar a gestão nas tomadas de decisões, além de identificar de que todos os processos internos e políticas definidas pela empresa estão sendo seguidos e que as transações realizadas estão refletidas na contabilidade de acordo com os critérios previamente definidos, minimizando os erros e auxiliando as Organizações para alcançar seus objetivos.

Palavras-Chave: Auditoria Interna. Controles Internos. Gestão empresarial.

A INOVAÇÃO COMO FATOR DECISIVO PARA O SUCESSO DE UMA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA DO SETOR DE CARNES NA REGIÃO LESTE DE MINAS GERAIS

Cibeli Aleksandra Alcides, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Wemerson Carvalho dos Santos,
Daniele Pires Magalhaes, Eduardo Luiz Poton, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez
Souza e Sâmela Rodrigues Costa

O presente estudo de caso procura abordar uma análise do tema inovação como fator decisivo para o sucesso de uma indústria alimentícia do setor de carnes na região Leste de Minas Gerais. O estudo irá relatar fatores primordiais para o sucesso de um frigorífico que está há 23 anos no mercado. Este artigo tem como objetivos específicos: Investigar os processos de inovação em relacionamento e comunicação com os clientes adotados pela empresa, além de analisar os avanços com a implementação do *Home Office* e as inovações feitas em seus produtos. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica que teve como estratégia de investigação o estudo de caso. Trazendo os resultados sobre inovações através das pesquisas realizadas, mostrando de qual forma essa empresa entrou no mercado e reside atualmente, de que forma está se inovando para manterem-se no mercado competitivo, quais as suas tecnologias usadas dentro do local de trabalho e a inovação em atendimento ao cliente como o *Home Office*. Conclui-se que a empresa está se modificando com o passar dos anos, para garantir sua qualidade em todos os fatores.

Palavras-chave: Inovação. Sucesso. Indústria alimentícia.

**DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS LÍDERES NO AMBIENTE DE TRABALHO ANALISANDO
MOTIVAÇÃO EM UMA DISTRIBUIDORA DE PERFUMARIA DE CARATINGA, MG**

Eduarda Valério Xavier, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Wemerson Carvalho dos Santos,
Tiago da Cunha Rosa, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez
Souza e Leomaro Figueiredo de Oliveira

São muito os desafios e mudanças enfrentados no dia a dia no ambiente de trabalho, e os desdobramentos com relação implementação da liderança no interior das organizações. A conjuntura atual do mercado de trabalho impõe que os profissionais inseridos neste cenário tenham a capacidade de introduzir as habilidades com o objetivo de agregar a mesma. Incentivando a equipe de trabalho a realizar mais que as funções designadas para cada pessoa, visando fazer com que elas anseiem por inovação e pro atividade. As organizações têm buscado a cada dia renovar o seu modo de trabalho objetivando interação interpessoal, autoconfiança, buscando um método eficiente para que os funcionários criem o hábito de liderança vinculados a um rendimento de excelência pessoal e profissional. Tendo como objetivo geral avaliar os desafios enfrentados pelos líderes no ambiente de trabalho analisando motivação. O artigo em questão será fundamentado com acervos bibliográficos atuais como os artigos científicos, livros, documentos, artigos publicados em internet entre outras fontes atuais e verídicas, também será realizado uma pesquisa com profissionais de uma distribuidora de Caratinga MG.

Palavras-chave: Mercado de trabalho. Interação interpessoal. Liderança. Excelência pessoal profissional.

OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID – 19 NO SETOR DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE CARATINGA, MG

Gabrielen de Barros Pereira, Daniele Pires Magalhaes, Wemerson Carvalho dos Santos, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Eduardo Luiz Poton, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez Souza e Renato Avelino Marques

O turismo pode ser definido como um ramo de atividade econômica de grande relevância em nosso país, no que tange ao desenvolvimento social, econômico e cultural. Como uma atividade fortemente geradora de empregos em todas as faixas de renda principalmente, e em grande escala, nas áreas de menor grau de especialização, seu enxugamento traz consequências significativas para diferentes cadeias produtivas. Mediante ao novo cenário imposto pela pandemia do COVID-19, é importante compreender através de uma análise crítica e reflexiva as principais consequências e os reflexos no setor de turismo no Município de Caratinga. As medidas adotadas pelo município através do isolamento social, apesar de ser a única estratégia encontrada até agora para frear o avanço da doença, tem um impacto enorme na atividade econômica, principalmente para aqueles setores e serviços que não são considerados essenciais. Os serviços ligados ao mercado de viagens, por exemplo, estão entre aqueles que são e serão os mais afetados por essa pandemia. Desta forma, o intuito do presente projeto é abordar os efeitos da Pandemia do COVID-19 no setor de turismo no Município de Caratinga-MG, e as possibilidades de reestruturação do setor no pós pandemia, isto se dará através de pesquisa bibliográfica e aplicação de questionários a empresas do setor de turismo e transporte de passageiros no Município de Caratinga/MG.

Palavras-chave: Turismo- Pandemia da COVID-19- Reestruturação.

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE GESTÃO: um estudo de campo em
uma padaria na cidade de Vermelho Novo - MG**

Fernando Bruno de Oliveira Vidal, Daniele Pires Magalhaes, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Deivison de Freitas Brandão, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Ayesha Schwartez Souza e Antônio Ferreira Neto

Esse artigo evidencia através de conceitos teóricos que as organizações necessitam da ferramenta de planejamento estratégico para conseguir solucionar e adequar os problemas que são encontrados, além de identificarem quais medidas se deve tomar para enfrentar as ameaças e maximizar as oportunidades obtidas no mercado atual. Sendo necessário que o gestor esteja atento à maneira que esta ferramenta está sendo aplicada dentro da empresa e se de fato está sendo eficaz, visto que, empresas pequenas encontram dificuldades para utilizar tal ferramenta, pois não contam com gestores que saibam lidar com as informações, diante disto, acabam fracassando em seus empreendimentos. Assim, o objetivo geral deste trabalho foi apresentar as práticas do planejamento estratégico de uma padaria na cidade de Vermelho Novo – MG. Para o alcance do objetivo foram traçados os seguintes objetivos específicos: apresentar as etapas que compõem um planejamento estratégico; evidenciar a aplicabilidade desta ferramenta em uma padaria e demonstrar as vantagens e desvantagens do uso de tal ferramenta. A coleta de dados deu-se através de pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo ocorreu com a aplicação de uma entrevista junto ao proprietário do negócio e por meio das informações obtidas, foi possível realizar a elaboração de uma análise SWOT para o empreendimento. Concluiu-se que a ferramenta de planejamento estratégico é indispensável para sobrevivência de toda empresa, independente do seu porte e as organizações que a utilizam tornam-se competitivas no mercado atual.

Palavras-Chave: Competitividade. Padaria. Planejamento estratégico.

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: O REAPROVEITAMENTO DE CONTEINER NA CONSTRUÇÃO CIVIL. ESTUDO DE CAMPO EM UMA EMPRESA DE VILA VELHA ES

Hiendrick Frederick de Oliveira, Daniele Pires Magalhaes, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Deivison de Freitas Brandão, Ayesha Schwartez Souza e Joubert Thavares Silveira de Oliveira

Este estudo objetivou retratar o empreendedorismo sustentável com sua aplicação ao reaproveitamento de contêiner, por se tratar de um material resistente e que pode ser devidamente aliado à construção civil. Buscou-se uma empresa que trabalhasse com esse segmento de mercado, aplicando o empreendedorismo ambiental. O método utilizado para a elaboração deste trabalho foi a de pesquisa qualitativa com os proprietários para analisar e interpretar aspectos mais profundos com o tema proposto. Objetivou-se na análise da organização, sobre o estudo e aplicação da forma ao empreendedor junto ao conceito sustentável, com a reutilização de contêineres e seu desenvolvimento, identificando ações da empresa relacionadas ao empreender, descrevendo as vantagens e possíveis desvantagens. Chegou-se ao resultado de que a empresa não se enquadra no conceito de empreendedorismo sustentável, pois ela não utiliza métodos que tratam da questão relacionada ao aspecto social. Observou-se que somente os aspectos ambientais e a obtenção de lucro são objetivos da empresa.

Palavras Chaves: Empreendedorismo, contêineres, sustentável, vantagens, ambiental.

A CONTABILIDADE E A NOVA ERA DIGITAL
OS IMPACTOS E AS TENDENCIAS DA TECNOLOGIA NA PROFISSÃO CONTÁBIL

Milene Ferraz Silva, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Tiago da Cunha Rosa, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Wemerson Carvalho dos Santos, Ayesha Schwartez Souza e Ricardo William Estácio Amaro

O presente artigo tem como objetivo abordar os impactos e as tendências da era digital na contabilidade. Como base de estudo, utilizou-se o método Bibliométrico tendo como fonte a revista acadêmica Unisinos onde foi analisado artigos publicados entre os anos de 2012 a 2021, sendo que o estudo apontou um número reduzido de publicações voltados a informatização e inovações tecnológicas no que diz respeito a profissão contábil, bem como sobre a automação de processos na área. Além disso, constatou que as publicações se concentraram nesse ano de 2021, apontando um pequeno número de pesquisas realizadas em relação ao assunto. Sobre a automação contábil não foi constatado nenhuma publicação, o que demonstra a falta de informações perante o assunto. Diante dos resultados, verificou que existe uma propensão maior na concentração de estudos abordando o tema proposto, visto que se trata de um contexto em ascensão.

Palavras-chave: Contabilidade 4.0. Tecnologia da Informação. Inovação.

**INCENTIVOS FISCAIS: COMO A DEDUÇÃO DE TRIBUTOS EM PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS
PODE BENEFICIAR EMPRESAS CONCESSIONÁRIAS DE DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA
ELÉTRICA**

Lorrayne Emerik Souza, Vinícius de Oliveira Muniz, Manoela Gonçalves Ornelas Cangussu, Daniele Pires Magalhaes, Deivison de Freitas Brandão, Eduardo Luiz Poton, Wemerson Carvalho dos Santos, Ayesha Schwartez Souza e Mateus Henrique de Oliveira Pereira

Este artigo tem por finalidade analisar se os projetos socioambientais trazem benefícios financeiros ou não nos resultados das empresas distribuidoras de energia elétrica. Com o advento cada vez mais crescente da necessidade de implantação de projetos sociais e da deterioração do meio ambiente, projetos voltados para a área socioambiental por parte das empresas se tornam cada vez mais necessários. Tal iniciativa gera benefícios que vão além do cunho empresarial, pois tal fato colabora e proporciona o bem estar para todos e fomenta a sociedade na qual está inserida. O estudo se caracteriza de natureza quantitativa de cunho descritivo e tem como suporte a revisão bibliográfica, com o intuito de buscar conceitos relativos a projetos socioambientais e seus benefícios sociais e financeiros, principalmente no conceito da contabilidade fiscal. O presente artigo foi elaborado sob a temática dos benefícios fiscais perante os projetos socioambientais, avaliando através de análises se as empresas que realizam estes projetos estão sendo beneficiadas pelo *tax saving*.

Palavras-chave: Incentivos fiscais. Tributos. Projetos socioambientais. Planejamento Tributário. *Tax saving*.

**PRÁTICA DA CONTABILIDADE RURAL NO APOIO E CONTROLE DO PROCESSO DE GESTÃO
DOS PEQUENOS AGRICULTORES DE CARATINGA-MG**

Lívia Cristina Gonçalves Oliveira, Vinícius de Oliveira Muniz, Alessandra Medeiros Samore
Azevedo, Tiago da Cunha Rosa, Ayesha Schwartez Souza, Eduardo Luiz Poton, Bráulio Francis
Barcelos e Rafaela Fernandes Alves

O presente artigo trata da importância do uso da tecnologia e da contabilidade nas propriedades rurais seja de pequenos produtores. Teve como objetivo identificar a utilização da ferramenta contábil como instrumento de apoio e gestão aos pequenos agricultores dos distritos de Sapucaia e São João do Jacutinga pertencentes ao município de Caratinga -MG. O trabalho se justifica pela importância de aprimorar a contabilidade e a tecnologia nas atividades agrícolas. A metodologia abordada no trabalho foi a pesquisa descritiva com caráter quantitativo, onde foi aplicado um questionário utilizando o método Survey.

Palavras-chave: Contabilidade, Planejamento, Controle, Gestão e Agricultores.

UM ESTUDO SOBRE OS MOTIVOS DA FALÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Natanael Alison Bezerra, Eduardo Luiz Poton, Vinícius de Oliveira Muniz, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Wemerson Carvalho dos Santos, Tiago da Cunha Rosa, Braulio Francis Barcelos e Alessandra Medeiros Samore Azevedo

É notória a contribuição do empreendedorismo para as nações, sendo seus resultados de suma importância para o desenvolvimento socioeconômico. Nesse cenário, as Micro e Pequenas empresas ocupam um lugar de destaque, já que possuem vantagens sobretudo na questão fiscal e tributária, como também as facilidades de tramitação de seus registros com menos burocratização. Por tanto, não bastam as vantagens que possuem pela condição de serem empresas de micro e pequeno porte, existem outros fatores que acabam emperrando a sobrevivência e o sucesso a longo prazo destas organizações. Esse trabalho dedicou-se a entender os motivos que levam as micro e pequenas empresas a falência por intermédio de um levantamento bibliográfico, tendo como objetivo geral investigar as possíveis causas de falências das micro e pequenas empresas no Brasil. Já os objetivos específicos são analisar o que são micro e pequenas empresas e qual seu papel na economia nacional, apontar possíveis causas da mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil e e identificar as estratégias de negócio que podem proporcionar equilíbrio e longevidade para as micro e pequenas empresas.

Palavras-chave: Micro e Pequenas Empresas. Estratégias de Negócios. Gestão Estratégica.

**A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E CONSULTORIA CONTÁBIL PARA OS PRODUTORES
RURAIIS – ESTUDO DE CASO APLICÁVEL EM UMA PROPRIEDADE RURAL PRODUTORA
DE LEITE DA REGIÃO DE CARATINGA/MG**

Arthur Nascimento Costa, Bruno Afonso Ferreira, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa,
Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Vinícius de Oliveira Muniz, Tiago da Cunha Rosa, Eduardo
Luiz Poton, Braulio Francis Barcelos e Roziane do Carmo Albino de Oliveira

Este é um Projeto de Pesquisa construído com a finalidade de elaboração de um artigo científico na qualidade de Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis para as Faculdades Doctum de Caratinga, intitulado “A importância do planejamento e Consultoria Contábil para os produtores rurais-estudo de caso aplicável em uma propriedade rural produtora de leite da região de Caratinga/MG”, concentrado na área da Contabilidade Rural. A pesquisa proposta possui como objetivo analisar e discutir o impacto do planejamento e consultoria contábil em um estudo de caso em uma propriedade rural produtora de leite na região de Caratinga/MG. Tendo em vista a grande importância da agricultura e pecuária no país, estudos foram feitos ao longo do tempo com base na temática, tentando assim abrir os horizontes para os produtores, aplicando o planejamento e a consultoria, visto a grande importância da contabilidade como forma de gerenciamento e que é pouco usado pelos produtores, ajudando assim o administrador a diminuir riscos e maximizar lucros, trazendo maior rentabilidade e entendimento sobre seu negócio, que para muitos é a única forma de renda da família, como é o caso da agricultura familiar, que vivem do que produzem em seus terrenos e que pode tornar uma atividade bastante rentável se for levada a sério e com cuidados no gerenciamento, utilizando de ferramentas certas e critérios de investimentos e gastos.

Palavras-chave: Produtor Rural, Contabilidade Rural, Planejamento e Consultoria.

MARKETING CONTÁBIL: sua influência no sucesso profissional nas Microempresas do setor contábil do município de Caratinga/MG

Jucelia Marques Freitas Oliveira, Bruno Afonso Ferreira, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Marcela Lourdes do Nascimento

O mercado está cada vez mais competitivo e o Marketing Contábil vem se tornando uma ferramenta de extrema importância para o crescimento e sucesso profissional de uma empresa. O presente estudo se justifica em como o Marketing Contábil é importante e necessário. O tema em vigor intitula-se: “MARKETING CONTÁBIL: sua influência no sucesso profissional nas Microempresas do setor contábil do município de Caratinga/MG”. Enquanto parte integrante do marketing foi possível identificar através da pesquisa realizada que o marketing contábil é importante ferramenta a ser usada pelos profissionais da contabilidade em sendo reconhecidamente gestores. A relevância do marketing contábil está evidenciada como importante no relacionamento com seus clientes e preservação e continuidade dos serviços diante de um mercado altamente competitivo. Assim, o Marketing Contábil é importante instrumento de ajuda no ambiente de trabalho, ampliando o relacionamento com os clientes e melhorando o desenvolvimento dos serviços e produtos através da tecnologia. A abordagem metodológica se deu através de pesquisa qualitativa com aplicação de questionário a partir de levantamento bibliográfico e documental. E o estudo é de extrema importância tanto para as empresas que estão chegando agora no mercado, mas também as empresas que já estão introduzidas nesse meio, com o intuito de melhorar e ampliar cada vez mais a qualidade dos serviços prestados.

Palavras-chave: Marketing Contábil. Marketing. Tecnologia e Inovação.

Finanças comportamentais – Regras de Bolso- Uma Análise no Perfil do Investidor e a Relevância da Contabilidade Financeiras nas Tomadas de Decisões para Investidores no Mercado de Capitais

Elenisia Aguiar de Oliveira Silva, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Thalitiely Verônica Oliveira Silva

Estudos ao longo dos anos vem sendo desenvolvidos com o intuito de analisar o comportamento dos agentes econômicos baseados em suas tomadas de decisões, tendo em vista que em muitas das vezes as decisões são tomadas de modo irracional. O presente estudo justifica-se em razão do grau reduzido de conhecimento financeiro da grande maioria da população que, ao ingressar no mercado de investimentos, acaba obtendo perdas significativas do capital investido, devido ao alto grau de risco destes investimentos, tais decisões podem estar influenciando de modo negativo, impedindo que os investidores obtenham êxito em seus investimentos. O tema abordado tem como intuito identificar as causas que produzem as ilusões cognitivas levando os agentes econômicos a cometerem erros sistemáticos de avaliações, valores, probabilidades e riscos, tais estudos se procedem através de uma análise sobre o perfil do investidor, abordando também quais tipos de riscos os mesmos se encontram expostos e apresentar possíveis minimizações. O trabalho apresentado busca enfatizar o desempenho e a relevância do profissional contábil no mercado financeiro no quesito investimentos. O estudo é considerado relevante do ponto de vista científico pois poderá contribuir com tal reflexão para a compreensão dos aspectos que envolvem as finanças, tendo em vista que a mesma se encontra inseridas nas relações de consumo, bem como no controle e manutenção do orçamento dos indivíduos em meio às situações propostas pela economia capitalista, onde as estratégias de mercado são imprescindíveis. Sua metodologia se caracteriza como sendo de cunho descritivo quanto aos seus objetivos, de abordagem qualitativa e tendo como revisão bibliográfica artigos conceituados e conhecimentos específicos dos autores, tem como objetivos específicos enfatizar o comportamento dos agentes financeiros diante das tomadas de decisões no quesito investimentos e evidenciar a relevância do profissional contábil em um mercado mais volátil, ou seja, em um mercado oscilante.

Palavras-chave: Heurísticas. Investimentos. Contabilidade Financeira.

A RELEVÂNCIA DA CONTABILIDADE PARA A GESTÃO DOS PRODUTORES RURAIS

Drielle Evelin Ribeiro, Luiz Alberto Gonzaga, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Thiago Malta Leite do Nascimento, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Jonas Augusto Vieira

A contabilidade rural possui características específicas para o tipo de atividade realizada. Para esse estudo o objetivo geral foi verificar as principais características dos produtores rurais no distrito de Dom Lara, Caratinga, MG. Como objetivos pretendeu-se demonstrar a necessidade da utilização da contabilidade rural e sua relevância na gestão das propriedades rurais como instrumento de apoio para a tomada de decisão; avaliar a percepção e conhecimento sobre a contabilidade pelos produtores rurais; investigar as dificuldades dos pequenos produtores rurais e gerar um conhecimento mais aprofundado sobre o assunto ampliando a discussão sobre o tema aqui proposto, determinando questões importantes para atuação do profissional Contador no âmbito rural. Para isso utilizou-se da pesquisa quantitativa, tendo como instrumento a coleta de dados através de uma entrevista estruturada. A pesquisa mostrou que a maioria dos produtores rurais não possui controle de suas finanças, pois não utilizam nenhuma ferramenta de gestão contábil e nenhuma consultoria especializada para as necessidades da propriedade. Verificou-se que os produtores rurais do distrito de Dom Lara possuem dificuldade sem utilizar ferramentas simples de gestão e de interpretar os dados que podem auxiliá-los na tomada de decisão da propriedade.

Palavras-chave: Contabilidade Rural, Produtor, Gestão Contábil e Fluxo de caixa.

ADESÃO E MOVIMENTAÇÕES DIGITAIS EM APLICATIVOS DE UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Georgeta Mussi, Alessandra Medeiros Samore Azevedo, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa,
Thiago Malta Leite do Nascimento, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e
Braga, Edvaldo Silva Dutra, Braulio Francis Barcelos e Nicolas Xavier Calazans

O objetivo principal do estudo proposto e sua maior aplicação consistem em demonstrar a redução de custos gerados pela adesão aos meios digitais e quais os motivos para essa migração, o estudo foi concentrado em uma Cooperativa de Crédito. Foi utilizado de um método descritivo com a finalidade de analisar e ordenar dados de uma maneira em que não sejam manipulados, uma pesquisa bibliográfica utilizando-se de livros monografias e teses além de uma pesquisa documental, pois ira utiliza-se de documentos particulares da empresa como gráficos e afins através de uma abordagem quantitativa tendo em vista a análise a partir de estatísticas e de valores numéricos. Os dados coletados foram organizados em tabelas e gráficos a fim de demonstrar de maneira nítida e de simples. Além disso, considera-se que o problema sugerido foi devidamente respondido, levando em consideração a identificação do causador pela migração para os aplicativos sendo demonstrada também a redução dos custos obtidos.

Palavras-chave: Cooperativas de crédito. Inovação. Canais digitais. Sistema financeiro.

Análise do nível de satisfação dos cooperados em relação ao aplicativo bancário de uma cooperativa de crédito do Médio Piracicaba -MG

Alice Nardy Ferreira, Edvaldo Silva Dutra, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Thiago Malta Leite do Nascimento, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Braulio Francis Barcelos e Alessandra Medeiros Samore Azevedo

Este artigo é o resultado de uma pesquisa aplicada sobre o delineamento da análise do nível de satisfação dos cooperados em relação ao aplicativo bancário de uma cooperativa de crédito do Médio Piracicaba – MG. Metodologicamente, se tratou de um estudo de caso com levantamento de dados cujo foram analisados quantitativa e qualitativamente, tendo como ênfase seus objetivos específicos que se caracterizam por investigar o nível de utilização do aplicativo bancário, avaliar a satisfação dos usuários e identificar possíveis gargalos nas funcionalidades desse propondo ações de melhoria na utilização. Os resultados obtidos através de um questionário on-line aplicado à clientes da instituição escolhida mostram que a grande parte da carteira de cooperados se tratam de jovens de boa renda e que se ingressaram na instituição a pouco tempo, o que reforça a necessidade investimento em tecnologia e aprimoramento dos aplicativos bancários. Por fim, pode-se dizer que a grande maioria se considera satisfeita com as funcionalidades do aplicativo em modo geral e se sentem motivados a utilizarem o mesmo, sendo necessário cada vez menos a utilização das agências físicas para realização de movimentações financeiras.

Palavras-chave: Aplicativo. Utilização. Tecnologia.

A importância da prestação de serviços em marketing para micro e pequenas empresas

Amanda Fonseca Santos, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Luiz Alberto Gonzaga, Edvaldo Silva Dutra, Bráulio Francis Barcelos e Alessandra Medeiros Samore Azevedo

Marketing é a estratégia de uma organização para aquisição de lucros através da adequação da produção, oferta de mercadorias e/ou serviços de acordo com as necessidades dos consumidores, agregação de valores e o despertar do desejo de compra. Tem como finalidade a criação de valor e atrair a atenção do cliente. Pode ser demonstrado por meio de pesquisas de mercado, designs inovadores, campanhas publicitárias, pré e pós venda, marketing digital, etc. Devido ao cenário atual, nota-se uma crescente oportunidade para micro e pequenas empresas, fazendo com que o desejo de se manterem vistas e consolidadas no mercado seja cada vez maior. As estatísticas apresentadas no trabalho revelam estes dados. O objetivo desse trabalho é apresentar a importância de ter uma empresa terceirizada, especializada e capacitada cuidando da parte visual, estratégica, do marketing e da publicidade da empresa. Apresenta-se que o marketing, tanto online como off-line, faz parte de um planejamento estratégico, o qual se passa despercebido e insignificante para algumas empresas de porte menor, por achar que seria dispensável tal investimento. O planejamento estratégico tem por função objetiva preparar a empresa para o inesperado, definindo metas, auxiliando na tomada de decisões, mobilizações e efetivas ações para que a empresa possa alcançar seu objetivo com sucesso. O que também interfere diretamente em como uma empresa irá sobressair no mercado, é a definição da marca, seu posicionamento e sua personalidade.

Palavras-Chave: Marketing. Micro e pequenas empresas. Terceirização.

A síndrome de burnout: um estudo correlacionado com a frequência da síndrome e sua recuperação

Ana Carolina Freitas Pinheiro, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Luis Gustavo Schroder e Braga, Luiz Alberto Gonzaga, Edvaldo Silva Dutra e Alessandra Medeiros Samore Azevedo

O presente artigo tem como objetivo identificar e descrever quais aspectos do engajamento intensificado no trabalho podem tornar os profissionais vulneráveis à síndrome de Burnout. Quando se tem colaboradores altamente engajados, esses profissionais desenvolvem em si próprios a famosa atitude de dono. Deixam de trabalhar apenas por bonificações e remuneração e passam a trabalhar com maior persistência e dedicação. O funcionário que mais produz nem sempre é o funcionário que está mais engajado, o que gera grandes incertezas nas organizações. Estar em nível de compulsão por trabalho e estar engajado possuem uma enorme diferença. Engajamento no trabalho é o nível de investimento pessoal de tempo e esforço que colocamos no nosso trabalho. Quanto maior for o engajamento de alguém, maior será o comprometimento com o sucesso da empresa e com os resultados gerados. Sendo assim, a síndrome de Burnout é uma das mais importantes consequências do elevado estresse no trabalho, a sensação de estar acabado, ou Síndrome do Esgotamento Profissional, é um tipo de resposta prolongada a estressores emocionais e interpessoais crônicos no trabalho. Tem sido descrita como resultante de uma vivência profissional em um contexto de relações sociais complexas, envolvendo a representação que a pessoa tem de si e dos outros. Sendo assim, foi aplicado o método bibliográfico de pesquisa, o qual contou com estudos de artigos e reportagens, indicando sucesso na aplicação dos temas pesquisados.

Palavras-chave: Síndrome de Burnout. Engajamento no Trabalho. Técnicas de Relaxamento.

O impacto da pandemia no mercado de capitais brasileiro: estudo de caso com investidores do Médio Piracicaba-MG

Bernardo Ribeiro Reis, Bruno Afonso Ferreira, Weven da Silva Viana da Fonseca Feitosa, Edvaldo Silva Dutra, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Edvaldo Silva Dutra, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno

O presente artigo visa analisar o impacto da pandemia do vírus Covid-19 no mercado de capitais brasileiro. O principal intuito desse estudo de caso foi analisar, através do método de pesquisa qualitativo e quantitativo, o quanto a disseminação dessa doença em escala mundial afetou a economia e o mercado de capitais na concepção dos investidores da região do Médio Piracicaba-MG. A partir dos dados coletados na pesquisa, obteve-se novas informações precisas e importantes para atuais investigações nesse campo de estudo. Torna-se relevante frisar, que a coleta dos dados dessa pesquisa mostrou o forte impacto que a pandemia gerou na economia e no índice da B3, o Ibovespa. A contribuição desse estudo situa-se no campo da economia regional e promove futuras discussões para possíveis embates teóricos acerca do mercado de capitais e também da pandemia do Covid-19, a qual afetou diversos setores e a subdivisão desses setores, como é o caso da economia nacional e a economia regional.

Palavras-Chave: Mercado de capitais. Pandemia. Impacto.

Política de gestão para a criação de um restaurante com utilização de práticas sustentáveis

Eduarda Enthuelle Gomes Silveira, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Luiz Alberto Gonzaga, Luis Gustavo Schroder e Braga, Edvaldo Silva Dutra, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno

O presente trabalho realizou o levantamento das vantagens previstas na abertura de um restaurante com práticas sustentáveis. O seu foco é controlar e cuidar do bem mais precioso que temos, o meio ambiente. O objetivo geral deste trabalho, está voltado para realizar sistematização de propostas de ações para a realização de práticas de gestão sustentável, em um restaurante, assim como sua aceitação perante a população que futuramente se tornara clientes. As soluções estabelecidas afetam em diferentes aspectos ao mesmo tempo, por isso, devem ser pensadas de forma universal e integrada para que se possa obter um impacto mais positivo. Através desse estudo, foi possível perceber que os consumidores, estão cada vez mais conscientes e a procura de restaurantes que visam contribuir para a diminuição de impactos ambientais. Este estudo é de caráter descritivo, utiliza-se da pesquisa qualitativa em seu desenvolvimento. Busca ressaltar como a reciclagem e as práticas sustentáveis podem contribuir de forma direta com o meio ambiente. O referencial teórico aborda os temas essenciais relacionados a problemática da pesquisa. Na pesquisa de campo foi realizado um questionário, no qual 55 potenciais clientes participaram, com o objetivo de ressaltar a importância da sustentabilidade para eles. A pertinência desse trabalho se deu no sentido de analisar o posicionamento dos estudiosos e escritores abordados, que auxiliam no conhecimento e planejamento da abertura desse estabelecimento de forma eficiente.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Restaurante. Conscientização

A importância do planejamento estratégico para uma empresa de pequeno porte

Gabriel Bonfim Ciriaco, Sérgio Antonio de Paula Nogueira, Eliane Pereira Fernandes, Luiz Alberto Gonzaga, Luis Gustavo Schroder e Braga, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho
Neponuceno

O objetivo deste artigo é mostrar como o planejamento estratégico é um fator essencial para que as empresas alcancem as suas metas com mais organização, melhor desempenho e menos problemas durante o caminho. Com o planejamento estratégico as empresas podem acompanhar melhor as mudanças e tendências do mercado de trabalho. A questão liderança também é outro fator a ser trabalhado pelo planejamento estratégico, já que um líder bem-preparado e competente tem a capacidade de levar sua organização ao sucesso. Será demonstrado como é importante se ter o conhecimento dos ambientes interno e externo da empresa e interagir com os mesmos, para que assim possa ser feita uma análise das estratégias e de ter uma compreensão de como é o funcionamento do setor econômico e do andamento do mercado de trabalho. Será apresentado como o planejamento estratégico é influenciado pelos diversos ambientes e variáveis como a demografia, a economia, a geografia e outras mais. É muito importante levar em consideração a igualdade e a diversidade que o mercado apresenta.

Palavras-Chave: Liderança. Planejamento. Mercado

Estilo de liderança em determinada parte do comercio de João Monlevade

Gabriella dos Santos Onofri, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luis Gustavo Schroder e Braga, Thiago Malta Leite do Nascimento, Luiz Alberto Gonzaga, Eliane Pereira Fernandes, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno

O presente trabalho colocou em evidência os diversos tipos de liderança presentes em algumas lojas do varejo da cidade de João Monlevade e suas particularidades. É demonstrado como um líder influencia sua equipe com suas características de liderança. Considerando que há diversos tipos de lideranças, como, liderança autocrática, liderança liberal, liderança democrática, liderança motivadora, liderança paternalista, liderança técnica e liderança carismática, consta no presente trabalho explicação dos principais modelos de lideranças e suas características de modo em que foi referência como base para a classificação de líderes para as diferentes lojas, contendo dados de pesquisa com os funcionários de algumas lojas, sendo destacado por meio de gráfico o tipo de liderança mais presente. Sendo utilizada para coletar os referidos dados na plataforma do Google Forms que possibilita a visualização do todo, contendo a descrição e também por meio de perguntas impressas e entregues a cada um deles, sendo também acrescentado no gráfico de fácil compreensão.

Palavras-Chave: Liderança. Comercio. Colaboradores.

Liderança e satisfação dos colaboradores

Gustavo Torres da Silva, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Eliane Pereira Fernandes, Luiz Alberto Gonzaga, Thiago Malta Leite do Nascimento, Luis Gustavo Schroder e Braga, Bruno Miguel da Silva e Alexandro de Carvalho Neponuceno

Este artigo trata da relação entre tipo de liderança de um gestor bancário (gerente de agência) e satisfação dos colaboradores de uma instituição financeira da região do Médio Piracicaba, em Minas Gerais, a partir da identificação das principais competências do líder, do tipo de liderança praticado e da influência do clima organizacional. A questão de pesquisa que norteou os estudos foi: como a liderança pode influenciar a satisfação dos colaboradores? Para alcance dos objetivos e obtenção dos resultados, foi aplicada a metodologia exploratória descritiva, aliada a aplicação de um questionário estruturado a 13 (treze) funcionários da agência bancária pesquisada. Os dados coletados foram submetidos à análise de conteúdo, com sobreposição de análise qualitativa. Conclui-se, no âmbito deste estudo, que a liderança e o perfil do líder estão ligados às inúmeras competências que o gestor precisa desenvolver para liderar sua equipe, assim, torna-se imprescindível o trato do coletivo, o reconhecimento dos esforços da equipe, a valorização da produtividade seguida da respectiva recompensa, o envolvimento com o crescimento do colaborador, o comprometimento com a busca de solução dos problemas junto com a equipe. O estilo de liderança identificado foi o estilo democrático, o que explica os índices de avaliação alcançados pelo gestor. Por sua vez, os colaboradores demonstraram estar muito satisfeitos em trabalharem na empresa e de fazerem parte da equipe que integram, além de valorizarem o gestor que os lidera.

Palavras-Chave: Liderança. Setor Bancário. Motivação. Satisfação de Colaboradores.

A relevância do Marketing no Ambiente Empresarial: Estudo de Caso na Empresa Beauty Cosméticos

Hendriago Frantesco Silva Costa, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Thiago Malta Leite do Nascimento, Eliane Pereira Fernandes, Luiz Alberto Gonzaga, Luis Gustavo Schroder e Braga, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno

O presente estudo se propôs a analisar a relevância do marketing no ambiente empresarial tendo como base a empresa Beauty Cosméticos, focando nas ações utilizadas para o seu crescimento. Os tópicos abordados na pesquisa, mostram as estratégias de marketing utilizadas, análise de crescimento e os resultados financeiros obtidos após a utilização do marketing. Foi realizada uma coleta de dados da Beauty Cosméticos. Estes números englobam as mídias sociais utilizadas para alavancar suas vendas, o alcance de cada uma delas e o faturamento bruto no período analisado. Esses dados foram transcritos, interpretados, comparados e analisados para identificar quais são os resultados obtidos e os impactos do marketing no faturamento. Foi realizada também uma entrevista com os proprietários para entender o funcionamento da empresa. As análises realizadas nessa pesquisa indicaram que a Beauty Cosméticos está aplicando de maneira correta as ferramentas do marketing e aproveitando as oportunidades que a divulgação planejada oferece.

Palavras-chave: Marketing. Beauty Cosméticos. Empresa. Análise.

As Oportunidades e Estratégias do Marketing Digital nas Empresas durante a Pandemia

João Edson Costa Teixeira, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luiz Alberto Gonzaga, Thiago Malta Leite do Nascimento, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno

O presente TCC, elaborado pelo acadêmico João Edson Costa Teixeira, visa buscar através de novas oportunidades de marketing digital, estratégias para contribuir de maneira prática e inovadora para empresas frente à realidade da crise econômica causada pelo Covid-19. De modo que tenha como hipóteses levantadas o entendimento de que as empresas têm buscado estratégias que garantam valor a sua marca, ou seja, como uma oportunidade do produto disponibilizado pela empresa não caia no esquecimento, mas continuem com algumas vantagens competitivas. Sendo assim a ideia, em tempos de pandemia, é um desafio para as empresas usarem o Marketing Digital, baseado em suas dificuldades empresariais, pois se trata de um controle dos seus negócios, funcionando como um posicionamento assertivo, capaz de permitir às organizações se atualizar constantemente e ficar atento aos concorrentes e às mudanças que acontecem no mercado, que por sua vez, direcionam a encontrar tendências e influenciar na melhoria e um aumento nas suas vendas.

Palavras-chave: Marketing Digital. Marketing de conteúdo. Empreendedorismo na internet.

A importância da utilização dos integrados de gestão: um estudo de caso em um centro de formação de condutores em Alvinópolis-MG

Joelma Imaculada Sant'Ana, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luiz Alberto Gonzaga, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e
Alexandro de Carvalho Neponuceno

Este artigo se baseia em um estudo de caso e tem como objetivo geral demonstrar a importância da utilização dos sistemas integrados de gestão, para planejamento e organização da gestão de um centro de formação de condutores em Alvinópolis-MG. Como objetivos específicos, buscou coletar dados e informações referentes ao modelo de gestão atual da empresa, desenvolver um estudo sobre as vantagens da utilização dos sistemas integrados de gestão e identificar gargalos existentes na execução das atividades internas da empresa. O estudo se tratou de uma pesquisa qualitativa, quantitativa e bibliográfica com base em análise de dados buscando responder a seguinte problemática: Quais as vantagens que a utilização dos sistemas integrados de gestão podem trazer para um centro de formação de condutores em Alvinópolis-MG? Com o auxílio de um questionário online aplicado a quatro integrantes da empresa, os resultados obtidos foram analisados minuciosamente mostrando que existem falhas decorrentes do modo de gestão atual devido a diversas bases de dados que devem ser atualizadas constantemente, por esse modo a utilização dos sistemas integrados simplificaria as atividades tornando mais seguro o gerenciamento de forma eficiente.

Palavras-Chave: Planejamento. Gerenciamento. Sistemas Integrados de Gestão.

Marketing Digital como Diferencial competitivo em um Supermercado da Cidade de Santa Bárbara-MG

Maria Luiza Hosken Braga, Sander Neves, Bruno Afonso Ferreira, Luzia Nunes dos Santos, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Camila Silva Freguglia e Alexandro de Carvalho Neponuceno

A busca por adotar e elaborar estratégias de marketing, corresponde ao interesse de apresentar melhor a organização para seu público, expondo a atuação, as atividades realizadas e os limites de abordagem do negócio. Nos mercados comerciais, o dinamismo do setor exige um empenho dos gestores na busca por melhorar as relações com os clientes. O objetivo principal do presente trabalho se caracterizou pela formulação de estratégias sugeridas aos gestores de um plano de marketing, no qual considerava a melhoria das relações com os clientes atuais e ao mesmo tempo fosse eficiente na atração de novos clientes com base na clara exposição dos serviços e atrativos do negócio. A construção de plano de marketing digital surge do interesse em melhor expor a organização nas mídias digitais, levando as informações relevantes para novos clientes e ainda dando espaço para que os atuais clientes possam interagirem deste modo com a organização. Para melhor fundamentar quais ações podem ser abordadas na construção do plano, as ferramentas administrativas podem ser eficientes na exposição dos fatores principais relativos a organização, bem como, a apresentação dos aspectos relevantes de melhoria. Com a procedência da coleta de dados, estratégias podem apresentadas, levando em conta os recursos disponíveis, a possibilidade da organização executar e os interesses organizacionais. Os resultados do estudo demonstraram uma viabilidade da implementação do plano, levando em conta os custos e procedimentos a serem seguidos, gerando possíveis melhorias para o estabelecimento ao se proceder com um melhor gerenciamento do seu marketing. Após a procedência dos dados analisados, foi proposto aos gestores da empresa melhorias e ações aos quais ponderava um modelo de plano de marketing voltado para o atendimento dos clientes de forma remota, além de demonstrar os seus principais atrativos como vantagem competitiva.

Palavras-chave: Marketing. Plano. Administração.

A Importância da Elaboração e Acompanhamento de Dashboards na Manutenção

Marlon Vinícius Venâncio, Luzia Nunes dos Santos, Bruno Afonso Ferreira, Sander Neves, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira Fernandes, Thiago Malta Leite, Camila Silva Freguglia e
Alexandro de Carvalho Neponuceno

Com o desenvolvimento de novas tecnologias e exigências cada vez maiores de bons desempenhos das indústrias como um todo, o processo produtivo das empresas teve que evoluir e adotar soluções cada vez mais tecnológicas para atender às altas demandas de mercado, e junto com esta onda crescente de evolução o processo de manutenção industrial também teve que passar por suas adequações. Uma das mudanças mais expressivas neste setor foi em relação a demonstração de dados específicos para o processo de manutenção, pois um processo que antes era diretamente relacionado a falhas e corretivas, o que portanto não se desejava ver, passou a ter uma posição extremamente importante dentro da cadeia produtiva. Passou a exercer um papel mais voltado a gestão de ativos que envolve não somente reparos de falhas mas sim previsão da vida útil dos equipamentos industriais e garantia de operação ininterrupta de processos por meio de intervenções assertivas com qualidade e na hora correta, criando-se assim a necessidade de um bom acompanhamento . Esta nova visão da manutenção trouxe também desafios para quem gerencia tal processo. Tornou-se necessária a escolha dos meios em que os dados deveriam ser demonstrados. Dentre outros meios de demonstração de dados disponíveis, a utilização de dashboards dentro do processo de manutenção provou possibilitar o acompanhamento de todo o processo por parte dos gestores. Porém este acompanhamento, quando encontra-se somente à disposição do gestor, não deixa bem definido a todos os participantes da equipe quais as metas e quais os indicadores devem ser mantidos para se alcançar o sucesso, sendo demonstrados muitas vezes de maneira tardia a quem realmente alimenta estes dados, ou seja, os funcionários envolvidos no processo como um todo e não somente o gestor. Neste contexto, este estudo vem com objetivo de demonstrar que quando estes painéis são apresentados para toda a equipe obtêm-se ganhos, pois possibilita que todos tenham ciência da contribuição para a saúde do setor em geral, agilizar-se o processo de mudança quando são necessárias, sem excluir a possibilidade da utilização dos dados levantados pelo gestor de outra forma que possa acompanhar os mesmos na forma de KPIs, ou seja, possibilita que o gestor do processo estabeleça metas de desempenho dos seus colaboradores de forma individual, porém mantendo uma única fonte de coleta de dados. A dificuldade na implementação dos dashboards neste modelo mais amplo de visualização está no fato de que os dados são vistos por todos e, portanto, em um primeiro momento a aceitação nem

sempre será imediata por toda a equipe, o que configura um desafio para o gestor durante a implantação, que apesar de ter no próprio ambiente de trabalho as ferramentas disponíveis para demonstração de dados, esbarra na maturidade dos colaboradores em relação à exposição de resultados individuais. Por fim é possível dizer que ganhos podem ser obtido, o que incluem o melhoramento no controle de dados, estabelecimento de metas e possibilidade de visão macro do sistema por todos os envolvidos. Portanto é uma mudança que deve ser implantada com extrema cautela para que seja possível obter a assertividade na implantação, sem prejudicar o clima organizacional da empresa, pois isso causaria mais prejuízos do que ganhos para o processo.

Palavras-Chave: Indicadores. Metas. Planejamento.

Análise da relação dos programas de recursos humanos e recompensas versus o aumento da produtividade e motivação dos colaboradores: estudo de caso na empresa Prumo Engenharia

Rayssa Mendes Fróis, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Sander Neves, Vinícius de Oliveira Muniz, Eliane Pereira Fernandes, Thiago Malta Leite, Liércio Feital Motta Júnior, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues

Este artigo estuda a atuação do setor de Recursos Humanos na empresa Prumo Engenharia no contrato com o cliente Vale, nomeado Vale Troca de Trilho EFVM da região malha ferroviária Vitória/ES a Belo Horizonte/MG. A ideia de identificar várias ferramentas e comportamentos para alcançar melhores resultados surge da necessidade de reduzir o custo de vários sistemas de produção e identificar o que mais faz aflorar a motivação do empregado aumentando sua produção e satisfação. A redução de custos está ligada às necessidades competitivas, uma vez que a mão de obra especializada está cada vez mais precária no mercado atualmente, resta então atuar com um controle rigoroso de custos internos para aumentar a margem de lucro e fidelizar os funcionários os mantendo satisfeitos, os fazendo sentir parte do processo e valorizado. O objetivo geral deste trabalho é analisar a relação dos programas de Recursos Humanos e Recompensas versus o aumento da produtividade e motivação dos colaboradores na empresa Prumo Engenharia. Desse modo, tendo como objetivos específicos: a) Identificar a atuação do departamento de recursos humanos na empresa; b) Mencionar e analisar a influência na vida laborativa dos empregados sobre a atuação desses programas de benefícios e gratificações já existentes; c) Demonstrar a importância do departamento de recursos humanos na empresa, no que diz respeito a programas de benefícios, promoções, qualificações, treinamentos e controle de pessoal que pode contribuir no resultado financeiro da empresa. Nesse contexto, foi desenvolvida uma estrutura de pesquisa neste trabalho, a qual foi dividida em duas partes. O primeiro será os resultados da pesquisa teórica obtidos por meio de estudos bibliográficos. Na segunda parte, são realizados estudos de campo com os próprios funcionários da empresa atuante no contrato supracitado e apresentados os resultados obtidos.

Palavras-chave: Produção. Motivação. Recursos Humanos.

Desafios e oportunidades das empresas perante o covid-19– gestão empresarial

Sara de Jesus Aguiar Alberto, Camila Silva Fregulia, Sander Neves, Luzia Nunes dos Santos,
Vinícius de Oliveira Muniz, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Eliane Pereira
Fernandes, Camila Silva Fregulia e Aline Mioli Rodrigues

O desenvolver do artigo de TCC II, elaborado pela acadêmica Sara de Jesus Aguiar Alberto do 8º período de Administração, possui por tema os desafios das empresas perante o Covid-19, possui a tarefa de apresentar e realizar análises complexas das organizações durante a pandemia do Covid-19, induzindo a identificação dos principais problemas enfrentados e quais são as mudanças sofridas no decorrer do período pandêmico, firmando necessário desvendar as vantagens e desvantagens deste fato. Tendo por solução a implantação da Gestão Empresarial e demais ferramentas de melhorias, que possibilitaria as empresas uma visão estratégica para o desenvolvimento de técnicas eficientes, possibilitando mudanças repentinas, que são de extrema valia, em tempo hábil, sem que haja dano para a empresa. Pesquisa metodológica descritiva, qualitativa por meio da coleta de dados com formulários, questionamentos e outros. Considerando todas as informações absorvidas neste estudo, verifica-se necessário o uso de ferramentas básicas para ajudar a organização do fluxo da gestão organizacional.

Palavras-chave: Covid-19. Empresas. Gestão.

Contabilidade Gerencial: Uma Visão na Tomada de Decisão Empresarial

Felipe Moreira dos Santos, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Sander Neves, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Camila Silva Freguglia, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Fabio Goldner e Aline Mioli Rodrigues

Em uma era onde a informação deve circular de maneira rápida e eficiente, entidades devem desenvolver metodologias para obter êxito, tendo em vista que atuam dentro de um contexto sócio econômico. Com isso, o profissional deve buscar decisões de maneira ágil e fidedigna, tornando assim uma ferramenta de apoio na tomada de decisão. Com dados livres de erros, desenvolverá clareza para que possa estar preparado para possíveis eventualidades com benefícios organizacionais para seu processo de decisão, transformando suas informações em objetivos claros para empregar dentro das instituições onde exercem funções. Este trabalho tem como objetivo demonstrar a importância do uso da ferramenta de contabilidade gerencial para a tomada de decisão no desenvolvimento da empresa, e, como a falta de padronização poderá afetar a qualidade ou desempenho da empresa.

Palavra-Chave: Contabilidade Gerencial. Tomada de Decisão. Desenvolvimento.

Planejamento Tributário: Uma ferramenta de Estratégia Competitiva

Marcela Leite Quintão, Camila Silva Fregulia, Fabio Goldner, Luzia Nunes dos Santos, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Rubens Marinho Monteiro, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues

O presente artigo aborda sobre a importância do planejamento tributário dentro das organizações. Tem como objetivo geral o desenvolvimento de uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de apresentar o conceito de planejamento tributário como a principal ferramenta para o desenvolvimento saudável da empresa. Considerando que o cenário cada vez mais competitivo em relação à carga tributária, cria-se a seguinte situação: qual a melhor forma de tributação para uma saúde fiscal favorável de sua empresa? Sobretudo é fundamental entender a necessidade e particularidade de cada regime juntamente com a contabilidade. O presente trabalho tem como objetivo geral, analisar qual a melhor forma de tributação e recursos possíveis sobre aproveitamento de créditos através de análises fiscais, para a empresa, em busca de crescimento. Os objetivos específicos desse estudo de caso será compreender o sistema tributário nacional e os distintos regimes tributários; analisar e demonstrar através de pesquisas, levantamentos de dados sobre aproveitamento de créditos e análises fiscais para a empresa; Levantar análises de resultados sobre as brechas encontradas dentro da lei sobre aproveitamento de créditos.

Palavras-chave: planejamento tributário; contabilidade; aproveitamento de créditos.

O Contador como um Consultor Gerencial em uma Empresa

Nathália das Dores Santos, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Rubens Marinho Monteiro, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Malta Leite, Liercio Feital Motta Júnior, Fabio Goldner, Camila Silva Freguglia e Aline Mioli Rodrigues

Este trabalho tem por objetivo descrever as atividades de um consultor gerencial dentro de uma empresa, reconhecer a importância de uma boa gestão para se superar momentos de mudanças e de crises. Quando a administração da empresa através dos seus gestores e a contabilidade decidem trabalhar de forma compartilhada e mútua a organização só tem a se ampliar e desenvolver, descobrindo assim a melhor forma de se reestruturar e assim ter bons resultados. A contabilidade tem se tornado uma grande aliada dos empresários que querem reduzir seus custos e otimizar sua produção, para isso uma boa gestão de todos os recursos e deveres dos mesmos deve ser feita para que a organização tenha uma saúde financeira satisfatória, gerando assim mais lucros. Desta forma a empresa atinge seus objetivos e a contabilidade passa a ser uma aliada e parte importante na organização. Os objetivos específicos se darão por meio de conhecer os métodos a serem utilizados para um bom gerenciamento. Descrever as atividades de um consultor gerencial dentro de uma empresa. E analisar de forma teórica quais as formas de desenvolver um gerenciamento financeiro adequado para um bom crescimento empresarial. A metodologia utilizada neste artigo será descritiva e bibliográfica utilizando livros e artigos dispostos para devidos estudos.

Palavras-chave: Consultor Gerencial. Contabilidade. Gestão.

Responsabilidade Civil e Penal dos Contabilistas

Fabio Goldner, Liercio Feital Motta Júnior, Rubens Marinho Monteiro, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Malta Leite, Luzia Nunes dos Santos, Leonardo Garcia da Silva, Sabrina Aparecida de Oliveira e Aline Mioli Rodrigues

O presente trabalho tem como objetivo analisar a NBC PG 01 - Código de Ética Profissional do Contador, que diz respeito às responsabilidades civil e penal dos contabilistas, servindo de orientação para os mesmos estarem cientes de suas responsabilidades e sobre as penalidades que estão sujeitos, além de investigar o nível de conhecimento dos contadores quanto às penalidades devido à má conduta da profissão e discutir sobre a Conduta Ética do contabilista. A execução do projeto se deu através da pesquisa de abordagem qualitativa e a exploratória, quanto aos procedimentos técnicos foi utilizada a pesquisa bibliográfica desenvolvida com o auxílio de livros e normas disponibilizadas na internet, e os instrumentos para o plano de coleta se dará através da aplicação de questionário aos Contabilistas e aqueles futuros Contadores (as), para avaliação do perfil dos profissionais atuantes e daqueles futuros profissionais que entrarão para o mercado. Com resultado o trabalho irá validar se grande parte dos contabilistas tem conhecimento à respeito das suas responsabilidades tanto civil quanto penal, e expor o Código de Ética Contábil e suas respectivas penalidades quanto à transgressão das leis, orientando os contabilistas sobre a sua Conduta Ética, mostrando as maneiras de se prevenir à futuros infortúnios com os seus clientes e prevenir a má administração de uma organização que pode acarretar futuros processos e até mesmo falência ou fechamento da mesma.

Palavras-chave: Contabilista. Código de Ética. Penalidade.

Contabilidade Pública: O Papel do Profissional Contábil no Setor Público

Fabio Goldner, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Rubens Marinho Monteiro, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Malta Leite, Leonardo Garcia da Silva, Sara Julie Bicalho Ferreira e Aline Mioli Rodrigues

A profissão contábil representa uma importante função no processo de gestão e administração das organizações. Este trabalho tem como intuito mostrar a importância do contador no setor público, proporcionar um conhecimento sobre os conceitos de contabilidade pública, conhecer o papel e os cargos do profissional contábil no setor público além de suas expectativas na área. O trabalho foi desenvolvido no campo da Ciência Contábil e trata da área da contabilidade pública, bem como a transparência na gestão pública e tem como tema o papel do profissional contábil no setor público. A metodologia utilizada foi a partir de uma pesquisa explicativa. Quanto aos procedimentos técnicos utilizados temos como método a pesquisa bibliográfica desenvolvida a partir de material já elaborado, principalmente de livros e artigos científicos. Onde compreendeu-se que, o contador que atua no setor público é uma ferramenta essencial para uma boa administração pública, sendo de extrema importância esse profissional ser capacitado e estar sempre bem atualizado visto pela forte competitividade no atual cenário mercadológico e para assim atender os interesses de toda a sociedade. O contador deve estar sempre atento à legislação e aos princípios contábeis. Além disso, evidenciou que o mercado para o contador está cada vez mais em ascensão e promissor devido às necessidades das empresas em aperfeiçoar o controle, a organização e planejamento dos negócios. Concluiu-se que, o contador público exerce uma função fundamental no setor público no que se refere a informação e auxílio de tomadas de decisões, garantindo sempre a transparência na gestão pública.

Palavras-chave: Contabilidade Pública. Setor Público. Profissional Contábil.

A IMPORTANCIA DO CONTADOR NA ATIVIDADE DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Laecio Alves Dos Santos, Camila Silva Fregulia, Luzia Nunes dos Santos, Fabio Goldner, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Thiago Bitencourt, Leonardo Garcia da Silva, Rubens Marinho Monteiro, Aline Mioli Rodrigues e Riziane De Oliveira Xavier

O presente trabalho acadêmico trata-se de um Projeto de Pesquisa desenvolvido em função da construção de um artigo científico que será apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Doctum Teófilo Otoni. O projeto intitula-se “A importância do Contador na atividade do Microempreendedor Individual” cuja área de concentração é a Contabilidade Administrativa. O propósito é apresentar um estudo sobre a Contabilidade Administrativa na atividade laboral do Microempreendedor Individual (MEI) no Brasil, reforçando a importância do papel do profissional contábil como fornecedor de informações. A relevância do estudo é poder servir de orientação para as organizações na conquista da eficácia constante, valorizando o papel do profissional contábil no direcionamento dos negócios para a prosperidade. O trabalho será produto de uma pesquisa bibliográfica, numa leitura interdisciplinar e com abordagem qualitativa

Palavras-chave: Empreendedorismo. Negócio. Contabilidade. Gerenciamento.

O PAPEL DOS ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO NAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO

Ana Carolina Dos Santos Faustino, Camila Silva Fregulia, Fabio Goldner, Leonardo Garcia da Silva, Thiago Bitencourt, Manoel Carlos Rocha Lima, Rubens Marinho Monteiro, Aline Mioli Rodrigues e Narla Aparecida Cordeiro Caetano

O trabalho tratou de um estudo sobre a análise detalhada dos três níveis de controle nas Cooperativas de crédito, cujo objetivo geral foi a relevância das atividades da auditoria interna, externa e conselho fiscal nos aspectos de participação, objetividade, que se complementam para um melhor desenvolvimento dos processos dentro de uma cooperativa de crédito no sistema financeiro atual. Para o embasamento teórico o método utilizado foi a da bibliografia com autores renomados, livros e artigos publicados, para garantir a veracidade do resultado da pesquisa. A pesquisa constatou que a análise da relevância do tema no sistema financeiro atual, combinando as auditorias interna e externa com o controle do conselho fiscal, junto a práticas de governança corporativa associada as regras de *compliance* que surgiram para o controle interno dos regulamentos fazendo que os cumpram mitigando as fraudes. Para aumentar a credibilidade e a técnica adotam-se as certificações de sistema de gestão , são para os colaboradores ou instituições que buscam evoluções de processos ou de serviço, um fator que representa isso, é a ISO 9000 ser conhecida internacionalmente podendo representar fator primordial agregando valor e buscando padrões de excelência no mercado tendo a certificação específica adequada ao fator diferencial estratégico para a organização, transparência e confiabilidade das cooperativas de crédito.

Palavras-chave: Cooperativa. Conselho fiscal. Auditoria interna. Auditoria independente. Governança Corporativa. Compliance.

**PRINCIPAIS FATORES DA MORTALIDADE PRECOCE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
SOB A ÓTICA DO CONTADOR**

Aldeane Aparecida Silva Moreira, Camila Silva Fregulia, Manoel Carlos Rocha Lima, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Rubens Marinho Monteiro, Leonardo Garcia da Silva, Aline Mioli Rodrigues e Karla Gomes Ferreira

Diante da constatação de que a um elevado número de micro e pequenas empresas (MPEs) que encerram suas atividades pouco tempo após terem sido constituídas, esse artigo tem por finalidade descrever do ponto de vista do contador, quais os fatores determinantes para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas na cidade de Teófilo Otoni – MG. Segundo o Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa (SEBRAE, 2008), no Brasil as micro e pequenas empresas representavam 97,5% do total de empresas constituídas no país, colaborando diretamente para a economia gerando postos de trabalho e renda. Porém 22% destas empresas decretaram falência antes de atingir os dois primeiros anos de criação. São várias as causas que levam as micro e pequenas empresas ao fracasso, dentre algumas pode-se citar as falhas gerenciais, fatores econômicos, despesas excessivas, desconhecimento do mercado, entre outras. Diante disso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica visando constatar os vários fatores cruciais para o insucesso empresarial e as medidas necessárias para evitar que isto ocorra. Concluiu-se que diversos fatores corroboram para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas, entretanto, um melhor relacionamento entre contador e gestor pode mitigar as probabilidades de um empreendimento falir nos anos iniciais de sua atividade.

Palavras-chave: Micro e pequena empresa. Empreendedorismo. Mortalidade.

O DESAFIO DA ELEVAÇÃO DA CONTABILIDADE DIGITAL PARA OS PROFISSIONAIS CONTÁBEIS

Airane Franco Silva, Manoel Richardson Soares Grilli, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Leonardo Garcia da Silva, Rubens Marinho Monteiro, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Andreina Batista Santos

Este é um Projeto de Pesquisa desenvolvido na área da Contabilidade Digital, intitulado “O desafio da elevação da contabilidade digital para os profissionais contábeis”, visando à construção do Artigo Científico que será apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Essa pesquisa busca evidenciar o impacto dos avanços tecnológicos no setor contábil e como os profissionais dessa área devem reagir a essas transformações a fim de se manterem ativos no ambiente de trabalho, atualizando-se conforme demanda a sociedade empresarial. Tema esse, que trouxe muitas alterações, em um ambiente cada vez mais competitivo, onde contadores e demais profissionais envolvidos na área contábil, precisam estar sempre atualizados para cumprir as exigências. Levando em consideração, que além de ser considerada uma tendência em plena expansão no mercado mundial, a contabilidade digital teve sua adesão significativamente ampliada durante a pandemia da COVID-19. Trata-se de um estudo descritivo, de caráter transversal e interdisciplinar com abordagem qualitativa a partir de pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Contabilidade digital. Avanços tecnológicos. Educação continuada.

A VALORIZAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DA CONTABILIDADE COMO CONSULTORES

Flavio Pinheiro Berto Da Silva, Camila Silva Fregulia, Manoel Richardson Soares Grilli, Rubens Marinho Monteiro, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Thiago Gonçalves De Assunção

Pesquisa visando a conclusão do curso Ciências Contábeis, cuja finalidade será formulada de forma transdisciplinar nas áreas da Consultoria Contábil e da Contabilidade Gerencial, cujo título é “A valorização dos Profissionais Contábeis como Consultores”. O principal escopo do estudo é demonstrar a importância do contador enquanto consultor nas organizações como um profissional competente nesta área para ajudar nas suas tomadas de decisões e também convencendo os gestores a aderirem ao trabalho deste profissional. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa descritiva de abordagem quali-quantitativa a partir de levantamento bibliográfico, reforçado por uma coleta dados e informações numa pesquisa de campo realizada com profissionais e gestores que atuam ou necessitam dos serviços de um consultor contábil.

Palavras-Chave: Contador. Consultoria. Valorização.

A RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO PIS E COFINS DE EMPRESAS OPTANTES PELO SIMPLES NACIONAL

Amanda Cardoso Costa, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Manoel Carlos Rocha Lima, Rubens Marinho Monteiro, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Américo Galvão e Mathias Ferreira Dos Santos

O presente trabalho trata-se de um Projeto de Pesquisa para a Conclusão do Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Doctum de Teófilo Otoni, inserido na área de Contabilidade Tributária e tem como tema: “A recuperação de crédito PIS e COFINS de empresas optantes pelo Simples Nacional” da cidade de Teófilo Otoni MG. Recuperar créditos tributários é um instrumento previsto em lei, que assegura aos contribuintes, por meio do CTN - Código Tributário Nacional, e tem como uma das finalidades reforçar o caixa das empresas. Sendo objetivo principal do presente artigo demonstrar a documentação necessária para restituição de créditos para que as empresas possam ampliar a fluidez em tempos crise na qual se encontra o país, pandemia. Neste processo, o sujeito passivo (contribuinte) pessoa física ou jurídica tem o direito de reaver ou receber valores de tributos que foram pagos indevidamente. Em função da complexidade do sistema tributário nacional, a grande maioria das empresas não usufrui deste direito. O grau de conhecimento e a forma de realizar esse processo ainda é pouco conhecido pelos empresários, onde o papel dos gestores contábeis é auxiliar e executar tais procedimentos para aumento de fluxo de caixa na empresa que tem esse direito. Desta forma sua principal metodologia é o estudo bibliográfico e sites que relatam quanto ao fim do objeto de pesquisa do artigo, e que se classificam como descritiva e qualitativa.

Palavras-chave: Recuperação de Crédito. Simples Nacional. Fluxo de Caixa.

**CONTABILIDADE DIGITAL; DIGITAL ACCOUNTING: UM ESTUDO SOBRE A PERSPECTIVA DE
DESENVOLVIMENTO DOS ESCRITÓRIOS CONTÁBEIS**

Arlane Salles, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima e Américo Galvão

O presente artigo discorre sobre a Contabilidade Digital no Brasil e sua contribuição para os escritórios contábeis, certificando-se do papel do profissional contábil como fornecedor de informações e mediador de estratégias, que visem melhor atendimento os usuários. Dispõem também sobre os impactos da contabilidade digital nos escritórios de contabilidade relacionando os pontos positivos e negativos. Este, possui como principal metodologia a pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa.

Palavras-chave: Contabilidade. Contabilidade Digital. Processos.

OS BENEFÍCIOS DO CONHECIMENTO DO IMPOSTO ICMS EM UMA EMPRESA DE LATICÍNIOS DE TEÓFILO OTONI

Kevis Jardim Cardoso, José Francisco Peixoto, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Thiago Bitencourt, Victor Hugo Godoy do Nascimento, Manoel Richardson Soares Grilli, Manoel Carlos Rocha Lima e Américo Galvão

O setor de Laticínios compõe um dos principais pilares da economia brasileira, mas é afligido pela alta carga tributária, neste contexto esta pesquisa possui o intuito de debater como a correta interpretação e aplicação das leis tributárias concernente ao ICMS, em conjunto com a Gestão Tributária podem beneficiar as empresas no setor de Laticínios em Minas Gerais. Para tanto foi realizada uma revisão bibliográfica com a finalidade de fundamentação teórica e argumentação. Foram abordados conceitos referentes a temática, tais como: Setor de Laticínio, Gestão Tributária e o Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação. Através dos dados obtidos ficou evidenciado a importância socioeconômica do setor de Laticínios no Brasil, assim como a importância da Gestão tributária para a redução dos custos advindos da alta carga tributária do país, ficando evidenciado também o crescimento do setor de Laticínios ao longo dos anos no cenário internacional e os reflexos da legislação tributária no Estado de Minas Gerais. Ao fim da pesquisa concluiu-se que a Gestão Tributária gera benefícios para a subsistência de empresas em um setor altamente competitivo e com retornos baixos, e que o potencial de crescimento do setor de Laticínios está diretamente ligado a capacidade de gerir os tributos de maneira que haja uma redução dos custos de produção.

Palavras-chave: Setor de Laticínio. Gestão Tributária. ICMS.

PLANO DE NEGÓCIO: ANALISANDO A VIABILIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Carolina Lizardo Lobo, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Victor Freitas Lopes Nunes, Thiago Bitencourt, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Ester Mendes Moura

O presente trabalho trata-se de um Projeto de Pesquisa relativo à construção de um artigo científico como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis, que tem como título: “Plano de Negócio: Analisando a Viabilidade de Micro e Pequenas Empresas”, concentrado na área da Gestão Empresarial. Esta pesquisa tem como objetivo identificar as dificuldades das Micro e Pequenas Empresas em montarem um Plano de Negócio antes da sua abertura a fim de diminuir os riscos negativos de sobrevivência no mercado e alcançar um bom desempenho econômico. A partir de uma pesquisa bibliográfica, que inclui artigos, livros, outras Monografias e publicações diversas, o estudo terá abordagem transdisciplinar para maior conhecimento e resolução do problema em questão.

Palavras-chave: Planejamento. Viabilidade. Negócio

E-SOCIAL: PROBLEMAS E DIFICULDADES ENFRENTADOS PELA CULTURA ORGANIZACIONAL DAS EMPRESAS

Emeli Gonçalves Da Silva, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Thiago Bitencourt, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Manoel Carlos Rocha Lima e Américo Galvão

O Governo Federal está sempre em busca de meios de aperfeiçoar a fiscalização dos contribuintes, um dos mais complexos é o eSocial, que faz parte do projeto SPED e têm como finalidade unificar e otimizar o envio das informações trabalhistas, previdenciárias e fiscais. A implantação deste projeto trouxe várias mudanças na cultura das empresas e com isso exige preparação e adequação também por parte dos escritórios de contabilidade. Este estudo tem o objetivo de identificar os problemas que os escritórios de contabilidade do município de Teófilo Otoni encontraram para adequar seus clientes e escritórios ao eSocial. A metodologia do estudo é qualitativa, descritiva e na coleta dos dados o tipo utilizado foi o levantamento. Para diagnosticar os problemas foi aplicado um questionário com os escritórios de contabilidade. Os contadores têm um papel muito importante neste momento, pois serão também responsáveis pelas informações prestadas.

Palavras- chave: eSocial. Obrigações Acessórias. Mudanças. Problemas.

IMPLEMENTAÇÃO DO MARKETING DIGITAL NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM TEMPOS DE CRISE

Daniele Alves De Oliveira, José Francisco Peixoto, Manoel Richardson Soares Grilli, Victor Freitas Lopes Nunes, Thiago Bitencourt, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Carlos Rocha Lima, Américo Galvão e Michael Costa Renon Tiago

O tema proposto tem relação direta com contínuo aumento da população através da utilização internet, além do mais o uso de dispositivos móveis tem aumentado seu número de forma alarmante como pudemos visualizar durante a pandemia. Com elevado número de usuários e vivendo esse cenário as empresas buscam agilmente resolver essa questão para ampliar a visibilidade de seus produtos e serviços nesse ambiente virtual. Porém inúmeras dificuldades são encontradas para viver esse chamado o novo, toda implantação de algo novo gera dificuldades e precisa de novos mecanismos e disposição para acompanhar o mercado que está cada vez mais exigente. Mediante as crises que o País vem enfrentando ao longo dos tempos, forcaram as empresas se adaptarem ao novo cenário, elas precisaram aderir as vendas pela internet, além do mais uma queda na situação econômica também influencia na busca de novas alternativas para prosseguirem com seus empreendimentos. Por tudo isso, é defendido nesta pesquisa que a adesão do marketing digital nas micro e pequenas empresas foram capazes de implantar um novo modelo de vendas entre seus colaboradores, fornecedores e principalmente consumidores através de ações de marketing e criar uma nova forma de relacionar com seus clientes, sabendo-se que há um processo de humanização no meio digital para que não houvesse somente um atendimento frio. A humanização nas empresas já estava ocorrendo, e com essa transição se tornou imprescindível para a sobrevivência dos negócios.

Palavras-chave: Usuários. Visibilidade. Marketing. Alternativas.

ENDOMARKETING COMO DIFERENCIAL PARA ATRAIR RESULTADOS POSITIVOS

Luiz Thiago Caetano, José Francisco Peixoto, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Manoel Richardson Soares Grilli, Josester Teixeira Sousa, Américo Galvão e Tarcisio Veiga Pereira

Este estudo teve como principal objetivo analisar a ferramenta endomarketing como potencial da relação de confiança entre a empresa e seus funcionários e de como essa ferramenta ela contribui para a melhoria contínua da empresa e de seus resultados. A partir da junção e investimento em técnicas de Recursos Humanos, e as ações de marketing são direcionadas ao público interno da empresa. A metodologia aplicada foi de cunho qualitativo e natureza descritiva, usando a revisão bibliográfica como meio de elencar autores relevantes para descrever sobre o Endomarketing e o seus benefício nas organizações. Foi possível perceber por fim como as estratégias do endomarketing podem contribuir na melhor integração e conseqüentemente conseguir resultados de melhoria.

Palavras Chaves: Marketing. Empresa. Cliente. Performance.

A ANÁLISE PELO FLUXO DE CAIXA DESCONTADO APLICADA AO PROCESSO DE AVALIAÇÃO DE EMPRESAS

Shauan Severo Augusto, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Rubem Geraldo de Vasconcelos
Machado, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Josester Teixeira Sousa, Américo Galvão e
Alessandra Samore Azevedo

O termo “Valuation” representa o ato de avaliar uma companhia ou ativo através de um arcabouço metodológico e ferramental que viabiliza a atribuição de uma região de preço considerado justo. Enquanto isso, o fluxo de caixa descontado (FCD) representa uma das metodologias que compõem essa caixa de ferramentas caracterizada pela capacidade de estimar o valor presente de uma empresa, projeto ou investimento. Sua aplicação considera a geração de caixa dos períodos futuros, o que constitui o diferencial que fez do FCD uma das principais ferramentas para avaliação de empresas ao longo do tempo e, em muitos casos, pauta de discussão entre estudiosos do ramo. O objetivo geral desta pesquisa é avaliar a eficiência do FCD enquanto ferramenta para definição do valor justo de uma companhia, enquanto os objetivos específicos se resumem em apresentar suas principais características, a subjetividade das projeções utilizadas no método, e como se estabelece sua aplicabilidade ideal. Através de uma abordagem essencialmente exploratória, adota-se como vetor da pesquisa a hipótese de que a análise pelo fluxo de caixa descontado ainda é o modelo mais completo, ainda que limitado a projeções. Verifica-se, portanto, que a subjetividade das projeções futuras no FCD pode ser mitigada através de algumas técnicas que trarão mais confiabilidade ao resultado. Assim, desde que tomados os cuidados necessários, essa pesquisa demonstra que a utilização do FCD é conveniente à maioria das avaliações, podendo representar a principal linha de análise, ou como método complementar e de validação.

Palavras-chave: Valuation. Fluxo de Caixa Descontado. Avaliação de Empresas.

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: Avaliação da percepção da QVT nas organizações

Flávia Aparecida Braga Da Costa, José Francisco Peixoto, Rubem Geraldo de Vasconcelos Machado, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Josester Teixeira Sousa, Gizley Maira Faria Lopes, Sérgio Antônio Nogueira de Paula

A qualidade de vida no trabalho tem sido de grande importância para alavancar uma empresa, pois é em função disso que funcionários tem uma melhor condição de vida em seu trabalho. O ideal é fortalecer a cultura do feedback, oferecer aos funcionários treinamentos constantes e rever requisitos culturais da empresa de modo que isso reflita no bem-estar do colaborador, diminuindo o estresse, a tensão para se manter uma saúde física e mental equilibrada. Este artigo apresenta uma pesquisa realizada em um Cartório de Leopoldina – MG, com o intuito de analisar a percepção dos funcionários sobre os fatores e critérios que determinam a qualidade de vida no trabalho (QVT), seguindo a abordagem do modelo de Walton. Sua proposta é identificar qual é o nível de qualidade de vida que tem sido percebido na execução de suas funções diárias, e quais os fatores geram maior satisfação. Como método foi utilizada uma pesquisa qualitativa e quantitativa com a aplicação de um questionário aos empregados do referido cartório. Após a coleta dos dados foi realizada uma análise, que buscou destacar os fatores que geram benefícios e trazem resultados positivos para a qualidade de vida da organização. Além dos pontos positivos pode-se constatar que alguns fatores merecem maior atenção, necessitando melhorias sob a ótica dos empregados. Conclui-se que a qualidade de vida gera para as organizações um ambiente de trabalho mais saudável e que trará mais excelência aos serviços prestados pelo Cartório aos seus clientes.

Palavras-chave: QVT. Gestão. Satisfação. Serviços.

INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO MERCADO DE TRABALHO: Um estudo de caso na empresa do ramo alimentício de Leopoldina-MG

Diessika Silva Colli, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, José Francisco Peixoto, Thiago Bitencourt, Victor Freitas Lopes Nunes, Rovená Dantas Rodrigues, Josester Teixeira Sousa, Tatiane Pereira Silvério, Sérgio Antônio de Paula Nogueira

Inicialmente o mercado de trabalho era árduo quando se tratava da inclusão de pessoas com deficiência (PCD's) nas organizações, o que afastavam os mesmos do ambiente social, mas, com a Constituição Federal de 1998, a Lei de Cotas e a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência, os PCD's passaram a ter direitos oficiais e individuais. Dessa forma, a inserção no mercado de trabalho passou a ser assegurada, de forma igualitária a todos, uma vez que as Leis determinaram a obrigatoriedade às empresas de inserir pessoas com deficiência no seu quadro de funcionário, visando a inclusão social e cidadania à essas pessoas. O objetivo geral deste estudo é analisar de que forma a empresa do ramo alimentício da cidade de Leopoldina-MG trabalha com as normas relacionadas ao PCD no seu quadro de funcionário e como é feito o processo de recrutamento e seleção. A análise foi feita através da apresentação dos conceitos e Leis referente ao PCD, de acordo com dados secundários, conhecendo a realidade da empresa quanto essa inclusão e identificação das ações desenvolvidas pela gestão de pessoas dentro da organização, por meio de um questionário aplicado junto a gestora de Recursos Humanos (RH) da empresa e identificou-se que a contratação desses profissionais traz muitos benefícios para as organizações no que tange ao ganho de uma imagem corporativa positiva, assim como ajudam a promover a diversidade organizacional.

Palavras-chave: Inclusão. Contratação. Igualdade.

ESTRATÉGIAS EMPRESARIAS: Um estudo de caso nas lojas femininas da região central de Leopoldina – MG

Amanda Ap. Campos Camilo, Rovená Dantas Rodrigues, Thássia Marchi Vieira, Victor Freitas Lopes Nunes, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Veridiana Ap. Rodrigues Borges, Leonardo Garcia Silva

Este artigo tem como objetivo identificar as estratégias que foram adotadas pelos comerciantes do segmento de vestuário feminino no centro de Leopoldina, MG durante a pandemia causada pelo Covid-19 em março de 2020. Sobre a abordagem trata de uma pesquisa de campo qualitativa, onde elaborou-se um questionário com perguntas que direcionava à algumas características dos tipos de estratégias conceituadas no referencial. Observou-se que os empresários utilizaram algumas estratégias de forma empírica. Obteve-se a resposta para a hipótese onde a maioria dos empresários adotaram a estratégia de sobrevivência, que deve ser usada em último caso de situações caóticas, estabelecendo atributos como redução de custo. Notou-se também que grande parte dos empresários utilizaram o marketing digital em busca de abranger no mercado. Buscou-se evidenciar a relevância de aplicar as estratégias empresariais principalmente diante do atual cenário repleto de incertezas.

Palavras-chave: Estratégias. Sobrevivência. Pandemia. Tomada de decisões.

O EMPREENDEDORISMO FEMININO DURANTE A PANDEMIA: estudo de caso com empreendedora de Leopoldina Minas Gerais

Gustavo Ribeiro De Oliveira, Rovena Dantas Rodrigues, José Francisco Peixoto, Victor Freitas Lopes Nunes, Thassia Marchi Vieira, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Joice Novais De Assis e Leonardo Garcia da Silva

Este trabalho tem como objetivo analisar como uma empreendedora se reinventou nesse período de pandemia, se adequando a novas maneiras de trabalhar na cidade de Leopoldina – MG. O trabalho trouxe algumas definições para o empreendedorismo, empreendedorismo feminino, a influência do isolamento social nas empresas, características empreendedoras e perfil do empreendedor. A abordagem desta pesquisa foi realizada por método qualitativa, bibliográfica e documental, aplicando um questionário diretamente a proprietária e empreendedora da empresa Fina Flor. Os resultados obtidos pela aplicação do questionário demonstram que a empreendedora persistiu diante das dificuldades que estão ocorrendo com pandemia. Utilizando algumas alternativas para manter sua empresa funcionando no período de isolamento social.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Pandemia.

O MARKETING DIGITAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA: Estratégias utilizadas por uma empresa do ramo alimentício

Brenda Aparecida Rezende Felix, Rovená Dantas Rodrigues, Vinícius de Oliveira Muniz, Victor Freitas Lopes Nunes, Thássia Marchi Vieira, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Leonardo Garcia da Silva

A pandemia do novo corona vírus afetou diversos setores da sociedade. Com o surgimento de desafios inesperados, houve a necessidade de construir alternativas para a superação destes obstáculos. Neste sentido, no âmbito econômico, foi fundamental a elaboração de estratégias que possibilitassem a manutenção das atividades empresariais e a oferta de produtos/serviços para o consumidor, respeitando às normas de distanciamento social recomendada pelas organizações competentes. Diante disso, o meio digital destacou-se como um importante instrumento, facilitador do contato com o cliente em um cenário de distanciamento social. Assim, este estudo tem como proposta investigar como o marketing digital destacou-se no âmbito da pandemia. Partiu-se do seguinte questionamento: como o marketing digital, tornou-se um aliado do ramo alimentício no contexto da pandemia de Covid-19? Nesta perspectiva, a hipótese defendida é a de que o marketing digital se destacou como uma estratégia de grande relevância no que diz respeito à manutenção da comercialização de produtos alimentícios, mesmo frente à necessidade de distanciamento social. O marketing digital, apesar de não ter sido criado na pandemia, entrou em destaque neste cenário, em razão de sua utilidade frente aos desafios impostos. O estudo demonstrou que esse instrumento auxiliou de forma significativa as empresas, tanto no que diz respeito ao relacionamento com os clientes, quanto na conquista de novos consumidores.

Palavras-chave: Marketing digital. Pandemia. Estratégias.

SATISFAÇÃO DE CLIENTES: Uma pesquisa de tomadores de serviço de uma empresa de transporte rodoviário de passageiros na cidade de Recreio – MG

David Cardoso Marchito, Rovená Dantas Rodrigues, Victor Freitas Lopes Nunes, Vinícius de Oliveira Muniz, Thássia Marchi Vieira, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Martinho Luthero de Souza Junior

É de conhecimento comum a importância da utilização das estratégias de marketing para satisfazer as necessidades dos clientes. A proposta desse artigo é apresentar a pesquisa que procurou identificar o nível de satisfação dos clientes de uma empresa de transporte rodoviário de passageiros situada na cidade de Recreio – MG. Dessa forma, os objetivos específicos identificados para alcance dos resultados foram a apresentação dos conceitos de marketing, atendimento, pós-venda e satisfação de clientes. Nesse trabalho foi realizada uma pesquisa qualitativa onde foi construído um questionário que foi aplicado a trinta e um clientes cadastrados no banco dados da empresa como tomadores frequentes dos serviços e abordava questões de segurança, pontualidade, relacionamento com o cliente, atendimento e pós-venda. A partir da análise dos dados da pesquisa identificou-se um alto nível de satisfação dos respondentes. Concluiu-se que o objetivo da pesquisa foi alcançado, pois foi permitido identificar através dos dados levantados que a empresa mantém um bom nível de qualidade na prestação dos seus serviços, seja com atendimento na efetuação do negócio, seja na educação e presteza dos motoristas, seja nos veículos novos, revisados e higienizados.

Palavras-chave: Marketing. Satisfação. Transporte.

MARKETING DE RELACIONAMENTO: Uma pesquisa sobre as estratégias de uma loja de automóveis na cidade de Leopoldina – MG

Eric Carvalho dos Santos, Rovena Dantas Rodrigues, Thassia Marchi Vieira, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Leonardo Vitorino de Almeida e Martinho Luthero de Souza Junior

O presente trabalho tem como objetivo principal identificar o marketing de relacionamento, apresentando as estratégias do pós-venda em uma empresa de automóveis situada em Leopoldina-MG. Através de uma pesquisa exploratória, foi possível traçar alguns objetivos específicos com a finalidade de identificar as práticas de marketing de relacionamento (pós-venda) e apresentar as estratégias do pós-venda de uma empresa de automóveis. Nesta pesquisa foi realizada uma entrevista com o gerente para identificar maiores informações sobre o funcionamento dessa estratégia dentro da empresa. Com isso, foi possível identificar a importância que o pós-venda tem nos negócios e o poder que se tem, ao prestar um atendimento de qualidade do início ao fim até mesmo após a realização da aquisição feita pelo cliente, gerando satisfação e que se torna o principal instrumento na decisão de futuras compras, pois o maior objetivo da empresa é tornar o cliente fiel a sua marca. Foi possível concluir que um bom relacionamento com o cliente se torna um diferencial no mercado sendo capaz de tornar a empresa mais competitiva.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento. Satisfação. Pós-venda.

MARKETING DIGITAL: um estudo de campo sobre as estratégias utilizadas por uma loja de departamento na cidade de Leopoldina – MG

Lara Alice Pereira, Josester Teixeira Sousa, Thassia Marchi Vieira, Victor Freitas Lopes Nunes, Rovená Dantas Rodrigues, Ana Cristina Junqueira Ribeiro, Nathiele da Silva Lizardo e Martinho Luthero de Souza Junior

O tema marketing digital vem ganhando cada vez mais espaço, não somente devido as publicações do Facebook, Instagram e utilização do WhatsApp e sim devido as constantes mudanças de cenários e o comportamento dos consumidores. Por essa razão, esse estudo é muito importante para mostrar como a implementação do marketing digital pode mudar significativamente o cenário de vendas de uma empresa. A pandemia do Covid-19 contribuiu para antecipar algumas mudanças, impondo por parte das empresas investir cada vez mais nessa área para se adaptar a este novo cenário e destacar-se em seu segmento. O presente artigo buscou responder a questão problema alcançando seu objetivo geral que foi: identificar como procedeu a implementação do marketing digital e suas estratégias aplicadas por uma loja de departamentos, na cidade de Leopoldina – MG. Para tanto, foram traçados os seguintes objetivos específicos: conceituar marketing, marketing digital e comportamento consumidor; verificar a aplicabilidade prática do marketing digital impulsionado com o surgimento da pandemia, junto a uma empresa do comércio local. Se tratou de uma pesquisa qualitativa aplicada uma pesquisa de campo através de entrevista com a sócia-proprietária do negócio. Os dados foram coletados e percebeu-se que as estratégias foram eficientes, pois a própria empreendedora identificou aumento significativo nas vendas, além de maior visibilidade para seu negócio. Conclui-se com esse estudo que, as ações estratégicas de marketing digital adotadas foram assertivas ao negócio, possibilitando a empresa lidar com o pior momento da crise da pandemia, bem como impulsionar suas atividades e atingir êxito nos resultados obtidos.

Palavras-chave: Marketing digital. Estratégias. Canais de marketing.

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA PARA AS ORGANIZAÇÕES

Marcus Vinicius Dos Santos Gomes Bonin, Thassia Marchi Vieira, Victor Freitas Lopes Nunes, Rovená Dantas Rodrigues, Josester Teixeira Sousa, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Martinho Luthero de Souza Junior

Ao identificar o conceito de comunicação é possível observar que sua eficiência reflete diretamente no desenvolvimento e na manutenção da empresa, estando ainda intimamente ligada ao sucesso e a estabilidade da mesma. Atualmente pode-se observar como a implementação de uma boa comunicação é de grande importância, e com relação ao ramo empresarial isso não é diferente, pois é através da comunicação que as organizações conseguem demonstrar seus valores e objetivos. Há um intenso crescimento no número de organizações, onde o surgimento destas se direciona tanto para atender as exigências sociais, como as de mercado, tendo o advento da comunicação como um fator primordial para que atinjam seu sucesso. Desse modo o presente projeto tem como objetivo principal demonstrar a importância da comunicação interna nas organizações como ferramenta de estratégia, visando identificar como os canais de comunicação ajudam na interação entre os colaboradores. Para que essa interação ocorra verdadeiramente, as organizações devem buscar investir em boas ferramentas de comunicação que sejam acessíveis para todos nas diferentes áreas da organização, com o intuito de evitar que haja possíveis ruídos ou alterações nas mensagens a serem difundidas entre os diversos segmentos da organização. Através da implantação de uma comunicação eficiente será possível estabelecer os canais adequados para se enfrentar os desafios dos processos organizacionais. A metodologia desta pesquisa baseou-se em levantamentos bibliográficos compostos por livros e artigos online, com o intuito de identificar conceitos, características e conclusões que serviram de parâmetros para o desenvolvimento dessa pesquisa.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional. Comunicação Interna. Estratégica.

EMPREENDEDORISMO E PANDEMIA: Estudo de campo da Fatima's Bolo

Milliany Pimenta Aguiar, José Eduardo Balikian, Rovena Dantas Rodrigues, Thassia Marchi Vieira, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Cristina Junqueira Ribeiro e Martinho Luthero de Souza Junior

Com a pandemia da COVID-19 provocando constantes mudanças, as empresas precisaram reavaliar suas estratégias no mercado, incorporando planos de marketing e adaptando suas formas de atendimento. Este estudo objetiva analisar uma empresa, nomeada Fatima's Bolo, instalada no município de Leopoldina/MG com o intuito de compreender os impactos da pandemia nos negócios, além de discutir as estratégias escolhidas pelas proprietárias para manterem ativas suas atividades. Para isso, foi realizada uma análise interna da empresa para verificar desenvolver um diagnóstico geral, obtendo os detalhes a serem discutidos nesse estudo. Primeiramente, obteve-se informações da empresa através dos proprietários. Os resultados permitiram uma análise melhor o desempenho da empresa na pandemia. Com isso, foi possível acompanhar o perfil da Fatima's Bolo e analisar estratégias que contribuem para que uma empresa se destaque em meio a pandemia. Concluiu-se, portanto, que, a elaboração de um plano de marketing, inclusive de relacionamento influencia fortemente o desenvolvimento de uma empresa, seja qual for a sua dimensão.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Pandemia. Estratégias.

MARKETING DIGITAL EM MEIO A PANDEMIA DO COVID19: um estudo de campo em uma empresa na cidade de Leopoldina – MG

Pedro Henrique Pereira Alves, Ronye Berge, Rovená Dantas Rodrigues, Victor Freitas Lopes Nunes, Thassia Marchi Vieira, Ana Flávia Ramos Cruz, José Eduardo Balikian, Vitor Bordini Alves e Martinho Luthero de Souza Junior

O artigo apresentado possui o objetivo geral em identificar os impactos causados pela pandemia nas estratégias de marketing digital e marketing de conteúdo praticadas por uma empresa do ramo de papelaria da cidade de Leopoldina no interior de Minas Gerais. Sendo assim os objetivos específicos são demonstrados através de conceitos de marketing, marketing digital e marketing de conteúdo; apresentação do histórico da empresa pesquisada e identificação das estratégias de marketing praticadas pela empresa durante a pandemia. A metodologia abordada se baseia em um estudo primariamente em conceitos bibliográficos seguindo de uma pesquisa qualitativa de caráter descritiva, através do mecanismo de uma entrevista semiestruturada diretamente com o responsável da área. Os resultados apresentados caracterizam as iniciativas e soluções apresentadas pelo responsável da área com ênfase na área de marketing digital para permanência e sustentação das vendas, mediante as medidas de restrição apresentadas pelo governo do município para controle do avanço da contaminação do vírus Covid – 19 na cidade. Concluindo que em meio as medidas adotadas pelo governo do município através de decretos de distanciamento social, obrigatoriedades de limitação de atendimentos e etc. O marketing digital foi a ferramenta mais eficaz para garantir a continuidade das vendas uma vez que a população estava optando por estar apartada em suas residências e preferindo efetuar suas compras através de redes sociais e internet.

Palavras-chave: Marketing. Marketing Digital. Marketing de Conteúdo. Estratégias.

O MARKETING DIGITAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA: Estratégias utilizadas por uma empresa do ramo alimentício

Brenda Aparecida Rezende Felix, Ronye Berge, Thassia Marchi Vieira, José Eduardo Balikian, Martinho Luthero de Souza Junior, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Flávia Ramos Cruz e Leonardo Garcia da Silva

A pandemia do novo coronavírus afetou diversos setores da sociedade. Com o surgimento de desafios inesperados, houve a necessidade de construir alternativas para a superação destes obstáculos. Neste sentido, no âmbito econômico, foi fundamental a elaboração de estratégias que possibilitassem a manutenção das atividades empresariais e a oferta de produtos/serviços para o consumidor, respeitando às normas de distanciamento social recomendada pelas organizações competentes. Diante disso, o meio digital destacou-se como um importante instrumento, facilitador do contato com o cliente em um cenário de distanciamento social. Assim, este estudo tem como proposta investigar como o marketing digital destacou-se no âmbito da pandemia. Partiu-se do seguinte questionamento: como o marketing digital, tornou-se um aliado do ramo alimentício no contexto da pandemia de Covid-19? Nesta perspectiva, a hipótese defendida é a de que o marketing digital se destacou como uma estratégia de grande relevância no que diz respeito à manutenção da comercialização de produtos alimentícios, mesmo frente à necessidade de distanciamento social. O marketing digital, apesar de não ter sido criado na pandemia, entrou em destaque neste cenário, em razão de sua utilidade frente aos desafios impostos. O estudo demonstrou que esse instrumento auxiliou de forma significativa as empresas, tanto no que diz respeito ao relacionamento com os clientes, quanto na conquista de novos consumidores.

Palavras-chave: Marketing digital. Pandemia. Estratégias.

O impacto pandêmico da covid-19 na venda de motocicletas

Camila Castelari Bandeira, Ronye Berge, Martinho Luthero de Souza Junior, Thales Leandro de Moura, José Eduardo Balikian, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, Ana Flávia Ramos Cruz e Dhiovana Carcabrini Cardoso

A pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2) tornou-se assunto de discussão global, é nítido que houve impactos significativos em todas as áreas e setores do mundo. A empresa Moto Litoral que trabalha no seguimento de vendas de motos teve que se adaptar aos novos métodos de trabalho para se adequar às medidas restritivas decretadas pelo Governo do Estado do Espírito Santo, onde a empresa se localiza. Além disso, a pandemia afetou consideravelmente o comércio e os gestores tiveram um papel extremamente importante diante de todo esse processo. Em virtude disso, o objetivo principal deste trabalho é verificar se houve variação no volume de vendas de motocicletas na empresa Moto Litoral devido aos impactos pela pandemia na economia. A metodologia utilizada neste estudo foi do tipo de pesquisa bibliográfica, na qual deu o embasamento teórico, e, as análises do estudo de caso foram desenvolvidas através dos relatórios administrativos concedidos pela empresa. A disponibilização dos relatórios para o desenvolvimento da pesquisa ocorreu no dia 05/10/2021. Os resultados demonstram que houve oscilações e, portanto variação no volume de vendas da Moto Litoral, concessionária Honda de Guarapari/ES, devido ao impacto da pandemia do Coronavírus. No ano de 2020, em comparação com o segundo trimestre do ano de 2019, a concessionária vendeu cerca de 253 motocicletas a menos por conta da paralisação da fabricante Moto Honda em Manaus (AM). A falta de oferta de motocicletas no ano de 2020 refletiu em 2021, resultando em alta demanda e atraso nas entregas desde a retomada na produção da fabricante. Portanto, as vendas se mantiveram em bons volumes, contribuindo para uma demanda consistente.

Palavras-chave: Economia. Volume de vendas. Impactos.

Influência da prática sustentável e a utilização de produtos poluentes como fonte de renda

Suéber Fantinato Passos, Martinho Luthero de Souza Junior, Ana Flávia Ramos Cruz, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, José Eduardo Balikian, Maximiliano Furlan Neto e Luiz Gustavo C Q Pereira

O elevado consumo de recursos naturais pela humanidade, em especial no âmbito empresarial, vem trazendo impactos e resultados preocupantes para o meio ambiente. Essa notável preocupação, faz com que empresários e grandes organizações busquem soluções para sanar este problema. Uma das soluções que vem chamando atenção é a prática sustentável nas organizações, por meio da reutilização de produtos poluentes, reciclagem e eliminação de desperdícios, tudo em prol da diminuição da poluição do planeta e do bem estar social. Adotar essa prática não é só uma iniciativa para proteger o meio ambiente, é também uma forma de obter resultados econômicos para as empresas, uma vez que a população se torna cada dia mais consciente no momento de adquirir algum produto ou serviço, visando garantir a sustentabilidade do planeta. Com isso o estudo buscou identificar as influências da prática sustentável e a utilização de produtos poluentes como fonte de renda de uma empresa no Espírito Santo que trabalha com a coleta de óleo de cozinha. A metodologia aplicada neste estudo foi baseada na revisão bibliográfica e na utilização do método de pesquisa realizada pelo procedimento de entrevista. A discussão dos resultados foi realizada através de um questionário contendo 20 perguntas abertas respondidas pelo sócio proprietário da empresa estudada. O presente estudo traz pontos relevantes referente a visão de uma empresa em utilizar práticas sustentáveis como estratégia para se destacar no mercado. Os resultados encontrados demonstram a importância dessa prática nas organizações, observando a vitalidade do assunto no mundo dos negócios, e como esse modelo de gestão vem atraindo empresas a aplicarem esse tipo de atividade para obtenção de resultados. Por fim, obteve-se a conclusão que o assunto sustentabilidade é bem rico e extenso, sendo assim será necessário abordá-lo devido a necessidade que temos de difundir essa consciência na sociedade.

Palavras-chave: Consumo. Sustentável. Poluentes.

A logística reversa e sua aplicabilidade

Allan Junio da Silva Vieira, Martinho Luthero de Souza Junior, Ana Flávia Ramos Cruz, Maria de Lourdes Monteiro Carvalho, José Eduardo Balikian, Pedro Gabriel Alves das Virgens e Talita Maria de Barros

Com a intensificação do mercado de consumo, as leis que exigem a responsabilidade nos descartes, consciência ecológica e ambiental, a logística reversa traz a um ambiente organizacional a oportunidade de diminuir os impactos e agregar valores econômicos e sociais a empresa como um todo. O presente estudo tem como objetivo apontar os pontos positivos e negativos da aplicabilidade da logística reversa. Entendemos que o processo de logística reversa e o ciclo de vida do produto, associada a uma educação socioambiental, resulta numa expansão da empresa que busca além visão de uma empresa sustentável. Os resultados obtidos perante uma sociedade que está em processo de valorização dos comportamentos socioambientais das organizações fluem desde os ganhos financeiros, diferenciais competitivos as empresas envolvidas, e a capacidade de diminuir o impacto dos resíduos garantindo através do ciclo produtivo e de negócios.

Palavras-chave: Logística reversa. Comportamento organizacional. Educação Socioambiental.

Plano de negócio e sua influência na gestão empresarial

Manoel Vitor Cardoso Coutinho, Ronye Berge, Martinho Luthero de Souza Junior, Thales Leandro de Moura, José Eduardo Balikian, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz e Sabrina de Oliveira Hupp

O plano de negócio compreende em direcionar possíveis cenários que o empresário poderá enfrentar com a abertura ou manutenção de uma empresa, tornando-se peça fundamental na tomada de decisão. A construção do plano de negócio tem sido um instrumento necessário para que a organização consiga alinhar os seus objetivos e a sua forma de atuação, levando em consideração a sua realidade organizacional. O objetivo deste estudo foi apresentar aos gestores da empresa Family Burger, localizada em Guarapari-ES, a importância e influência do plano de negócio na sua gestão, além da viabilidade da empresa. A metodologia usada neste trabalho foi baseada na pesquisa bibliográfica em conjunto com o estudo de caso. As informações foram obtidas através de entrevista semielaborada, com 12 perguntas respondidas pelos sócios da empresa em questão, no período de 28 de outubro de 2021 a 05 de novembro de 2021. Os resultados apresentam que o plano de negócio influencia positivamente na gestão da empresa, preparando os administradores para situações que possam vir a acontecer, contribuindo na tomada de decisão, trazendo segurança em ações planejadas, e demonstrando resultados financeiros positivos com a aplicação acertada do dinheiro. Esta pesquisa contribuiu para mostrar aos donos da empresa o quanto um planejamento bem feito e estruturado através do plano de negócio pode levar ao sucesso e manutenção do empreendimento.

Palavras-Chave: Plano de negócios. Hamburgueria. Viabilidade. Análise.

INDÚSTRIA 4.0: Marketing digital na captação de novos clientes

Queren Olayne Pereira Gomes, Ronye Berge, Tiago da Cunha Rosa, Victor Almeida Pereira, José Eduardo Balikian, Thales Leandro de Moura, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz e Rayane de Souza Pereira

O marketing digital é uma área essencial para os negócios, conhecer e aplicar suas estratégias é muito importante, principalmente quando está relacionado a captação de clientes. Vender é uma das tarefas primordiais para a sobrevivência de qualquer negócio, mas viver só dos clientes já conquistados não é uma boa opção, pois assim a empresa dificilmente irá crescer, portanto a melhor alternativa é trabalhar para a captação de novos clientes. Em uma sociedade cada vez mais conectada ao ambiente virtual, saber como atrair clientes e agarrar as oportunidades que o marketing digital oferece para alcançar bons resultados, é essencial para o sucesso empresarial. O objetivo geral desse projeto é mostrar a importância da utilização do marketing digital na captação de novos clientes em uma empresa provedora de internet da cidade de Guarapari no Espírito Santo. É estudado as ações do marketing digital, para impulsionar os negócios, podendo trazer um bom engajamento com o público e ótimos resultados. Utilizando as técnicas de pesquisa bibliográfica e uma pesquisa de campo, com a realização de um estudo de caso. Os dados são coletados pela aplicação de um questionário, para 6 variáveis associadas ao marketing digital na captação de novos clientes. É possível reafirmar como resultado, que o marketing digital tem um papel importante no processo de captação de clientes, e este fator mostra que o investimento nesta ferramenta para o posicionamento de uma empresa no mercado, obtém muitos resultados positivos, considerando que a captação de clientes é fundamental para o sucesso.

Palavras-chave: Marketing digital. Negócios. Clientes. Sucesso.

INDÚSTRIA 4.0: Os benefícios e riscos pertinentes aos assistentes virtuais

Leticia Schneider Vieira da Costa, Ronye Berge, Thales Leandro de Moura, Vagner Bravos Valadares, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz, Paulo Vitor Suave Leppaus e Robson Luiz Rodriguez da Silva Junior

A proposta deste estudo se concentra na temática da indústria 4.0 cuja base se estrutura nos avanços tecnológicos de ponta tendo na inteligência artificial e na internet das coisas seus pontos mais estratégicos, que concebem cada vez mais ao homem, uma gama de produtos intuindo facilitar sua vida pessoal e profissional. Dentre estes tem-se os assistentes virtuais que podem substituir a presença humana no atendimento e realização de inúmeros serviços e atividades, ofertando vantagens e riscos. Baseando-se nisto, por meio de uma revisão de literatura, este estudo se propôs a compreender o universo dos assistentes virtuais na busca de verificar seus benefícios e riscos às organizações que se encontram inseridas nos conceitos da Indústria 4.0. Para tanto, conceituou a revolução tecnológica da Indústria 4.0 abordou o universo dos assistentes virtuais e evidenciou benefícios e riscos e benefícios destes no âmbito organizacional contemporâneo. Como resultado, compreendeu-se como a Indústria 4.0 direciona o futuro das sociedades, e que dentro das tecnologias que agrupa, aquelas que fazem uso da inteligência artificial são as mais promissoras, tendo nos assistentes virtuais um grande aliado na modernização futurista socioeconômica pois oferta uma gama de benefícios no cotidiano humano, porém desafiando a indústria 4.0 no caminho revolucionário a que se propõe, onde as questões de segurança a redes de dados é ponto crucial, demandando para tal, a tomada de uma série de ações intuindo proteger as organizações, os usuários e os clientes à vulnerabilidade à acessibilidade de seus dados explorados por indivíduos mal intencionados e por hackers.

Palavras-chave: Assistentes Virtuais. Indústria 4.0. Inteligência Artificial. Riscos e Benefícios das Redes Digitais.

A importância do mapeamento de processos em RH

Gecymar Marques Alves, Ronye Berge, José Eduardo Balikian, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Victor Almeida Pereira, Vagner Bravos Valadares, Thales Leandro de Moura, Jocimar Franco Barreto e Ana Flávia Ramos Cruz

Este artigo aborda a importância do Mapeamento de Processos para o setor de Recursos Humanos (RH) Uma das propostas é a diminuição ao patamar mínimo de possíveis ruídos de comunicação entre alguns setores e a otimização da comunicação intersetorial com a adoção complementar de métodos eficientemente administrativos capazes de solucionar tais distorções. A metodologia adotada para esse trabalho foi a pesquisa bibliográfica com base em jogos empresariais que é a simulação de situações reais em uma instituição/empresa. O resultado principal deste trabalho é a constatação efetiva que uma série de estudos deverão ser realizados em empresas de vários seguimentos, já que acontecem particularidades contactadas nesse estudo e que são relevantes para que a empresa e em especial o setor de RH possam trabalhar canais mistos de já que estes de maneira única de comunicação para os colaboradores proporcionando então falhas, equívocos e ruídos propriamente ditos.

Palavras-chave: Mapeamento de Processos. Recursos Humanos. Proposta. Ruídos de Comunicação.

Liderança democrática e seu processo de comunicação no ambiente bancário

Fabíola Ferreira Leonídio, Ronye Berge, José Eduardo Balikian, Thales Leandro de Moura, Jocimar Franco Barreto, Ana Flávia Ramos Cruz, Vagner Bravos Valadares e Kelly Andrade Oliveira e Roseane Cruz Alves

Este trabalho tem por intenção de abordar aspectos gerais do conceito de liderança democrática nas organizações e o modo como dirige o processo de comunicação junto aos colaboradores presentes no ambiente bancário em face à liderança autoritária bem recorrente nesse ambiente de trabalho de modo a criar um ambiente tóxico eivado de individualismo e competitividade em excesso. Além disso, explorará os benefícios que a liderança democrática pode trazer para o ambiente bancário tal como abordar outros aspectos que podem melhorar tal ambiente marcado por problemas de relacionamento, comunicação autoritária gerando com isso ruídos que comprometem seriamente o dia-a-dia do trabalhador bancário. Benefícios estes que são trazidos com o empoderamento e a empatia para com os colaboradores e que desencadeiam em uma maior motivação, criatividade e exponencial aumento eficiente na produtividade. Enquanto resultado preliminar, têm-se uma possível eficácia da liderança democrática e seu modo de comunicação atestado por demais autores que abordaram o ambiente bancário e revelaram mazelas e situações desfavoráveis, razão pela qual defende-se o modelo democrático como um meio-termo entre o autoritário e o Laissez-Faire. Nesse sentido, este trabalho orientou-se pela pesquisa bibliográfica como metodologia de estudo bem como utilizou-se a análise crítica que trouxe elementos da realidade em agências bancárias à luz da reflexão de outros trabalhos acadêmicos que ocuparam-se de tal tema e serviram de base para esse estudo.

Palavras-chave: Liderança democrática. Ambiente bancário. Processo de comunicação. Efeitos.

Análise da aplicação de ferramentas para o controle financeiro em micro e pequenas empresas

Adrieli de Almeida Kohler, Ronye Berge, Jocimar Franco Barreto, Victor Almeida Pereira, Thales Leandro de Moura, Vagner Bravos Valadares, Antonio Carlos Nascimento Valente e Ana Paula Cota Moreira

A gestão financeira é extremamente importante para o bom funcionamento de qualquer empresa. Ela é responsável pelo planejamento e controle dos recursos organizacionais, visando sua efetiva aplicação e conseqüentemente gerando maior lucratividade para a empresa. No caso das micro e pequenas empresas não é diferente, uma boa administração financeira é primordial para que ela mantenha sua subsistência e alcance seu maior objetivo, aumentar a riqueza dos proprietários. Muitos dos pequenos empresários não possuem conhecimento suficiente nem capital para contratar um profissional qualificado e por conta disso a saúde financeira da empresa fica prejudicada, muitas vezes afetando o fluxo de caixa, a obtenção de créditos, o capital de giro, a confusão entre o capital pessoal e o da empresa entre outras conseqüências da má administração financeira. Então, a ideia que aqui se propõem é criar um rol de questões a serem discutidas em torno do problema acima apresentado, suas causas e como o microempreendedor poderá agir de forma simples e prática para recolocar a saúde financeira de sua empresa dentro dos resultados esperados e evitar o fechamento precoce.

Palavras-chave: Gestão. Financeira. Falência. Pequena. Empresa.

A importância do planejamento para gestão de vendas

Eric Stein Vieira, Ronye Berge, Romario Gava, Thales Leandro de Moura, Victor Almeida Pereira, Jocimar Franco Barreto, Vagner Bravos Valadares, Antonio Carlos Nascimento Valente e Ana Paula Cota Moreira

No presente artigo buscou-se demonstrar que a administração de vendas possui suma importância para processos comerciais em grandes, médias e pequenas organizações, através de diferentes ferramentas. Com um gerenciamento estruturado e bem-organizado pode-se obter êxito nos objetivos e metas propostas. Através de uma abordagem qualitativa, analisou-se o planejamento e o uso dessas ferramentas para otimização do trabalho em uma empresa de vendas de varejo. Observou-se que a necessidade de identificar oportunidades mercadológicas e um adequado planejamento estratégico para que produtos e serviços, bem como as ações comerciais estejam alinhadas. Isso garante maior assertividade de dados e diminuição das falhas. Observa-se que o despreparo e falta de uma qualificação em treinamento podem comprometer toda a sistemática utilizada na gestão de vendas. Portanto, é necessário estabelecer treinamentos para todos os setores com o objetivo de aumentar a conectividade de informações e que assim, todos saibam qual é a sua meta e função.

Palavras-chave: Organização. Vendas. Gestão. Planejamento.

Plano de negócios: primeiro passo para prosperar

Fabrcio Chagas de Oliveira, Romario Gava, Thales Leandro de Moura, Antonio Carlos Nascimento Valente, Vagner Bravos Valadares, Ana Paula Cota Moreira e Marcos Suel Dias Maia e Meryellen Rossi Balda

Este trabalho tem por finalidade a apresentao de alguns elementos do Plano de Negcios para a implantao futura da empresa Pinchos Lounge Bar Gourmet localizado no Bairro Santa Paula I na Regio 5 de Vila Velha/ES no segmento de roff top que nada mais do que um ambiente reservado e climatizado em imvel predial tipo “cobertura” cuja a caracterstica principal o servio de Gourmet que o Pinchos se propoe a ofertar. A ausncia de empreendimentos desse segmento na regio de Santa Paula I e II alm das fortes potencialidades de mercado na regio como melhorias de infraestrutura e valorizao da Regio 5 so fatores preponderantes favorveis para a implantao do Pinchos. A metodologia adotada para este trabalho a pesquisa bibliogrfica em primeiro momento e em segundo momento, adotou-se como metodologia o estudo de caso cuja a fundamentao teorica visa a anlise de viabilidade de um Plano de Negcios do Pinchos com vistas a concretizao deste plano em um futuro. Enquanto resultado preliminar deste estudo, remete-se a fertilidade mercadolgica desta regio cabendo a este estudo lanar luzes tanto para a anlise SWOT quanto outras formas de planejamento estratgico com o intuito de minimizar perdas e erros que possam ocorrer aps a implantao do Pinchos em tal regio aqui descrita.

Palavras-Chaves: Plano de Negcios. Prosperidade. Planejamento Estratgico. Anlise SWOT.

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL: BENEFÍCIOS PROPORCIONADOS AOS OPTANTES DA MODALIDADE MEI

Caroline da Costa Vezula, Romario Gava, Antonio Carlos Nascimento Valente, Thales Leandro de Moura, Vagner Bravos Valadares, Ana Paula Cota Moreira, Michely Machado Vargas e Moacyr Rodrigues Simão

O setor de trabalho informal tem crescido consideravelmente no Brasil. Diante dessa realidade, foi proposta a criação do MEI, efetivada em 2008, o MeI, ou Microempreendedor individual é a categoria de trabalho onde o trabalhador informal consegue adquirir um CNPJ, mesmo não possuindo uma empresa nos moldes das tradicionais, assim ele recebe diversos benefícios como direito à previdência social, modelo simplificado de tributação, inscrição no CNPJ sem custo e sem burocracia, entre outros benefícios de ser MEI. A partir disso, a presente pesquisa aprofundou-se, através de uma metodologia exploratória com pesquisa bibliográfica, sobre o MEI, suas exigências, seus benefícios, etc. Assim, foi possível identificar tudo que é preciso para o trabalhador se enquadrar na categoria MEI e quais os benefícios ele irá receber.

Palavras-Chave: Microempreendedor Individual (MEI). Benefícios do MEI. Setor informal no Brasil.

A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO MUNICÍPIO DE MANHUAÇU

Davi Melo Saab, Romario Gava, Antonio Carlos Nascimento Valente, Thaís de Fátima Araújo Silva, Vagner Bravos Valadares, Ana Paula Cota Moreira, Camila Muniz da Silva Braga e Moacyr Rodrigues Simão

A informação contábil auxilia na tomada de decisões e também no controle financeiro da empresa, tornou-se uma ferramenta indispensável no desenvolvimento das empresas, pois a falta do conhecimento contábil pode levar muitas micro e pequenas empresas à falência. Este artigo tem como finalidade de mostrar a importância da informação contábil na gestão de micros e pequenas empresas. O artigo é concentrado na área da Contabilidade Gerencial. O objetivo geral é discutir a importância da informação contábil como instrumento de gestão nas Micro e Pequenas Empresas do município de Manhuaçu e o objetivo geral é discutir. A justificativa deste estudo se dá pelo fato de que muitos empreendedores não utilizam as informações contábeis financeiras como vantagem competitiva. O alto índice de mortalidade destas empresas por falta da utilização correta destas informações é um dos fatores que mostram a importância deste estudo.

Palavras-chaves: Informação Contábil. Micro e Pequenas Empresas. Tomada de Decisão. Gestão.

A IMPORTÂNCIA DA AVALIAÇÃO DAS EMPRESAS NAS FORMAS DE TRIBUTAÇÃO

Ester Aparecida Guerra Neves, Romario Gava, Antonio Carlos Nascimento Valente, Vagner Bravos Valadares, Thaís de Fátima Araújo Silva, Ana Paula Cota Moreira Michele da Silva Firmino e Jocimar Franco Barreto

Sabe-se que a mortalidade das empresas está associada a um conjunto de fatores, como: A falta de clientes, a falta de capital de giro e as altas cargas tributárias, que à medida que se acumulam, elevam substancialmente as chances de o negócio ser mal sucedido. Quando olharmos somente para a dificuldade associada à carga tributária, torna-se muito importante que as organizações saibam escolher qual a melhor forma de recolhimento de seus tributos, ou seja, qual o regime tributário supre melhor com suas necessidades, podendo ser: MEI, Simples Nacional, Lucro Presumido, Lucro Real, Lucro Arbitrado, uma forma de garantir que isso aconteça é através do planejamento tributário, que nada mais é que forma de reduzir os custos das empresas com tributos de forma legal, ao observarmos empresas, se percebe uma grande deficiência na utilização desta ferramenta contábil, surgindo dessa forma o problema a ser enfrentado pela pesquisa proposta neste Projeto: Qual o nível de conhecimento dos empresários no Planejamento Tributário? Assim essa pesquisa busca avaliar a eficácia do planejamento tributário na escolha da melhor forma de tributação para as empresas, assim como o impacto financeiro que provocam a elas.

CONTABILIDADE NA ERA DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE A COLABORAÇÃO DA TECNOLOGIA PARA A ASSERTIVIDADE NA CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA DOS PROFISSIONAIS DE MANHUAÇU E REGIÃO

Luiz Gustavo Souza dos Reis, Romario Gava, Jocimar Franco Barreto, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Antonio Carlos Nascimento Valente William Iassy Teixeira Secario e Vagner Bravos Valadares

O presente artigo apresentará um estudo acerca da colaboração da tecnologia buscando excelência em assertividade na contabilidade tributária dos profissionais; com foco nos que atuam em Manhuaçu e região. A tecnologia ficou ainda mais presente e necessária quando a pandemia iniciou. Houve necessidade de adequação de sistemas e de diversas formas de resolver situações e problemas. Porém tudo isso precisou e precisa ser feito de forma que não haja interferência negativa nos resultados. É primordial haver capacitação e qualificação para dominar a tecnologia ofertada em nossa área. O bom uso da tecnologia irá auxiliar o empresário no recolhimento correto de seus tributos, na apuração de possíveis créditos fiscais e na diminuição de riscos tributários e fiscais, gerando maior qualidade nos resultados apresentados.

PROFISSIONAIS CONTÁBEIS NA ERA DIGITAL

Pâmella Virtuoso Dias, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Iêda Barra de Moura Galvão, Antonio Carlos Nascimento Valente e Jocimar Franco Barreto

O trabalho a seguir é um Projeto de Pesquisa construído com a finalidade de elaboração e construção de um artigo científico que será apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Rede de Ensino Doctum. O projeto se intitula “Profissionais Contábeis na Era Digital”, concentrado na área de conhecimento dos profissionais contábeis em transdisciplinaridade com a Contabilidade Gerencial. Essa pesquisa tem como objetivo estudar e relatar a aptidão dos profissionais contábeis na evolução da contabilidade, através de uma abordagem qualitativa a partir de pesquisa bibliográfica e documental. A proposta poderá ser de grande contribuição para o meio acadêmico, maximizando a formação do futuro profissional na exploração cada vez da evolução dos procedimentos contábeis, ajudando assim a ter um novo olhar sobre o campo empresarial.

Palavras-chave: Profissionais Contábeis. Contabilidade Gerencial. Contador.

Um estudo de caso sobre a Gestão do Conhecimento aplicado em uma Instituição de Ensino Superior

Jhennifer dos Santos Viana, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Thaís de Fátima Araújo Silva, Iêda Barra de Moura Galvão, Antonio Carlos Nascimento Valente Maria Eduarda Vieira e Ariane Ribeiro Hott

A gestão do conhecimento é projetada para auxiliar no processo de construção do conhecimento de grupos individuais, disponibilizando esse conhecimento de forma compartilhada por toda a organização. Além disto, as ferramentas de gestão do conhecimento servem para modelar parte do conhecimento que existe na mente das pessoas e nos documentos da empresa, e disponibilizá-los para toda a organização. O objetivo deste estudo foi analisar a percepção de discentes dos cursos de Administração e Ciências Contábeis com relação a aplicação da Gestão do Conhecimento na instituição de ensino na qual estão cursando graduação. Para realizar tal pesquisa utilizou-se metodologia qualitativa e exploratória no que diz respeito à finalidade de comparar se a Gestão do Conhecimento é implantada dentro da Instituição de Ensino Superior. Os resultados adquiridos através do questionário aplicado, sugerem que os alunos respondentes, o grupo amostral, que há sim a utilização da ferramenta do conhecimento na instituição de ensino de Manhuaçu, e que sim, os alunos utilizam desse conhecimento que os foram passados pela Faculdade através da utilização do Conhecimento pela Gestão da Faculdade e pelos professores dentro de sala de aula no decorrer de sua vida acadêmica, profissional e pessoal.

Palavra-chave: Gestão do Conhecimento. Administração. Ciências Contábeis.

PERCEPÇÃO DE MULHERES SOBRE OS DESAFIOS DE GÊNERO NO EMPREENDEDORISMO

Fernanda Evangelista Oliveira, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Iêda Barra de Moura Galvão, Antonio Carlos Nascimento Valente, Célio Gentil, Maria Zilda Muniz Rhodes e Ariane Ribeiro Hott

O empreendedorismo se apresenta no cenário mercadológico como um dos pilares do desenvolvimento econômico, pois, fomenta a inovação e a tecnologia, além de resultar em geração de emprego e renda para a população, por meio de produtos e serviços com a implementação de novos negócios. Porém, como em toda a estrutura do mercado de trabalho, existe a segmentação categórica que muitas vezes inviabiliza a entrada de mulheres no empreendedorismo, pois existem mais desafios sociais quando decidem empreender e isso pode gerar a dificuldade de inclusão social e econômica da população feminina. Desta feita, esta pesquisa teve como objetivo analisar a percepção das mulheres com relação aos desafios de gênero no empreendedorismo. A metodologia foi qualitativa de caráter descritivo e exploratório. Os instrumentos de coleta de dados foi a aplicação de questionário à empreendedoras de Manhuaçu e região, totalizando 20 empreendedoras. Os resultados da pesquisa indicam que, segundo a percepção das entrevistadas, houve nos últimos anos a conquista feminina de inserção no empreendedorismo, porém ainda há muito no que se avançar no que se refere ao empreendedorismo feminino. Com estes resultados, sugere-se aos formuladores de políticas públicas, programas voltados ao fomento da mulher no empreendedorismo.

Palavras-chave: Gestão. Gêneros. Empreendedorismo feminino.

POLÍTICAS PÚBLICAS E ASSOCIATIVISMO: PERCEPÇÃO DE AGRICULTORES FAMILIARES NA REGIÃO DE MANHUAÇU.

Millena Ferreira Horsth, Romario Gava, Moacyr Rodrigues Simão, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Iêda Barra de Moura Galvão, Samyla Guimarães do Nascimento e Ariane Ribeiro Hott

A agricultura familiar é um segmento de primaz importância no que se refere a criação de emprego, geração de renda e fomento de melhorias na qualidade de vida no campo. Além de estruturar a segurança alimentar no Brasil, em nível nacional, regional e local, dado que a população brasileira é abastecida internamente por produtos alimentícios oriundos da agricultura familiar. Visto que os agricultores familiares têm um papel de total relevância no contexto social e econômico, e que por estes motivos torna-se fundamental pesquisar o cenário desta parcela de produtores rurais, esta pesquisa teve como objetivo analisar a percepção dos agricultores familiares com relação a políticas públicas e associativismo no campo. Realizou-se uma pesquisa de natureza qualitativa para levantamento de dados sobre os produtores familiares. Os instrumentos de coletas de dados foram aplicações de questionário semiestruturados. Os resultados da pesquisa apontam que a percepção dos agricultores em relação ao associativismo e a políticas públicas é incipiente, pois os entrevistados não acessam esses benefícios e possuem pouca participação em programas como associações e cooperativas e uma pequena parcela que fazem parte de Pronaf e Previdência Rural. Espera-se com estes resultados apontar que é necessário fomentar a participação coletiva dos agricultores, bem como, é necessário que haja mais abrangência de acesso a políticas públicas de fomento aos agricultores familiares.

Palavras-chave: Agricultura Familiar. Políticas Públicas. Associativismo.

Gestão de Pessoas e a Prática do Endomarketing

Ana Carolina Rodrigues dos Santos, Reginaldo Nascimento Rocha, Victor Almeida Pereira, Thaís de Fátima Araújo Silva, Lêda Barra de Moura Galvão, Moacyr Rodrigues Simão, Arianne Ribeiro Hott e Bruno Miguel da Silva

A gestão de pessoas aqui será tratada como a área responsável por administrar o capital humano das empresas. E, há consenso de que a gestão utiliza técnicas de recursos humanos para conciliar os objetivos dos colaboradores com as metas da organização. Para isso, é necessário que os envolvidos na gestão estejam em sintonia com as equipes e identifiquem os perfis mais adaptados à cultura para focar em ações de engajamento, desenvolvimento e motivação dos mesmos – ações estas que devem estar alinhadas com o planejamento estratégico da empresa. Para que haja uma atuação mais eficiente e eficaz no ambiente de trabalho é necessário que a empresa motive seus colaboradores, os conheça, estabeleça metas, pratique igualdade de condições, tenha sempre o hábito de se comunicar, preze por capacitá-los, e busque sempre oferecer o melhor trabalhando em equipe, por tanto, o problema que se levanta é como articular os pressupostos acima no processo de humanização da empresa. Surge, então, como proposta de trabalho a defesa de que o profissional que atua na área de Gestão de pessoas deve auxiliar os colaboradores para que desenvolvam características importantes que tragam benefícios, e visão ética e de responsabilidade para com seus consumidores. Portanto, uma organização deve ter pleno conhecimento de seus objetivos para assim desenvolver estratégias consistentes, designando determinadas funções aos seus funcionários, estimulando-os continuamente para que os mesmos através dos métodos disponibilizados pela empresa possam concretizar a realização organizacional de cada gestão imposta.

EMPREENDEDORISMO E LIBERDADE ECONÔMICA COMO FATOR IMPULSIONADOR DO CRESCIMENTO ECONÔMICO

ENTREPRENEURSHIP AND ECONOMIC FREEDOM AS A DRIVER OF ECONOMIC GROWTH

Hiury Fernandes Zamite, Reginaldo Nascimeto Rocha, Ariane Ribeiro Hott, Moacyr Rodrigues Simão, Lêda Barra de Moura Galvão, Yago Felipe Scardino Gomes Justo e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

O vínculo entre Estado, sociedade e economia normalmente é motivo de ambição para economistas, filósofos e cientistas políticos, que procuram confirmar o impacto dessa associação na humanidade. Nesta circunstância, surgiram ideias que prescrevem a liberdade individual e econômica como um sistema que permite à sociedade progredir em todos os aspectos. Desse modo, um tema relevante a ser apresentado neste artigo é o precursor e a consequência da liberdade econômica como vetor de crescimento econômico e do empreendedorismo na conjuntura da formação de uma sociedade empreendedora livre e próspera por intermédio de uma economia dinâmica ideal. Este objetivo será obtido através de estudos bibliográficos e de literatura que descrevam a liberdade econômica e a vincule às variáveis ideias da economia de um país (isto é, empreendedorismo e o crescimento econômico). Esse achado indica que existe uma correlação entre liberdade econômica e empreendedorismo. Logo, liberdade e crescimento econômico são diferentes, com o mesmo grau e significado. Dessa forma, essas variáveis podem estar relacionadas entre si, seja por influência própria, seja por meio da ação de variáveis externas. Como o Índice registrou, as nações que contêm níveis mais elevados de liberdade econômica tendem a ser mais inatacáveis porque aproveitam a capacidade do sistema de livre mercado e não apenas geram crescimento econômico, mas também o reforçam por meio de eficiente alocação de recursos, criação de valor e inovação.

PALAVRAS-CHAVE: Liberdade econômica. Liberalismo. Empreendedorismo.

CONTABILIDADE NA ERA DIGITAL

Nubia da Silva Caetano, Lêda Barra de Moura Galvão, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Reginaldo Nascimento Rocha, Thaís de Fátima Araújo Silva, Moacyr Rodrigues Simão, Ariane Ribeiro Hott, Josiel Bello e Victor Almeida Pereira

O objetivo deste trabalho é conhecer a opinião das empresas de contabilidade de Lúna-ES em relação à adaptação do profissional em contabilidade a era digital, bem como identificar a importância da tecnologia para redução de despesas e tempo, além de conhecer seus benefícios em relação à comunicação para cumprimentos de prazos. Para responder aos objetivos de pesquisa foram realizadas pesquisas bibliográficas e de campo para abordar como a tecnologia ajuda os escritórios de contabilidade do município, por meio da aplicação de um questionário a cinco empresas locais. Ao analisar a pesquisa de campo qualitativa percebe-se que a maioria dos escritórios tem 20 ou mais anos de funcionamento, muitos desses escritórios têm entre 5 a 10 funcionários e 60% dos escritórios já contam com o serviço de inteligência artificial. Assim, em relação a adaptação do profissional em contabilidade a era digital, as empresas de contabilidade de Lúna-ES, tem a opinião de que as inovações tecnológicas vieram para complementar, sendo que o profissional a cada atualização necessita de um tempo para compreendê-la. Foi identificado como importância a utilização da tecnologia para redução de despesas e tempo nas empresas questionadas, isso se dá graças ao armazenamento de informações em nuvem. Outro benefício encontrado é sobre a comunicação entre as empresas e seus clientes no cumprimento de prazos estabelecidos pelos órgãos competentes. Dessa forma compreende que a Contabilidade na era digital está cada vez mais ganhando credibilidade por poder garantir um grau de pessoalidade, confiabilidade e confidencialidade das informações contábeis.

O uso do Marketing Digital pelas pequenas empresas

The Use of Digital Marketing by Small Businesses

Matheus Simões Cardoso, Ariane Ribeiro Hott, Reginaldo Nascimeto Rocha, Thaís de Fátima Araújo Silva, Moacyr Rodrigues Simão, Lêda Barra de Moura Galvão, Paola Antunes Borel e Camila Silva Freguglia

O Marketing digital está se inovando cada vez mais com os avanços tecnológicos e é possível observar que se tornou uma ferramenta indispensável nos dias atuais. Dada a facilidade da comunicação em tempo real, teve um grande crescimento por conta do COVID- 19, ajudando as pessoas a se comunicarem em período de crise. As ferramentas de marketing ajudaram os comerciantes a crescer as vendas, não apenas dentro de seu território, mas com crescimento enorme nos meios tecnológicos. Através de uma pesquisa qualitativa, avaliou-se neste trabalho o emprego destas ferramentas em uma clínica médica localizada no interior do Espírito Santo. Observou-se que a despeito da compreensão de que a tecnologia pode favorecer a organização, existem várias oportunidades ainda a serem exploradas, dada a pouca atenção e investimento realizados até o momento.

Palavras-chave: Marketing digital. Clínica médica. Avanços tecnológicos.

**FATORES QUE INFLUENCIAM NO SUCESSO E/OU
INSUCESSO EMPRESARIAL: diagnóstico no município de Lúna-ES**

FACTORS THAT INFLUENCE ON BUSINESS SUCCESS

AND/OR FAILURE: diagnosis in the municipality of Lúna-ES

Ana Karolyne Vieira de Melo, Ariane Ribeiro Hott, Thaís de Fátima Araújo Silva, Reginaldo Nascimeto Rocha, Iêda Barra de Moura Galvão, Camila Andrade Garcia e Fernanda Matos de Moura Almeida

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a percepção dos gestores de Lúna-ES que atuam no mercado há mais de 10 anos, a respeito dos aspectos que influenciam no sucesso e/ou insucesso das empresas, listando ferramentas de gestão que contribuem com o sucesso empresarial; identificando pontos de gestão que podem levar as empresas ao insucesso e verificando pontos fortes que influenciam na continuidade das atividades, e pontos fracos que podem levar ao insucesso. A estrutura bibliográfica aborda os fatores de sucesso e insucesso empresarial, as ferramentas de gestão e atuação das empresas no mercado. Os métodos utilizados foram de caráter descritivo, bibliográfico e de levantamento de dados. Como instrumento de coleta de dados foi aplicado um questionário aos empresários que atuam em Lúna-ES há mais de 10 anos. Os resultados demonstram que empresários, valorizam o uso das ferramentas gerenciais para a busca do sucesso empresarial, e conseqüentemente percebem que o não uso, ou mau uso, levam ao insucesso. As ferramentas de gestão que contribuem para o sucesso empresarial mais indicadas pelos respondentes foram: planejamento, controle financeiro, marketing e habilidade de comprar e vender. A maioria dos empresários entende que a falta de dedicação e disposição dos empreendedores é o principal ponto de gestão responsável pelo insucesso. De maneira geral, os empresários entendem o conceito de sucesso; valorizam o planejamento como essencial na gestão empresarial; conhecem e utilizam ferramentas de gestão; elaboraram planejamento e análise de mercado antes de iniciarem as atividades e têm experiência no negócio em que atuam.

Palavras-chave: Sucesso. Insucesso. Gestão. Planejamento. Lúna-ES.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN RECRUITMENT AND SELECTION

Artiele Amarins Dias de Andrade, Sheyla Valkiria Dias Passoni, Sílvia Helena da Costa Martins, Reginaldo Nascimeto Rocha, Iêda Barra de Moura Galvão, Ariane Ribeiro Hott, Willgner Pinheiro Vieira e Victor Almeida Pereira

Esta pesquisa investigou a utilização da inteligência artificial no setor de Recursos Humano, especificamente na área de recrutamento e seleção. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e exploratória, consolidada através de entrevistas com duas empresas, uma do ramo de construção civil e a outra do varejo, sendo os entrevistados seus respectivos gestores. Os resultados mostraram uma percepção positiva por parte dos recrutadores, em face da Inteligência Artificial, onde foi possível perceber que as empresas, após sua implantação, obtiveram melhora na realização dos processos de recrutar e selecionar, onde esses passaram a ser feitos de maneira mais eficiente. Também foi perceptível a maior assertividade e efetividade nos processos seletivos, fazendo com que as contratações fossem feitas da maneira mais assertiva, reduzindo custos. Os gestores também elencaram suas maiores dificuldades com a Inteligência Artificial, como as vulnerabilidades dos sistemas de informação. Assim, ainda é grande o receio das pessoas em vincular seus dados em plataformas digitais, com alto custo para a implantação de novas tecnologias, mesmo estas se mostrando um investimento, trazendo resultados positivos para a empresa, os gestores ainda a tratam como apenas um custo alto para a implantação. Por fim, verificou-se que existe a dificuldade de profissionais mais antigos se habituarem as tecnologias, grande parte dos gestores não estão habituados a elas e por isso apresentam grande resistência em aceitar grandes mudanças no seu método de trabalho.

Palavras-chave: Tecnologia. Inteligência Artificial. Recrutamento. Seleção.

Síndrome de Burnout: uma análise com os Policiais Militares do 14º Batalhão do Espírito Santo

Burnout Syndrome: an analysis of the 14th Battalion of Espírito Santo Military Police

Bruna Toledo Gonçalves, Sheyla Valkiria Dias Passoni, Sílvia Helena da Costa Martins, Reginaldo Nascimeto Rocha, Ariane Ribeiro Hott, Humberto Gomes Pereira, Tiago Rodrigues Silva e Fernanda Matos de Moura Almeida

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o conhecimento dos Policiais Militares do 14º Batalhão do Espírito Santo em relação à Síndrome de Burnout, bem como identificar como o tema é tratado pelo 14º Batalhão e saber se os Policiais Militares têm algum dos sintomas que levam ao desenvolvimento da Síndrome de Burnout. A revisão bibliográfica abordou as características da síndrome de Burnout, causas e consequências, sua ligação com o ambiente de trabalho e com os profissionais da área da segurança, e a sua relação com a saúde no trabalho. Os métodos de pesquisa utilizados foram: pesquisa bibliográfica, descritiva e de levantamento de dados. Para o levantamento de dados o instrumento utilizado foi um questionário enviado aos 171 policiais que atuam no 14º Batalhão. Um total de 66 policiais respondeu à pesquisa. Os resultados possibilitaram responder aos objetivos propostos, demonstrando que o tema ainda não é explorado no ambiente organizacional do 14º Batalhão da PM do ES, os policiais têm pouco conhecimento acerca do tema; diversos sintomas desenvolvidores da Síndrome de Burnout foram indicados por muitos Policiais militares, se destacando: irritabilidade, ansiedade, cansaço físico e mental, estresse e desânimo. Todos esses sintomas podem caracterizar início da síndrome, portanto, merecem atenção por parte do Comando do 14º Batalhão. Desta forma, entende-se que embora não tenham alto conhecimento do assunto, estão propensos ao desenvolvimento da Síndrome, uma vez que já existem vários Policiais com os sintomas que levam a este processo.

Palavras-chave: Síndrome de Burnout. 14º Batalhão da Polícia Militar. Trabalho. Estresse.

O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NA PANDEMIA

Erlane Alves Do Nascimento Machado, Reginaldo Nascimeto Rocha, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Fernanda Matos de Moura Almeida, Rayane Cecílio Santos e Sheyla Valkiria Dias

O presente trabalho tem por objetivo avaliar os fatores que influenciam o crescimento do E-commerce em meio à pandemia em empresas atuantes no segmento do comércio eletrônico. Sendo assim foi realizada uma pesquisa exploratória, tendo como método o levantamento bibliográfico, uma pesquisa quantitativa, sendo um estudo de caso aplicado na empresa Schuanz Ecommerce ME. Foram coletados dados de uma pesquisa que mediu o comportamento dos usuários do serviço e-commerce. Com base nos dados coletados do questionário, com o intuito de medir o perfil e comportamento dos usuários do serviço de e-commerce ofertados na grande Vitória/ES em meio a pandemia Covid-19.

Palavras-chave: E-commerce no Brasil. E-commerce. CDC.

O “NOVO NORMAL” NAS ORGANIZAÇÕES: OS DESAFIOS DOS GESTORES

Micaela Oliveria da Silva, Reginaldo Nascimeto Rocha, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Fernanda Matos de Moura Almeida, Paulo Lovati Junior e Sheyla Valkiria Dias Passoni

Com a pandemia do novo corona vírus em 2020, muitas organizações se viram em um cenário devastador. Empresas fechando suas portas, atividades sendo interrompidas ou bastante reduzidas. Houve um grande número de demissões, quebras de contratos e férias forçadas. Os profissionais restantes foram obrigados a exercer suas atividades de suas próprias residências. Esse novo cenário não era comum para os brasileiros, mas os trabalhadores tiveram que se adequar ao “novo normal”, e a partir deste momento o problema destacado neste estudo foi: quais são os desafios dos gestores com a padronização do home office. Diante disso, o presente trabalho tem por objetivo analisar os desafios dos gestores durante a pandemia do corona vírus. Utilizou-se a pesquisa qualitativa com os profissionais das cidades de Serra/ES, Vitória/ES, Vila Velha/ES e Cariacica/ES além de pesquisas bibliográficas. Em meio a quarentena os profissionais que adotaram o home office afirmam que estão adaptados ao novo modelo de trabalho remoto. Alguns dos motivos são: maior independência e liberdade de trabalho. Contudo os desafios dos gestores é expandir uma nova visão do mercado de trabalho aumentando a positividade das vantagens de trabalhar em casa e selecionando profissionais com este perfil. Profissionais com características de resiliência, foco, disciplina e comprometimento. O cenário atual trás consigo ansiedade em função da incerteza, mas o momento é de adequação. Os dados mostram que a maioria dos colaboradores que utilizam o modelo home office estão felizes e satisfeitos com o novo modo de trabalho. Palavras chaves: “Novo Normal”. Desafios. Gestão. Home Office.

FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA KANBAN E A SUA RELAÇÃO COM JUST IN TIME

Ygor Fagundes Pedroza, Fernanda Matos de Moura Almeida, Sílvia Helena da Costa Martins,
Reginaldo Nascimeto Rocha, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães e
Sheyla Valkiria Dias Passoni

O tema escolhido será sobre a ferramenta de gestão estratégica Kanban e a sua relação com just in time na busca de melhor desempenho. O Kanban foi criado no Japão, pela empresa Toyota com o intuito de agilizar os processos e melhorar a entrega das equipes. Essa ferramenta auxilia as empresas no controle de processos e projetos. É um sistema ágil e visual para controle de produção ou gestão de tarefas. Assim, aqui a problemática será voltada para uma análise de como o Kanban, ferramenta estratégica de gestão, pode auxiliar no controle de processos/projetos, otimização de tempo, redução de custo, melhor visualização da timeline dos projetos e como pode ser complementado com o Just-In-Time na busca de uma melhor atuação. Buscando relatar como o planejamento e o controle de produção é essencial para o desenvolvimento da empresa em seus projetos. Alinhando técnicas que buscam redução de custos e aumento da produtividade, alinhadas a ferramenta e metodologias ágeis. Portanto a análise buscará mensurar a aplicabilidade e atuação dentro da empresa Bios Desenvolvimento, e como a ferramenta de gestão Kanban proporciona uma conexão e melhor fluxo de informações sobre o sistema produtivo, quando aplicada junto com a filosofia Just-In-Time (JIT). A utilização do Kanban também pode trazer inúmeros benefícios a empresa, com uma enorme abrangência, baixo custo e agilidade, com conceitos simples. Palavras-chave: Kanban, Just in Time. Processos.

**RUPTURA: IMPORTÂNCIA DO CONTROLE E GESTÃO EM UM
SUPERMERCADO: Um estudo de caso em um grupo Supermercadista do
ES**

Gabriel Martins de Souza, Fernanda Matos de Moura Almeida, Sílvia Helena da Costa Martins,
Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Marcos Aurélio e
Bruno Miguel da Silva

Como o mundo mais competitivo as empresas procuram se manter no mercado e assim passa a ser imprescindível a busca por uma gestão mais eficiente para se sobre sair perante os seus concorrentes. Pode-se dizer que os índices de ruptura e sua gestão está ligada aos processos de aquisição de produtos, armazenamentos, controle de entradas e saídas e a logística, sendo assim têm o objetivo na conservação e rotatividade dos itens nas lojas e nos centros de distribuições. Sendo assim, a falta dessa gestão e controle da ruptura, também pode gerar altas demandas de estoque sem necessidade, assim elevando o capital de giro, aumento de custos, perdas e desperdícios e conseqüentemente uma redução em sua rentabilidade, assim como altos estoque também podem gerar rupturas nas gôndolas e/ou prateleiras. A importância de uma boa gestão onde prevaleça eficiência e eficácia proporciona melhores resultados, como atendimento às demandas de produção, aperfeiçoamento no processo de compras, calcular giro de mercadorias, fornecimento de dados para indicadores, suporte ao setor de compras e assegurar a continuidade das operações e a otimização dos seus recursos disponíveis, gerando assim redução de custos e ruptura, aumento de produtividade, parceiras consolidadas com seus fornecedores obtendo sucesso em seu negócio podendo atender suas demandas em períodos de baixa e alta procura de seus produtos, alavancando o resultado da empresa, seja em períodos de demanda normal ou até mesmo em épocas sazonais.

Palavras-chave: Ruptura. Gestão de Estoque. Supermercado.

O PERFIL DO CONSUMIDOR UNIVERSITÁRIO DE E-COMMERCE NO ESTADO DO ESPIRITO SANTO

Jennefer Jhonatassikar Carvalho de Souza, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Fernanda Matos de Moura Almeida, Humberto Gomes Pereira, Hygor Geraldo Siqueira Gomes e Bruno Miguel da Silva

Com o surgimento da Internet e suas mudanças de acordo com a evolução tecnológica mudaram o mercado de e-commerce, com isso o consumo pelas plataformas digitais ganhou evidência influenciando de forma direta a sociedade, além do crescimento digital a liberdade de pesquisar e comprar produtos e serviços a qualquer momento e em qualquer lugar. Cabe mencionar que a tecnologia veio para agregar em nossas atividades mais simples como um agendamento em um estabelecimento de serviços através de um aplicativo ou mesmo no trabalho em tarefas mais específicas. Trazendo para o cenário atual onde estamos passando por uma pandemia e pela facilidade de compra dos ecommerces, podemos observar em nossa pesquisa um aumento significativo das compras feitas online, pelos entrevistados. A metodologia do presente estudo pode ser dividida em dois eixos, que podem ser classificados: pesquisas bibliográficas, pesquisa de caráter exploratório e descritivo. O objetivo do estudo é identificar e estudar os conceitos e definições de e-commerce as vantagens e desvantagens da utilização desta ferramenta, e o perfil de utilização da plataforma de e-commerce, em especial em estudantes universitários. Os resultados demonstram os principais consumidores das plataformas virtuais são em sua maioria mulheres, solteiras com idade entre 23 a 29 anos. A principal motivação está relacionada com a comodidade e o preço.

Palavras-chave: E-commerce. Perfil do Consumidor. Universitários.

LIDERANÇA

Cindicleia Evangelista Garcia, Fernanda Matos de Moura Almeida, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Isaque Falcão Rangel Campos e Sheyla Valkiria Dias Passoni

Sem muita complexidade é possível entender que liderar é influenciar pessoas, governar um time, fazer com que as atividades das organizações sejam cumpridas e os resultados alcançados. Assim, a liderança na sua melhor versão é inspiradora, faz com que os colaboradores ajam não somente por dinheiro, mas também pelo bem-estar de fazer parte daquela entidade. Existem variados tipos de liderança, alguns deles são democráticos, liberais ou autocráticos estes atuam de acordo com comportamento do líder ou da equipe. Contudo, o problema que dá origem a este artigo direciona-se para o fato de que liderar requer ser capaz de ouvir, entender, ter empatia pelos outros, trabalhar em grupo, desenvolver pessoas, dar exemplo, se impor quando necessário. Para o alcance dos resultados com excelência é fundamental que saiba influenciar positivamente mentalidades e comportamentos, para isso é vital que se tenha resiliência, responsabilidade, boa comunicação, entre outros aspectos que interagem com as pessoas da organização. Então, defendem-se que liderar é trabalhar com foco em desenvolver o outro, fazer acontecer através de pessoas, teorias dizem que liderança nasce com o indivíduo ou pode ser desenvolvido, o que ocorre é a falta de preparo teórico e prático. Existem aqueles que agem com tipo de liderança autocrática com foco somente em resultado, outro democrático que se unem à equipe para montar um planejamento e, o liberal que confia na equipe deixando-a livre para tomadas de decisões, nestes estilos existem os prós e contras.

Palavras-chave: Administração. Liderança. Gestão de pessoas.

OS PROBLEMAS ENFRENTADOS PELO ESPORTS (ESPORTE ELETRÔNICO) NO MERCADO BRASILEIRO

Marcos Manoel Martins Neppel de Lima, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Priscila Nunes, Sílvia Helena da Costa Martins, Humberto Gomes Pereira, Fernanda Matos de Moura Almeida e Sheyla Valkiria Dias Passoni

Os jogos digitais já fazem parte da sociedade há algum tempo, mas é indiscutível que cada vez mais ele está se tornando algo de muita importância para a diversão de muitas pessoas ao redor do mundo e no Brasil não é diferente, eles podem ser encontrados em todos os tipos de plataformas como consoles, smartphones ou computadores. Mas com o decorrer dos anos esses jogos pararam de ser apenas diversão e se tornaram algo profissional. No ano de 1972 surgiu a primeira competição esportiva eletrônica, de forma amadora entre estudantes da universidade de Stanford nos Estados Unidos, daí em diante com o aperfeiçoamento dos jogos e a acessibilidade aos computadores e consoles aumentando, a visibilidade desse mercado foi expandindo até se tornar o que é hoje. Desta forma buscou analisar o desenvolvimento do mercado de esportes no Espírito Santo. O mercado de esportes é relativamente novo e ainda precisa passar por diversas etapas para ser desmistificado e ser visto como algo profissional. Apesar do mercado global ter movimentado mais de US \$1 bilhão atualmente e ter influência sobre todo o mundo, no Brasil ainda tem se olhado com um olhar discriminatório, não reconhecendo que é uma modalidade de esportes. Pessoas mais tradicionais ainda acreditam que não pode ser considerado um esporte, porque não é uma atividade que requer esforço físico. É preciso maior disseminação desse mercado para o povo brasileiro, para que entendam que os jogos deixaram de ser somente diversão e brincadeira, trazendo também benefícios e várias possíveis novas carreiras não somente com o esporte eletrônico, mas todo o entorno que o envolve.

Palavras-chave: Esports (esporte eletrônico). Desmistificado. Conscientização. Mercado.

GERAÇÃO Y NA PANDEMIA

Rafaella Sperandio dos Santos, Rafaella Zanon Bussular, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Fernanda Matos de Moura Almeida, Yonara Gonçalves das Candeias e Valkiria Dias Passoni

Este artigo aborda os percalços ocorrido no momento de pandemia dentro da organização, vale ressaltar o que estão vivenciando é algo muito novo para o mercado de trabalho, destacando que a geração Y tem como o imediatismo seu principal objetivo. Buscará revelar o quanto é importante está alinhados junto a organização para não perder os melhores profissionais do mercado de trabalho. Para tanto, a metodologia utilizada foi através de uma pesquisa realizada nos anos de 2020 á 2021, ressaltando o momento que está enfrentando. Pode-se concluir hoje que a pandemia trouxe desafios e oportunidades, e quanto os colaboradores devem estar alinhados para um objetivo em comum que é o reconhecimento no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Resiliência. Empatia. Comunicação.

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS ORGANIZAÇÕES

Rhobertta Liberato, Georges Demetri Alexandre, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Sílvia Helena da Costa Martins, Priscila Nunes, Humberto Gomes Pereira, Samanta Ricardo e Sheyla Valkiria Dias Passoni

Este artigo apresenta a importância no desenvolvimento da Inteligência Emocional (IE) nas organizações, destacando que as emoções podem influenciar nas relações intra e interpessoais. O problema de pesquisa é identificar possibilidades do uso da IE para melhorar os desempenhos individual e coletivo dentro de uma organização. Os objetivos específicos são conceituar a Inteligência Emocional, entender que as emoções podem influenciar no comportamento humano e pesquisar de que forma a inteligência emocional afeta o desempenho individual e coletivo do colaborador. A pesquisa para o levantamento de dados foi realizada através de revisão bibliográfica e aplicação de questionários para os profissionais do estado do Espírito Santo. Os resultados demonstram que muitos já ouviram falar sobre IE e praticam o autocontrole, em contrapartida, há um grande número que não entende o conceito e é pouco motivado pelas organizações para o desenvolvimento da mesma. A IE é uma ferramenta necessária, pois ajuda o colaborador a entender suas emoções e a lidar com as mesmas, proporcionando um ambiente organizacional mais agradável para todos os envolvidos.

Palavras-chaves: Inteligência Emocional. Emoções. Desempenho Profissional.

GESTÃO DE PESSOAS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES VITÓRIA – ES

Mariany Alves da Cruz, Gisely Xavier da Silva, Priscila Nunes, Georges Demetri Alexandre, Henrique Kopke, Priscila dos Santos da Silva e Vanessa Bernardo Siqueira. Prof. Me Sheyla Valkiria Dias Passoni.

Este artigo aborda a gestão de pessoas nas organizações, destacando a sua importância para o ambiente de trabalho e melhoria da qualidade de vida no âmbito organizacional. Pretende-se identificar como a gestão de pessoas obtém um bom ambiente de trabalho e quais aspectos precisam ser desenvolvidos para que a organizações alcance crescimento e desenvolvimento nessa área. O problema apresentado será como utilizar a gestão de pessoas dentro das organizações de forma eficaz tornando o ambiente confortável para o colaborador. Para isso, foi feita uma pesquisa explicativa através de uma coleta de dados e um questionário com os funcionários da organização. Pode-se concluir que um bom ambiente de trabalho desenvolve o cliente interno e acaba investido indiretamente no cliente final.

Palavras-chave: Gestão de pessoas. Ambiente de trabalho. Qualidade de vida no trabalho.

A DIVERSIDADE RACIAL NAS ORGANIZAÇÕES

Ana Clara Juvencio da Silva, Priscila Nunes, Sílvia Helena da Costa Martins, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Georges Demetri Alexandre, Henrique Kopke, Hilda Luiza da Silva Cunha Pessanha e Marina Monteiro Garcia

O presente trabalho tem como objetivo principal destacar a diversidade e inclusão com foco na raça dentro das organizações, enaltecendo o mercado antigo e atual a fim de mostrar que é possível sim, conviver com pessoas diversas, mesmo tendo culturas, estilos e pensamentos diferentes, e que a raça/cor não interfere no desempenho das organizações, tendo em vista que todos são iguais e que aos poucos foram ganhando reconhecimento social e governamental. Para alcançar tal objetivo, foram realizadas pesquisas sobre a inclusão do ponto de vista da raça nas organizações e a diversidade. Foi feita uma pesquisa de campo quantitativa a fim de metrificar a quantidade de empresas que valorizam a importância da inclusão racial nas organizações e a aceitação da diversidade por parte dos colaboradores, pessoas foram entrevistadas para chegar ao resultado. Diante desses resultados apesar das empresas se considerarem inclusivas há muitas resistências por parte de alguns gestores, mas, contudo, durante os anos essas resistências vêm diminuindo devido aos resultados positivos, e ser inclusivo gera uma imagem positiva para seus colaboradores conforme relatado na pesquisa realizada. Esta pesquisa mostra que a inclusão feminina hoje tem crescido bastante, e a diversidade e inclusão vem sendo valorizada pelos gestores, as pessoas são incentivadas a se candidatar a oportunidades internas e cargos de liderança. O objetivo foi alcançado pois mostra que a diversidade e inclusão está sendo implementada com o passar dos anos, está presente e as pessoas se sentem confortáveis em trabalhar em um ambiente diverso.

Palavras-chave: Inclusão. Diversidade. Raça. Responsabilidade.

OS DESAFIOS DO PROCESSO DE INFORMATIZAÇÃO NAS PEQUENAS ORGANIZAÇÕES

Lucas Borssatto Oliveira Lobo, Priscila Nunes, Gláucia Aparecida Mendes Soares, Gisely Xavier da Silva, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Johny Silva Pesente e Wemerson Carvalho dos Santos

O trabalho é uma pesquisa que busca compreender a informatização nas pequenas empresas e buscar possíveis soluções. A tecnologia da informação e comunicação, é uma ferramenta bastante utilizada dentro das empresas, e para que isso se desenvolva existem diversos meios de respostas que definem o que uma pequena empresa irá ganhar utilizando tal ferramenta. O propósito é fazer um estudo e mostrar como é possível utilizar a informatização para que os pequenos empreendedores tenham uma vantagem competitiva e de uma forma sustentável auxiliar os mesmos a resolver qualquer possível problema que venha a acontecer. O estudo se deu pela adoção e seleção de resultado em pesquisa, mostrando os efeitos que a informatização agrega nas pequenas organizações. As vantagens do seu uso adequado podem ser definidas como: produtividade, flexibilidade, qualidade e inovação, e esses efeitos podem ser obtidos com a oferta que a tecnologia traz para as pequenas organizações. Com a pesquisa, foi possível notar que a grande maioria dos gestores de pequenas empresas tenham dificuldades para implementar e gerir a implementação do sistema de informatização, seja pela falta de informações e estudos sobre o tema ou pela incapacidade estrutural e financeira de receber um avanço tecnológico em suas organizações, que podem causar possíveis problemas que serão abordados nesse trabalho, e de uma maneira bem detalhada, auxiliarão na resolução de possíveis problemas.

Palavras-chave: Informatização. Empresas. Soluções. Vantagem competitiva.

DIFICULDADES NA PERCEPÇÃO DO MEI COMO EMPRESA

Aline Goldner Vicente, Priscila Nunes, Gisely Xavier da Silva, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Gabriel Rodrigues Ferreira e Marina Monteiro Garcia

Este artigo se refere aos microempreendedores individuais (MEI) e as diversas lacunas quanto ao conhecimento sobre as possibilidades que essa modalidade pode trazer, tanto para o crescimento do empreendimento quanto do empreendedor. Dentre estas lacunas existe por exemplo a extrema dificuldade em administrar de forma profissional o negócio, bem como não separar a pessoa jurídica da pessoa física e não ter conhecimento específico sobre todos os benefícios e malefícios que o registro do MEI pode trazer, principalmente nas questões que envolvem a parte financeira da empresa. São abordadas a Formalização dos Micro empreendimentos, explicando como funciona essa modalidade de empresa, a Gestão Financeira para MEI e como ela é abordada e as Dificuldade de Entender O MEI como Empresa mostrando a pesquisa realizada a fim de evidenciar a visão dos microempreendedores sobre os temas abordados. Os resultados mostrados evidenciam a percepção de que os empreendedores não dão o devido valor ao controle financeiro e a separação correta das finanças relacionando a pessoa física com a jurídica.

Palavras-chave: Conhecimento. Empreendimento. Dificuldades. MEI. Negócios.

ANALISE DO PROCESSO DE LOGÍSTICA REVERSA NA EMPRESA DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO O DESCARTE DE ÓLEO LUBRIFICANTE

Miquelle Santos De Oliveira, Gisely Xavier da Silva, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Rafael Rodrigues Guimarães e Thayná de Souza Dutra e Fabio Goldner.

É de conhecimento geral que a logística (cadeia de suprimentos) é o processo de informações que mantém uma operação de transporte de cargas e produtos para o lojista. Esse importante processo visa fazer a produção e a movimentação de matérias primas e produtos acabados para as lojas que nesse caso é o intermediário entre o fabricante e o consumidor final. Por sua vez a logística reversa é o processo inverso da logística convencional, visando o retorno do produto final para o fabricante de forma direta e indireta. Neste artigo foi analisado o descarte de óleo lubrificante no meio ambiente. Que foi discutido com base nos conceitos básicos de através de uma pesquisa bibliográfica dos assuntos abordados. Através de um estudo de caso da aplicação de uma entrevista, que foi apresentado respostas a respeito do processo de logística reversa na empresa do setor de automobilístico. A metodologia utilizada considerou dados obtidos através de entrevistas aplicadas durante a visita ao Líder de operações da loja de peças para manutenção de motocicletas, situada na região da grande Vitória/ES. Na análise foi verificado que a empresa X segue todos os protocolos referentes à logística reversa, contribuindo para o meio ambiente, tendo a sustentabilidade e obtendo lucratividade.

Palavras-chave: Logística Reversa. Óleo Lubrificante. Sustentabilidade.

COMO A TECNOLOGIA AJUDA A DIMINUIR A BUROCRACIA E MELHORAR A INFRAESTRUTURA PORTUARIA

Mateus Nepomuceno Marcelino, Paula Jenaina Costa, Gisely Xavier da Silva, Glauca Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Matheus De Sá Rocha e Fabio Goldner

Este estudo aborda buscar e compreender o uso de novas tecnologias no setor da logística e como o investimento nesse sentido traz melhorias em vários sentidos. O presente artigo tem como objetivo analisar esse cenário e buscar discutir como a tecnologia pode diminuir a demora e trazer agilidade, buscando um trabalho mais eficiente e reduzindo os erros nos processos. Para tanto, a pesquisa foi baseada por meio de variadas publicações de empresas públicas e privadas, organizações governamentais, imprensa especializada e artigos acadêmicos para chegar a sua conclusão.

Palavras – chave: Logística. Tecnologia. Agilidade.

OS DESAFIOS DOS EMPREENDEDORES NA GESTÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA REGIÃO DE SÃO PEDRO VITÓRIA- ES

Cleisiane da Silva Vilete, Gisely Xavier da Silva, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Glucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Jeanderson Lozorio e Fabio Goldner

Este artigo aborda os principais obstáculos enfrentados pelos micros e pequenos empreendedores da região de São Pedro Vitória- ES na condução de seus negócios. Buscou identificar e compreender as principais dificuldades enfrentadas por estes empreendedores, como lidam com a gestão e suas perspectivas. Esse estudo ocorreu através de pesquisa bibliográfica, e ainda, aplicação de um questionário com os empreendedores. O resultado da pesquisa revela que, do início até o momento de seus negócios, o maior desafio está ligado ao fluxo de caixa, pois não conseguem controlar a entrada e saída do dinheiro, para onde e o quanto destinar. Verificou-se a região de São Pedro tem muito potencial, muita atitude empreendedora, porém falta um feeling de administração, colocar em prática determinados conhecimentos e gerir de modo eficaz.

Palavras-Chave: Empreendedores. Gestão. Fluxo de Caixa.

O CRESCIMENTO NO MERCADO DO E-COMMERCE DE SUPLEMENTOS ALIMENTARES: ESTUDO DE CASO

Leandro Cravo Lenzi, Gisely Xavier da Silva, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Gláucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre e Bruno Miguel da Silva

Esse artigo tem como objetivo conhecer o perfil de consumo do comércio eletrônico de suplementos alimentares e a venda através dessa plataforma. O presente estudo justifica-se devido ao crescimento constante das transações realizadas por meio do e-commerce, e o desenvolvimento das empresas para tornarem essa ferramenta uma facilitadora dos processos rotineiros de venda de suplementos alimentares através das diversas plataformas, com base na aceitação e confiança do consumidor. A metodologia de pesquisa utilizada foi uma revisão bibliográfica e um estudo de caso, no qual foi apresentado uma empresa que comercializa suplementos alimentares através do comércio eletrônico. Foi obtido um levantamento de dados através da elaboração de um questionário destinado à empresa, a fim de investigar e entender como a empresa tem se comportado diante desse cenário de vendas e o que tem feito pra se destacar nesse mercado. Podemos demonstrar através do presente estudo que o mercado de vendas brasileiras de suplementos alimentares através da internet, vem crescendo devido as várias vantagens de se ter uma loja online e com isso notou-se a extremamente importância da capacitação da equipe para atender prontamente a necessidade do comprador, a fim de proporcionar satisfação tanto com o produto adquirido como também em todo o seu processo de compra.

Palavras-chaves: E-commerce. Suplementos Alimentares. Vendas.

SOBREVIVÊNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM TEMPOS DE PANDEMIA

Evelyn Rosa da Vitória Chaves, Sidnei Silva Araújo, Rhayane Camila Souza Miranda, Henrique Kopke, Gláucia Aparecida Mendes Soares, Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt e Camila Silva Freguglia

As micro e pequenas empresas são de extrema importância para a movimentação econômica do país, porém no cenário atual em que o mundo enfrenta uma pandemia causada pelo corona vírus, elas foram diretamente prejudicadas, tornando obrigatória a busca pela sobrevivência. A situação desencadeou transtornos para empreendedores, afetando o orçamento por conta da baixa nas vendas, causou demissões, reduziu os lucros e teve seu funcionamento e rotina alterados diante do isolamento social. Neste trabalho analisou-se uma microempresa do ramo de confeitaria e suas estratégias para sobrevivência e crescimento. Percebeu-se a importância da aplicação de novas práticas de negócio e aposta em atendimento online, afinal a tecnologia é uma grande aliada nesse momento.

Palavras chave: Micro e Pequenas Empresas. Sobrevivência. Pandemia.

A INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NO MERCADO DE TRABALHO: ALÉM DA ÓTICA DA LEI

Izabella Gilvana de Souza Santos, Glaucia Aparecida Mendes Soares, Henrique Kopke, Georges Demetri Alexandre, Juliana Bissoli de Assis, Rebeca Oliveira da Silva Vila Real e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

O presente artigo científico é direcionado a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, além da ótica da lei. Esse estudo foi realizado na ideia de se atentar e direcionar aos pensamentos a esta situação especial, que por sua vez, vêm apresentando um mercado competitivo, tornando cada vez mais complicado a inserção de pessoas com deficiência que não possuem um grau técnico ou superior. Ressalta-se a importância da contratação e qualificação das pessoas com necessidades especiais para o desenvolvimento social, profissional e financeiro, sendo o trabalho um dos principais pilares para a inserção na sociedade. Neste trabalho irá apresentar o desenvolvimento, problemas e soluções, proporcionando uma alternativa de transformar e conscientizar um processo de forma mais justa, igualitária e focando na busca pelo incentivo intelectual, profissional e social dessa categoria. Para tanto, será realizado através de pesquisas e estudos científicos, livros, e temas similares para ter um desenvolvimento com eficiência no projeto e propor a melhoria adequada à situação. Nesse sentido, irá apresentar resultados na proposta de soluções para a inclusão social. Os dados levantados permitem concluir que a elaboração de leis não é o suficiente com relação ao incentivo para a contratação de pessoas com deficiência no tão concorrido mercado de trabalho.

Palavras-chaves: Pessoas com Deficiência. Inclusão Social. Adaptação.

**DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS LÍDERES NO AMBIENTE DE TRABALHO ANALISANDO
MOTIVAÇÃO EM UMA DISTRIBUIDORA DE PERFUMARIA DE CARATINGA, MG**

Eduarda Valério Xavier, Leomaro Figueiredo de Oliveira, Gustavo de Freitas Magalhães, Gláucia Aparecida Mendes Soares, Gisely Xavier da Silva, Daniel Sucupira e Carlos Antonio Leitoguinho
Bitencourt

São muito os desafios e mudanças enfrentados no dia a dia no ambiente de trabalho, e os desdobramentos com relação implementação da liderança no interior das organizações. A conjuntura atual do mercado de trabalho impõe que os profissionais inseridos neste cenário tenham a capacidade de introduzir as habilidades com o objetivo de agregar a mesma. Incentivando a equipe de trabalho a realizar mais que as funções designadas para cada pessoa, visando fazer com que elas anseiem por inovação e pro atividade. As organizações têm buscado a cada dia renovar o seu modo de trabalho objetivando interação interpessoal, autoconfiança, buscando um método eficiente para que os funcionários criem o hábito de liderança vinculados a um rendimento de excelência pessoal e profissional. Tendo como objetivo geral avaliar os desafios enfrentados pelos líderes no ambiente de trabalho analisando motivação. O artigo em questão será fundamentado com acervos bibliográficos atuais como os artigos científicos, livros, documentos, artigos publicados em internet entre outras fontes atuais e verídicas, também será realizado uma pesquisa com profissionais de uma distribuidora de Caratinga MG.

Palavras-chave: Mercado de trabalho. Interação interpessoal. Liderança. Excelência pessoal profissional.

OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID – 19 NO SETOR DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE CARATINGA, MG

Gabrielen de Barros Pereira, Sidnei Silva Araújo, Renato Avelino Marques, Gustavo de Freitas Magalhães, Gisely Xavier da Silva, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

O turismo pode ser definido como um ramo de atividade econômica de grande relevância em nosso país, no que tange ao desenvolvimento social, econômico e cultural. Como uma atividade fortemente geradora de empregos em todas as faixas de renda principalmente, e em grande escala, nas áreas de menor grau de especialização, seu enxugamento traz consequências significativas para diferentes cadeias produtivas. Mediante ao novo cenário imposto pela pandemia do COVID-19, é importante compreender através de uma análise crítica e reflexiva as principais consequências e os reflexos no setor de turismo no Município de Caratinga. As medidas adotadas pelos municípios através do isolamento social, apesar de ser a única estratégia encontrada até agora para frear o avanço da doença, tem um impacto enorme na atividade econômica, principalmente para aqueles setores e serviços que não são considerados essenciais. Os serviços ligados ao mercado de viagens, por exemplo, estão entre aqueles que são e serão os mais afetados por essa pandemia. Desta forma, o intuito do presente projeto é abordar os efeitos da Pandemia do COVID-19 no setor de turismo no Município de Caratinga-MG, e as possibilidades de reestruturação do setor no pós pandemia, isto se dará através de pesquisa bibliográfica e aplicação de questionários a empresas do setor de turismo e transporte de passageiros no Município de Caratinga/MG.

Palavras-chave: Turismo- Pandemia da COVID-19- Reestruturação.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO FERRAMENTA DE GESTÃO: um estudo de campo em uma padaria na cidade de Vermelho Novo – MG

Fernando Bruno de Oliveira Vidal, Daniel Sucupira, Gustavo de Freitas Magalhães, Antônio Ferreira Neto, Martinho Luthero de Souza Júnior, Cláudio Cesar Guimarães e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

Esse artigo evidencia através de conceitos teóricos que as organizações necessitam da ferramenta de planejamento estratégico para conseguir solucionar e adequar os problemas que são encontrados, além de identificarem quais medidas se deve tomar para enfrentar as ameaças e maximizar as oportunidades obtidas no mercado atual. Sendo necessário que o gestor esteja atento à maneira que esta ferramenta está sendo aplicada dentro da empresa e se de fato está sendo eficaz, visto que, empresas pequenas encontram dificuldades para utilizar tal ferramenta, pois não contam com gestores que saibam lidar com as informações, diante disto, acabam fracassando em seus empreendimentos. Assim, o objetivo geral deste trabalho foi apresentar as práticas do planejamento estratégico de uma padaria na cidade de Vermelho Novo – MG. Para o alcance do objetivo foram traçados os seguintes objetivos específicos: apresentar as etapas que compõem um planejamento estratégico; evidenciar a aplicabilidade desta ferramenta em uma padaria e demonstrar as vantagens e desvantagens do uso de tal ferramenta. A coleta de dados deu-se através de pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo ocorreu com a aplicação de uma entrevista junto ao proprietário do negócio e por meio das informações obtidas, foi possível realizar a elaboração de uma análise SWOT para o empreendimento. Concluiu-se que a ferramenta de planejamento estratégico é indispensável para sobrevivência de toda empresa, independente do seu porte e as organizações que a utilizam tornam-se competitivas no mercado atual.

Palavras-Chave: Competitividade. Padaria. Planejamento estratégico.

EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL: O REAPROVEITAMENTO DE CONTEINER NA CONSTRUÇÃO CIVIL. ESTUDO DE CAMPO EM UMA EMPRESA DE VILA VELHA ES

Hiendrick Frederick de Oliveira, Daniel Sucupira, Gustavo de Freitas Magalhães, Joubert Thavares Silveira de Oliveira, Leonardo Garcia da Silva, Cláudio Cesar Guimarães e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

Este estudo objetivou retratar o empreendedorismo sustentável com sua aplicação ao reaproveitamento de contêiner, por se tratar de um material resistente e que pode ser devidamente aliado à construção civil. Buscou-se uma empresa que trabalhasse com esse segmento de mercado, aplicando o empreendedorismo ambiental. O método utilizado para a elaboração deste trabalho foi a de pesquisa qualitativa com os proprietários para analisar e interpretar aspectos mais profundos com o tema proposto. Objetivou-se na análise da organização, sobre o estudo e aplicação da forma ao empreendedor junto ao conceito sustentável, com a reutilização de contêineres e seu desenvolvimento, identificando ações da empresa relacionadas ao empreender, descrevendo as vantagens e possíveis desvantagens. Chegou-se ao resultado de que a empresa não se enquadra no conceito de empreendedorismo sustentável, pois ela não utiliza métodos que tratam da questão relacionada ao aspecto social. Observou-se que somente os aspectos ambientais e a obtenção de lucro são objetivos da empresa.

Palavras Chaves: Empreendedorismo, contêineres, sustentável, vantagens, ambiental.

A CONTABILIDADE E A NOVA ERA DIGITAL OS IMPACTOS E AS TENDENCIAS DA TECNOLOGIA NA PROFISSÃO CONTÁBIL

Milene Ferraz Silva, Ricardo William Estácio Amaro, Gustavo de Freitas Magalhães, Aurea Wanderley Braga, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães e Aucione Aparecida Barros Guimarães

O presente artigo tem como objetivo abordar os impactos e as tendências da era digital na contabilidade. Como base de estudo, utilizou-se o método Bibliométrico tendo como fonte a revista acadêmica Unisinos onde foi analisado artigos publicados entre os anos de 2012 a 2021, sendo que o estudo apontou um número reduzido de publicações voltados a informatização e inovações tecnológicas no que diz respeito a profissão contábil, bem como sobre a automação de processos na área. Além disso, constatou que as publicações se concentraram nesse ano de 2021, apontando um pequeno número de pesquisas realizadas em relação ao assunto. Sobre a automação contábil não foi constatado nenhuma publicação, o que demonstra a falta de informações perante o assunto. Diante dos resultados, verificou que existe uma propensão maior na concentração de estudos abordando o tema proposto, visto que se trata de um contexto em ascensão.

Palavras-chave: Contabilidade 4.0. Tecnologia da Informação. Inovação.

INCENTIVOS FISCAIS: COMO A DEDUÇÃO DE TRIBUTOS EM PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS PODE BENEFICIAR EMPRESAS CONCESSIONÁRIAS DE DISTRIBUIÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA

Lorrayne Emerik Souza e Mateus Henrique de Oliveira Pereira, Gustavo de Freitas Magalhães,
Christian Keyla do Nascimento Rocha, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães e Aucione
Aparecida Barros Guimarães

Este artigo tem por finalidade analisar se os projetos socioambientais trazem benefícios financeiros ou não nos resultados das empresas distribuidoras de energia elétrica. Com o advento cada vez mais crescente da necessidade de implantação de projetos sociais e da deterioração do meio ambiente, projetos voltados para a área socioambiental por parte das empresas se tornam cada vez mais necessários. Tal iniciativa gera benefícios que vão além do cunho empresarial, pois tal fato colabora e proporciona o bem estar para todos e fomenta a sociedade na qual está inserida. O estudo se caracteriza de natureza quantitativa de cunho descritivo e tem como suporte a revisão bibliográfica, com o intuito de buscar conceitos relativos a projetos socioambientais e seus benefícios sociais e financeiros, principalmente no conceito da contabilidade fiscal. O presente artigo foi elaborado sob a temática dos benefícios fiscais perante os projetos socioambientais, avaliando através de análises se as empresas que realizam estes projetos estão sendo beneficiadas pelo tax saving.

Palavras-chave: Incentivos fiscais. Tributos. Projetos socioambientais. Planejamento Tributário. Tax saving.

PRÁTICA DA CONTABILIDADE RURAL NO APOIO E CONTROLE DO PROCESSO DE GESTÃO DOS PEQUENOS AGRICULTORES DE CARATINGA-MG

Lívia Cristina Gonçalves Oliveira, Rafaela Fernandes Alves, Gustavo de Freitas Magalhães, Daniel Sucupira, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Cláudio Cesar Guimarães e Aucione Aparecida Barros Guimarães

O presente artigo trata da importância do uso da tecnologia e da contabilidade nas propriedades rurais seja de pequenos produtores. Teve como objetivo identificar a utilização da ferramenta contábil como instrumento de apoio e gestão aos pequenos agricultores dos distritos de Sapucaia e São João do Jacutinga pertencentes ao município de Caratinga -MG. O trabalho se justifica pela importância de aprimorar a contabilidade e a tecnologia nas atividades agrícolas. A metodologia abordada no trabalho foi a pesquisa descritiva com caráter quantitativo, onde foi aplicado um questionário utilizando o método Survey.

Palavras-chave: Contabilidade. Planejamento. Controle. Gestão. Agricultores.

UM ESTUDO SOBRE OS MOTIVOS DA FALÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Natanael Alison Bezerra, Sidnei Silva Araújo, Aurea Wanderley Braga, Gustavo de Freitas Magalhães, Graziela Fátima Pereira, Daniel Sucupira, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Gisely Xavier da Silva

É notória a contribuição do empreendedorismo para as nações, sendo seus resultados de suma importância para o desenvolvimento socioeconômico. Nesse cenário, as Micro e Pequenas empresas ocupam um lugar de destaque, já que possuem vantagens sobretudo na questão fiscal e tributária, como também as facilidades de tramitação de seus registros com menos burocratização. Por tanto, não bastam as vantagens que possuem pela condição de serem empresas de micro e pequeno porte, existem outros fatores que acabam emperrando a sobrevivência e o sucesso a longo prazo destas organizações. Esse trabalho dedicou-se a entender os motivos que levam as micro e pequenas empresas a falência por intermédio de um levantamento bibliográfico, tendo como objetivo geral investigar as possíveis causas de falências das micro e pequenas empresas no Brasil. Já os objetivos específicos são analisar o que são micro e pequenas empresas e qual seu papel na economia nacional, apontar possíveis causas da mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil e identificar as estratégias de negócio que podem proporcionar equilíbrio e longevidade para as micro e pequenas empresas.

Palavras-chave: Micro e Pequenas Empresas. Estratégias de Negócios. Gestão Estratégica.

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO E CONSULTORIA CONTÁBIL PARA OS PRODUTORES RURAIS – ESTUDO DE CASO APLICÁVEL EM UMA PROPRIEDADE RURAL PRODUTORA DE LEITE DA REGIÃO DE CARATINGA/MG

Arthur Nascimento Costa, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Daniel Sucupira,
Christian Keyla do Nascimento Rocha, Roziane do Carmo Albino de Oliveira e Manoel Richardson
Soares Grilli

Este é um Projeto de Pesquisa construído com a finalidade de elaboração de um artigo científico na qualidade de Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis para as Faculdades Doctum de Caratinga, intitulado “A importância do planejamento e Consultoria Contábil para os produtores rurais-estudo de caso aplicável em uma propriedade rural produtora de leite da região de Caratinga/MG”, concentrado na área da Contabilidade Rural. A pesquisa proposta possui como objetivo analisar e discutir o impacto do planejamento e consultoria contábil em um estudo de caso em uma propriedade rural produtora de leite na região de Caratinga/MG. Tendo em vista a grande importância da agricultura e pecuária no país, estudos foram feitos ao longo do tempo com base a temática, tentando assim abrir os horizontes para os produtores, aplicando o planejamento e a Consultoria, visto a grande importância da contabilidade como forma de gerenciamento e que é pouco usado pelos produtores, ajudando assim o administrador a diminuir riscos e maximizar lucros, trazendo maior rentabilidade e entendimento sobre seu negócio, que para muitos é a única forma de renda da família, como é o caso da agricultura familiar, que vivem do que produzem em seus terrenos e que pode tornar uma atividade bastante rentável se for levada a sério e com cuidados no gerenciamento, utilizando de ferramentas certas e critérios de investimentos e gastos.

Palavras-chave: Produtor Rural. Contabilidade Rural. Planejamento e Consultoria.

MARKETING CONTÁBIL: sua influência no sucesso profissional nas Microempresas do setor contábil do município de Caratinga/MG

Jucelia Marques Freitas Oliveira, Marcela Lourdes do Nascimento, Graziela Fátima Pereira, Daniel Sucupira, Cláudio Cesar Guimarães, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Aurea Wanderley Braga e Célio Gentil

O mercado está cada vez mais competitivo e o Marketing Contábil vem se tornando uma ferramenta de extrema importância para o crescimento e sucesso profissional de uma empresa. O presente estudo se justifica em como o Marketing Contábil é importante e necessário. O tema em vigor intitula-se: “MARKETING CONTÁBIL: sua influência no sucesso profissional nas Microempresas do setor contábil do município de Caratinga/MG”. Enquanto parte integrante do marketing foi possível identificar através da pesquisa realizada que o marketing contábil é importante ferramenta a ser usada pelos profissionais da contabilidade em sendo reconhecidamente gestores. A relevância do marketing contábil está evidenciada como importante no relacionamento com seus clientes e preservação e continuidade dos serviços diante de um mercado altamente competitivo. Assim, o Marketing Contábil é importante instrumento de ajuda no ambiente de trabalho, ampliando o relacionamento com os clientes e melhorando o desenvolvimento dos serviços e produtos através da tecnologia. A abordagem metodológica se deu através de pesquisa qualitativa com aplicação de questionário a partir de levantamento bibliográfico e documental. E o estudo é de extrema importância tanto para as empresas que estão chegando agora no mercado, mas também as empresas que já estão introduzidas nesse meio, com o intuito de melhorar e ampliar cada vez mais a qualidade dos serviços prestados.

Palavras-chave: Marketing Contábil, Marketing, Tecnologia e Inovação.

Finanças comportamentais – Regras de Bolso- Uma Análise no Perfil do Investidor e a Relevância da Contabilidade Financeiras nas Tomadas de Decisões para Investidores no Mercado de Capitais

Elenisia Aguiar de Oliveira Silva, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Thalitiely Verônica Oliveira Silva, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Carlos Antonio Leitoguinho Bitencourt

Estudos ao longo dos anos vem sendo desenvolvidos com o intuito de analisar o comportamento dos agentes econômicos baseados em suas tomadas de decisões, tendo em vista que em muitas das vezes as decisões são tomadas de modo irracional. O presente estudo justifica-se em razão do grau reduzido de conhecimento financeiro da grande maioria da população que, ao ingressar no mercado de investimentos, acaba obtendo perdas significativas do capital investido, devido ao alto grau de risco destes investimentos, tais decisões podem estar influenciando de modo negativo, impedindo que os investidores obtenham êxito em seus investimentos. O tema abordado tem como intuito identificar as causas que produzem as ilusões cognitivas levando os agentes econômicos a cometerem erros sistemáticos de avaliações, valores, probabilidades e riscos, tais estudos se procedem através de uma análise sobre o perfil do investidor, abordando também quais tipos de riscos os mesmos se encontram expostos e apresentar possíveis minimizações. O estudo é considerado relevante do ponto de vista científico pois poderá contribuir com tal reflexão para a compreensão dos aspectos que envolvem as finanças, tendo em vista que a mesma se encontra inseridas nas relações de consumo, bem como no controle e manutenção do orçamento dos indivíduos em meio às situações propostas pela economia capitalista, onde as estratégias de mercado são imprescindíveis. Sua metodologia se caracteriza como sendo de cunho descritivo quanto aos seus objetivos, de abordagem qualitativa e tendo como revisão bibliográfica artigos conceituados e conhecimentos específicos dos autores, tem como objetivos específicos enfatizar o comportamento dos agentes financeiros diante das tomadas de decisões no quesito investimentos e evidenciar a relevância do profissional contábil em um mercado mais volátil, ou seja, em um mercado oscilante.

Palavras-chave: Heurísticas. Investimentos. Contabilidade Financeira.

A RELEVÂNCIA DA CONTABILIDADE PARA A GESTÃO DOS PRODUTORES RURAIS

Drielle Evelin Ribeiro, Jonas Augusto Vieira, Paula Jenaina Costa, Gustavo de Freitas Magalhães, Graziela Fátima Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Célio Gentil

A contabilidade rural possui características específicas para o tipo de atividade realizada. Para esse estudo o objetivo geral foi verificar as principais características dos produtores rurais no distrito de Dom Lara, Caratinga, MG. Como objetivos pretendeu-se demonstrar a necessidade da utilização da contabilidade rural e sua relevância na gestão das propriedades rurais como instrumento de apoio para a tomada de decisão; avaliar a percepção e conhecimento sobre a contabilidade pelos produtores rurais; investigar as dificuldades dos pequenos produtores rurais e gerar um conhecimento mais aprofundado sobre o assunto ampliando a discussão sobre o tema aqui proposto, determinando questões importantes para atuação do profissional Contador no âmbito rural. Para isso utilizou-se da pesquisa quantitativa, tendo como instrumento a coleta de dados através de uma entrevista estruturada. A pesquisa mostrou que a maioria dos produtores rurais não possui controle de suas finanças, pois não utilizam nenhuma ferramenta de gestão contábil e nenhuma consultoria especializada para as necessidades da propriedade. Verificou-se que os produtores rurais do distrito de Dom Lara possuem dificuldade sem utilizar ferramentas simples de gestão e de interpretar os dados que podem auxiliá-los na tomada de decisão da propriedade.

Palavras-chave: Contabilidade Rural. Produtor. Gestão Contábil. Fluxo de caixa.

ADESÃO E MOVIMENTAÇÕES DIGITAIS EM APLICATIVOS DE UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Georgeta Mussi, Nicolas Xavier Calazans, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Graziela Fátima Pereira, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Christian Keyla do Nascimento Rocha e Célio Gentil

O objetivo principal do estudo proposto e sua maior aplicação consistem em demonstrar a redução de custos gerados pela adesão aos meios digitais e quais os motivos para essa migração, o estudo foi concentrado em uma Cooperativa de Crédito. Foi utilizado de um método descritivo com a finalidade de analisar e ordenar dados de uma maneira em que não sejam manipulados, uma pesquisa bibliográfica utilizando-se de livros monografias e teses além de uma pesquisa documental, pois ira utiliza-se de documentos particulares da empresa como gráficos e afins através de uma abordagem quantitativa tendo em vista a análise a partir de estatísticas e de valores numéricos. Os dados coletados foram organizados em tabelas e gráficos a fim de demonstrar de maneira nítida e de simples. Além disso, considera-se que o problema sugerido foi devidamente respondido, levando em consideração a identificação do causador pela migração para os aplicativos sendo demonstrada também a redução dos custos obtidos.

Palavras-chave: Cooperativas de crédito. Inovação. Canais digitais. Sistema financeiro.

O CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NA PANDEMIA

Erlane Alves Do Nascimento Machado, Aucione Aparecida Barros Guimarães, Graziela Fátima Pereira, Rayane Cecílio Santos, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Célio Gentil e Sheyla Valkiria Dias

O presente trabalho tem por objetivo avaliar os fatores que influenciam o crescimento do E-commerce em meio à pandemia em empresas atuantes no segmento do comércio eletrônico. Sendo assim foi realizada uma pesquisa exploratória, tendo como método o levantamento bibliográfico, uma pesquisa quantitativa, sendo um estudo de caso aplicado na empresa Schuanz E-commerce ME. Foram coletados dados de uma pesquisa que mediu o comportamento dos usuários do serviço e-commerce. Com base nos dados coletados do questionário, com o intuito de medir o perfil e comportamento dos usuários do serviço de e-commerce ofertados na grande Vitória/ES em meio a pandemia Covid-19.

Palavras-chave: E-commerce no Brasil. E-commerce. CDC

O “NOVO NORMAL” NAS ORGANIZAÇÕES: OS DESAFIOS DOS GESTORES

Micaela Oliveria da Silva, Paula Jenaina Costa, Célio Gentil, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Christian Keyla do Nascimento Rocha, Paulo Volati Júnior e Sheyla Valkiria Dias Passoni

Com a pandemia do novo corona vírus em 2020, muitas organizações se viram em um cenário devastador. Empresas fechando suas portas, atividades sendo interrompidas ou bastante reduzidas. Houve um grande número de demissões, quebras de contratos e férias forçadas. Os profissionais restantes foram obrigados a exercer suas atividades de suas próprias residências. Esse novo cenário não era comum para os brasileiros, mas os trabalhadores tiveram que se adequar ao “novo normal”, e a partir deste momento o problema destacado neste estudo foi: quais são os desafios dos gestores com a padronização do home office? Diante disso, o presente trabalho tem por objetivo analisar os desafios dos gestores durante a pandemia da corona vírus. Utilizou-se a pesquisa qualitativa com os profissionais das cidades de Serra/ES, Vitória/ES, Vila Velha/ES e Cariacica/ES além de pesquisas bibliográficas. Em meio a quarentena os profissionais que adotaram o home office afirmam que estão adaptados ao novo modelo de trabalho remoto. Alguns dos motivos são: maior independência e liberdade de trabalho. Contudo os desafios dos gestores é expandir uma nova visão do mercado de trabalho aumentando a positividade das vantagens de trabalhar em casa e selecionando profissionais com este perfil. Profissionais com características de resiliência, foco, disciplina e comprometimento. O cenário atual traz consigo ansiedade em função da incerteza, mas o momento é de adequação. Os dados mostram que a maioria dos colaboradores que utilizam o modelo home office estão felizes e satisfeitos com o novo modo de trabalho.

Palavras-chave: “Novo Normal”. Desafios. Gestão. Home Office.

FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA KANBAN E A SUA RELAÇÃO COM JUST IN TIME

Ygor Fagundes Pedroza, Célio Gentil, Vitória Irma Gonçalves Lopes de Faria Freitas, Sidnei Silva Araújo, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Paula Jenaina Costa, Cláudio Cesar Guimarães e Sheyla Valkiria Dias Passoni

O tema escolhido será sobre a ferramenta de gestão estratégica Kanban e a sua relação com *just in time* na busca de melhor desempenho. O Kanban foi criado no Japão, pela empresa Toyota com o intuito de agilizar os processos e melhorar a entrega das equipes. Essa ferramenta auxilia as empresas no controle de processos e projetos. É um sistema ágil e visual para controle de produção ou gestão de tarefas. Assim, aqui a problemática será voltada para uma análise de como o Kanban, ferramenta estratégica de gestão, pode auxiliar no controle de processos/projetos, otimização de tempo, redução de custo, melhor visualização da timeline dos projetos e como pode ser complementado com o *Just-In-Time* na busca de uma melhor atuação. Buscando relatar como o planejamento e o controle de produção é essencial para o desenvolvimento da empresa em seus projetos. Alinhando técnicas que buscam redução de custos e aumento da produtividade, alinhadas a ferramentas e metodologias ágeis. Portanto a análise buscará mensurar a aplicabilidade e atuação dentro da empresa Bios Desenvolvimento, e como a ferramenta de gestão Kanban proporciona uma conexão e melhor fluxo de informações sobre o sistema produtivo, quando aplicada junto com a filosofia Just-In-Time (JIT). A utilização do Kanban também pode trazer inúmeros benefícios a empresa, com uma enorme abrangência, baixo custo e agilidade, com conceitos simples.

Palavras-chave: Kanban. Just in Time. Processos.

RUPTURA: IMPORTÂNCIA DO CONTROLE E GESTÃO EM UM SUPERMERCADO: Um estudo de caso em um grupo Supermercadista do ES

Gabriel Martins de Souza, Sidnei Silva Araújo, Célio Gentil, Paula Jenaina Costa, Aurea Wanderley Braga, Graziela Fátima Pereira, Cláudio Cesar Guimarães, Marcos Aurélio Veronesi e Bruno Miguel da Silva

Como o mundo mais competitivo as empresas procuram se manter no mercado e assim passa a ser imprescindível a busca por uma gestão mais eficiente para se sair perante os seus concorrentes. Pode-se dizer que os índices de ruptura e sua gestão está ligada aos processos de aquisição de produtos, armazenamentos, controle de entradas e saídas e a logística, sendo assim têm o objetivo na conservação e rotatividade dos itens nas lojas e nos centros de distribuições. Sendo assim, a falta dessa gestão e controle da ruptura, também pode gerar altas demandas de estoque sem necessidade, assim elevando o capital de giro, aumento de custos, perdas e desperdícios e conseqüentemente uma redução em sua rentabilidade, assim como altos estoque também podem gerar rupturas nas gôndolas e/ou prateleiras. A importância de uma boa gestão onde prevaleça eficiência e eficácia proporciona melhores resultados, como atendimento às demandas de produção, aperfeiçoamento no processo de compras, calcular giro de mercadorias, fornecimento de dados para indicadores, suporte ao setor de compras e assegurar a continuidade das operações e a otimização dos seus recursos disponíveis, gerando assim redução de custos e ruptura, aumento de produtividade, parcerias consolidadas com seus fornecedores obtendo sucesso em seu negócio podendo atender suas demandas em períodos de baixa e alta procura de seus produtos, alavancando o resultado da empresa, seja em períodos de demanda normal ou até mesmo em épocas sazonais.

Palavras-chave: Ruptura. Gestão de Estoque. Supermercado.

O PERFIL DO CONSUMIDOR UNIVERSITÁRIO DE E-COMMERCE NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Jennefer Jhonatassikar Carvalho de Souza, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Célio Gentil, Cláudio Cesar Guimarães, Aurea Wanderley Braga, Hygor Geraldo Siqueira Gomes e Miguel da Silva

Com o surgimento da Internet e suas mudanças de acordo com a evolução tecnológica mudaram o mercado de e-commerce, com isso o consumo pelas plataformas digitais ganhou evidência influenciando de forma direta a sociedade, além do crescimento digital a liberdade de pesquisar e comprar produtos e serviços a qualquer momento e em qualquer lugar. Cabe mencionar que a tecnologia veio para agregar em nossas atividades mais simples como um agendamento em um estabelecimento de serviços através de um aplicativo ou mesmo no trabalho em tarefas mais específicas. Trazendo para o cenário atual onde estamos passando por uma pandemia e pela facilidade de compra dos ecommerces, podemos observar em nossa pesquisa um aumento significativo das compras feitas online, pelos entrevistados. A metodologia do presente estudo pode ser dividida em dois eixos, que podem ser classificados: pesquisas bibliográficas, pesquisa de caráter exploratório e descritivo. O objetivo do estudo é identificar e estudar os conceitos e definições de e-commerce as vantagens e desvantagens da utilização desta ferramenta, e o perfil de utilização da plataforma de e-commerce, em especial em estudantes universitários. Os resultados demonstram os principais consumidores das plataformas virtuais são em sua maioria mulheres, solteiras com idade entre 23 a 29 anos. A principal motivação está relacionada com a comodidade e o preço.

Palavras-chave: E-commerce. Perfil do Consumidor. Universitários.

GESTÃO DE PESSOAS DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES VITÓRIA – ES

Mariany Alves da Cruz, Célio Gentil, Sidnei Silva Araújo, Paula Jenaina Costa, Priscila dos Santos da Silva, Gustavo de Freitas Magalhães, Aurea Wanderley Braga, Vanessa Bernardo Siqueira e Valkiria Dias Passoni

Este artigo aborda a gestão de pessoas nas organizações, destacando a sua importância para o ambiente de trabalho e melhoria da qualidade de vida no âmbito organizacional. Pretende-se identificar como a gestão de pessoas obtém um bom ambiente de trabalho e quais aspectos precisam ser desenvolvidos para que a organizações alcance crescimento e desenvolvimento nessa área. O problema apresentado será como utilizar a gestão de pessoas dentro das organizações de forma eficaz tornando o ambiente confortável para o colaborador. Para isso, foi feita uma pesquisa explicativa através de uma coleta de dados e um questionário com os funcionários da organização. Pode-se concluir que um bom ambiente de trabalho desenvolve o cliente interno e acaba investido indiretamente no cliente final.

Palavras-chave: Gestão de pessoas. Ambiente de trabalho. Qualidade de vida no trabalho.