



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Aplicadas e Educação – CCAE
Graduação em Ciências Contábeis

E-COMMERCE E PRÁTICAS CONTÁBEIS FINANCEIRAS E GERENCIAIS NA PERCEPÇÃO DOS GESTORES DE PEQUENAS LANCHONETES DE GUARABIRA-PB

Graduando Antonio Gabriell Roque Rodrigues - UFPB

rodriguesgabriel650@gmail.com

Prof^a Ms. Daniela Cíntia de C. L. Menezes - UFPB – danielaccleite0808@gmail.com

Prof^a Dra^a Edilane do Amaral Heleno – UFPB – edilaneamaral@gmail.com

Prof^a. Ms. Suellen Ferreira Campos Fabres – UFPB – suellencamp@gmail.com

Resumo

O mundo está vivendo uma era transformadora que transita entre o presencial e o virtual; e os empreendimentos que desejam continuar suas atividades devem acompanhar a nova realidade de consumo e também adequar-se as plataformas virtuais. Mas, para muitos empresários, esse processo de transição não é fácil e requer um aprendizado sobre gestão, contabilidade e tecnologia. A pesquisa buscou investigar a percepção dos gestores de lojas virtuais do ramo alimentício, em especial lanchonetes, acerca do uso da contabilidade financeira e gerencial e as práticas de gestão em suas empresas, buscando evidenciar a metodologia de suas ações, as práticas e a importância que se dá ao acompanhamento profissional contábil mediante suas necessidades, visto que este segmento têm aumento exponencialmente nos últimos tempos, devido ao momento vivido em estado de pandemia, onde o presencial foi proibido e/ou limitado, ao avanço tecnológico e modernização do mercado. A pesquisa utilizada neste estudo caracterizou-se como descritiva, exploratória e quantitativa. Foram pesquisados negócios cadastrados na rede IFOOD de Guarabira-PB através de um questionário estruturado e realizado de forma on-line. Ao final da pesquisa, percebeu-se que os mesmos consideram válida a atuação do profissional contábil, expondo suas práticas e rotinas de gerenciamento, bem como a formalização de empresas para diminuir impactos que as dificuldades enfrentadas podem oferecer.

Palavras-Chave: Contabilidade; E-commerce; Lanchonetes.

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

R696e Rodrigues, Antonio Gabriell Roque.

E-Commerce e práticas contábeis financeiras e gerenciais na percepção dos gestores de pequenas lanchonetes de Guarabira-PB / Antonio Gabriell Roque Rodrigues. - Mamanguape, 2022.

13 f.

Orientação: Daniela Cíntia de C L Menezes.
TCC (Graduação) - UFPB/CCAE.

1. Contabilidade. 2. E-commerce. 3. Lanchonetes. I. Menezes, Daniela Cíntia de C L. II. Título.

UFPB/CCAE

CDU 657

1 Introdução

Na atualidade, a tecnologia tem revolucionado os mais diversos tipos de segmentos do mundo. Instituições dos mais diferentes ramos como a medicina, indústrias, e até mesmo o sistema de ensino da educação são exemplos disso. Esse momento provoca uma necessidade de adaptação ao modelo que a contemporaneidade impõe, utilizando cada vez mais o uso de computadores, softwares adequados para cada tipo de função no mercado, internet e redes sociais. O ramo do comércio também tem sido observado como um desses segmentos que têm adotado esses recursos para suas modernizações. Visto isso, sabe-se que o empreendedor, devido a ampla concorrência e a complexidade que é estar inserido nesse meio, tem a precisão de procurar por um diferencial que destaque seu negócio no mercado.

Nesse sentido, o e-commerce surge como uma grande oportunidade de divulgar bens e serviços, como também realizar a venda destes. Como mostra os resultados de uma pesquisa feita pela Nuvem Shop (2018), plataforma de e-commerce que permite a criação de lojas online de forma facilitada, no primeiro semestre de 2018, com base em 18 mil lojas cadastradas na mesma, que o aumento da implantação do e-commerce foi referente a 107% em relação a 2017.

Dessa forma, Kotler (2000) expõe que a forma tradicional se desfaz e gera oportunidades para que os indivíduos e as organizações tenham inúmeras formas de relacionamento, pois as tecnologias digitais oferecem meios para engajar, interagir, comunicar, contribuir de maneira rápida de maneira global.

As redes sociais têm sido essenciais para o exercício do comércio virtual, visto que nos dias atuais as pessoas estão cada vez mais conectadas e adicionando em suas linhas do tempo, conteúdos de perfis que praticam o e-commerce na rede escolhida, prendendo suas atenções sobre o que está sendo oferecido e permitindo uma melhor praticidade na hora da compra pelo motivo de o cliente não precisar se locomover a uma loja física para escolher o produto e nem para tomar posse do mesmo, já que, geralmente, tais estabelecimentos utilizam o serviço de delivery para entrega desses.

Desse modo, pode-se ratificar a importância da contabilidade nas mais diversas áreas de uma empresa, pois a mesma é responsável por sua saúde, visto que a principal função da contabilidade nas empresas é a reunião e apresentação de informações claras, objetivas, fidedignas e com capacidade de comparação a fim de auxiliar as entidades na tomada de decisões. Segundo Bernardes e Miranda (2011, p.85):

Quando um indivíduo decide abrir uma empresa, muitas vezes não tem ideia de como a empresa funciona. Esquece que tem que lidar com situações e tomar decisões que até então não fazem parte do seu cotidiano. Sem contar que é extremamente necessário ter o mínimo de conhecimento sobre o negócio escolhido e sobre a importância das informações para tomada de decisões para fazer um bom gerenciamento do negócio.

Por ser um advento recente, muitas dessas lojas virtuais em redes sociais vêm sendo criadas há pouco tempo, iniciando suas vendas naquele momento, sendo muitas delas de pequeno porte, com proprietários carentes de conhecimentos contábeis ou com informações insuficientes para as atualizações das normas, legislação e práticas gerenciais, visto que alguns mesmos abrem tais empreendimentos com o intuito de apenas lucrar, sem se preocupar com o princípio da continuidade da contabilidade, por exemplo, que diz que uma empresa é iniciada com vida útil indeterminada e perspectivas de longo prazo.

Diante do que foi exposto, essa pesquisa procura desenvolver uma análise a respeito da influência da contabilidade no segmento e-commerce de e-commerce do ramo alimentício da cidade de Guarabira-PB e suas perspectivas com relação a isso. Levantando o

questionamento para direcionar a pesquisa: **Qual a percepção dos gestores sobre as práticas contábeis financeiras e gerenciais das lojas de e-commerce informal do ramo alimentício de Guarabira-PB?**

O objetivo geral desta pesquisa é apresentar a percepção dos gestores sobre as práticas contábeis do e-commerce de lanchonetes de Guarabira-PB, verificando quais são as características de formação inicial do negócio indicando a sua origem e início de atuação; identificando os participantes internos do negócio e sua operacionalização; buscando demonstrar um panorama de medidas gerenciais adotadas pelos negócios, fazendo análise da percepção quanto à formalização do empreendimento pelos gestores e a importância da contabilidade.

2 Fundamentação Teórica

2.1 E-COMMERCE E SEU CRESCIMENTO NO BRASIL

A prática de comercialização esteve presente nas mais diversas civilizações inicialmente observadas através das primeiras trocas, o que é caracterizado como escambo, e, desde então, grandes acontecimentos no mundo mudaram o cenário do comércio e evoluindo até que chegasse à Era Digital. O e-commerce, ou comércio eletrônico, da abreviação de *electronic commerce*, do inglês, destaca-se nos dias atuais e potencializa-se a ser o principal meio do segmento nos anos vindouros por oferecer uma facilidade de negócios de vendas dos mais diversos segmentos por tornar virtual aquilo que um dia foi burocrático, tradicional e rudimentar, onde em um clique o consumidor tem a oportunidade de adquirir uma mercadoria exportada de um país de um continente distinto do seu.

Em resumo, e explanando para uma realidade mais próxima, no Brasil, através das redes sociais e aplicativos o cidadão pode efetuar uma compra e receber sua encomenda em domicílio sem sair de casa. Como bem disse Teixeira (2015, p.20), “O comércio eletrônico ou e-commerce representa parte do presente e do futuro do comércio. Existem várias oportunidades de negócios espalhadas na internet, além de muitas que são criadas a todo momento.”

Variados são os aspectos que explicam o crescimento do e-commerce no Brasil nos últimos períodos, mas vale destacar o fácil acesso à internet que tem prevalecido nos diferentes locais do país, no qual abrange 82,7% dos domicílios nacionais, segundo mostra a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2019, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Somado a isso, a pesquisa mencionada do IBGE (2019) aconteceu no ano que antecedeu a confirmação do primeiro caso de COVID-19 no Brasil, marcando a chegada da pandemia de corona vírus no país que decorreu pelo ano inteiro, mudando o cenário nacional caracterizado pelo isolamento social como forma de prevenir e combater o contágio do vírus, o que acarretou no aumento significativo do uso de internet como forma de adaptação à situação, acelerando o processo de digitalização de atividades dos mais diversos segmentos.

Tais estatísticas promoveram não só a citada decorrência, como exigiu mudanças também nas empresas referente a seu operacional, a exemplo da imprescindível adoção do método de entregas delivery e principalmente do domínio das compras online.

Como disse Fortes (2021, p.11), “diante da impossibilidade de comercialização física viu-se um crescimento acima da média em relação a novos consumidores do e-commerce, ou seja, aqueles que realizaram pela primeira vez compra on-line, surgindo como alternativa eficaz para abastecer a população e evitar a paralisação completa da economia.”

Nesse sentido, nota-se que o aquilo que já vinha se encaminhando e crescendo para se tornar um dos meios de comercialização mais usados, com a pandemia, isso permitiu que sua importância fosse ratificada.

4.2 GESTÃO DE E-COMMERCE

Diante do exposto, levando em consideração o crescimento dos novos usuários do e-commerce, novos empreendimentos também encontraram espaço para fazer negócios por meio virtual, como mostrou uma estimativa feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2020) apresentou que aproximadamente 25% da população adulta estariam envolvidas, até o fim do ano de 2020, na abertura de um novo negócio.

Sendo assim, por trás desses negócios, estão empresários e aspirantes assumindo um papel de gestão de empreendimento de muita importância que exige extrema responsabilidade diante da condição do princípio contábil da continuidade, que diz respeito a longanimidade do funcionamento da entidade em questão.

Bem como expõe Ribeiro (2021) a respeito da execução da missão do gestor de e-commerce:

O Gerenciamento do E-Commerce nada mais é do que, uma visão ampla de todo o seu negócio, desde o planejamento, comprados produtos, reposição do estoque, controle do estoque, controle de saídas e entradas, marketing digital, exposição dos produtos, descrição de cada um deles, separação dos pedidos e por fim ir ao encontro do cliente e entregar seu pedido! Visando sempre o lado da compra e da venda e nunca deixando de estudar os riscos.

Sabendo que de fato existem empresas que são formalizadas e outras não, o Sebrae (2003) trata a diferença entre as duas pela característica do empreendedor formal possuir conta própria ou empregador com registro na prefeitura e/ou com CNPJ. Sendo assim, todo aquele que não possuir o Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, assumindo toda a responsabilidade de direitos e deveres do mesmo, configura-se em informalidade.

Nesse sentido, o gestor responsável por abrir seu comércio virtual, mesmo que seja de maneira informal, deve assumir o papel de administrador, cuidando de cada detalhe, levando em consideração o anseio de que a empresa gere resultados positivos desde o início de suas atividades. E muito mais do que a ênfase à gerência e marketing, que são pilares imprescindíveis para a divulgação e promoção de imagem, ratificando o âmbito nas quais estão inseridas (redes sociais), a gestão de e-commerce informal tem a necessidade de, por mais amadora que seja, uma escrituração que demonstrem os resultados e o caminho pelo qual chegou a tal.

Dessa forma, observa-se a grande importância de um conhecimento básico em contabilidade por parte dos gestores para realizar a apuração e análise das vendas, para, conforme a divulgação dos mesmos, fazer a interpretação dos acontecimentos do período e assim tomar decisões acerca da continuidade dos negócios. Esta ideia é bem parecida com o próprio conceito de contabilidade, que segundo o Manual de Contabilidade do Sistema CFC/CRCs (2009, p.28) é a ciência que estuda, interpreta e registra os fenômenos que afetam o patrimônio de uma entidade. Complementando, Hilário Franco (1997, p.21):

A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial.

Nesse sentido, o gestor passa a assumir a responsabilidade de contabilizar seus negócios, embora não tenha formação acadêmica em contabilidade. Isso reforça ainda mais a importância da contabilidade para a saúde das empresas, sejam elas virtuais ou tradicionais.

4.3 CONTABILIDADE E EMPRESAS E-COMMERCE

Por mais que sejam configuradas como virtual, as empresas que praticam o e-commerce ainda assim possuem atividades semelhantes, se não iguais, às empresas que realizam suas vendas de forma real e presencial. Dessa forma, demandando práticas contábeis que auxiliem o desenvolvimento das ações operacionais, gerenciais e financeiras dessas organizações.

Recapitulando a definição de contabilidade, Marion (2008), “A Contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e sumarizando-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem sobremaneira para a tomada de decisões.”

A contabilidade tem a função de reunir informações úteis e relevantes que auxiliem no processo de tomada de decisão dos usuários. E, tendo em vista suas variadas vertentes que permitem analisar fatos específicos na empresa de forma também específica, como por exemplo a contabilidade de custos que, como o nome sugere, estuda os custos que incidem sobre a mercadoria, a contabilidade, no geral, desempenha um papel importantíssimo na saúde patrimonial das entidades no que envolve os segmentos da entidade, deixando a mesma suprida de todas as necessidades de gestão.

Segundo Alves (2003, p. 363), a contabilidade:

Deve fornecer informação para os seguintes aspectos da gestão: formulação de estratégias globais e planejamento de longo prazo; decisões associadas com a atribuição de recursos que permitam colocar a ênfase nos clientes, nos produtos e nas políticas de preços; planejamento dos custos e controle das atividades, avaliação do desempenho e das pessoas; cumprimento das normas dos órgãos reguladores dos procedimentos contábilísticos e dos requisitos legais das demonstrações contábilísticas.

Visto isso, entende-se que a contabilidade possui também o papel de tornar formal aquilo que é desorganizado e indevido no que se refere às empresas. Pode-se perceber que alguns gestores têm demonstrado interesse na legalização de seus negócios e embora que os motivos possam variar entre os mais distintos, o aspecto de como tal ato pode trazer vantagens para a organização chama atenção de qualquer indivíduo que visa o crescimento dela.

Segundo o SEBRAE (2021, p.12), “A formalização e o registro da empresa geram oportunidades e ganhos para o negócio. Além disso, seu empreendimento tem mais chances de fechar parcerias, acessar linhas de crédito, exportar e receber subsídios do governo.”

Somado a isso, o risco que a informalidade apresenta diante do cenário competitivo do mercado atual não pode deixar de ser enfatizado no momento de comparação entre prós e contras nesta tomada de decisão. Novamente, o SEBRAE (2021, p.2) expõe acerca de informalidade: “Acontece que não legalizar a empresa acaba trazendo alguns perigos que comprometem a chance de sucesso futuramente. São consequências bastante negativas que podem até levar à falência com um curto tempo de funcionamento.”

Nesse sentido, nota-se que dependendo da realidade da organização, é mais vantajoso aderir a formalização da entidade para a maximização dos lucros e crescimento empresarial. Podendo estender essa compreensão aos mais diversos tipos de comércio, inclusive o e-commerce.

Henrique (2008, p.3), confirma tal pensamento quando diz:

Um fator importante que é característico destes tipos de empresa é que a estratégia geralmente é formulada pelo seu dirigente principal, que é também o proprietário. Por isso, na maioria dos casos, estas são empresas familiares, onde trabalha membros de uma mesma família e que na maioria das vezes não tem acesso a técnicas modernas de administração e planejamento financeiro.

Visto essa necessidade de inserir a contabilidade na administração empresarial, entende-se a importância que a mesma desempenha no auxílio aos gestores, que ao dedicarem-se em obter conhecimentos teóricos e práticos desta ciência, resultam em apresentar melhor eficácia e satisfação nos retornos esperados.

3 Procedimentos metodológicos

Para atingir o objetivo de analisar a percepção dos gestores de e-commerce de Guarabira-PB, para a coleta de informações, adotou-se a metodologia de pesquisa classificada como de natureza descritiva e exploratória. Segundo Gil (1991, p.45), “estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses”. Por meio da abordagem, o processo metodológico é caracterizado como quantitativo para estudo dos resultados apurados por meio de questionários eletrônicos.

Como relata Mussi (2019, p.420), “a pesquisa quantitativa contribui importante para o entendimento da presença e/ou influência de características isoladas e/ou associadas, que podem embasar ações para seu enfrentamento prioritário, como ocorre de maneira recorrente no embasamento, planejamento e execução(...)”

A pesquisa foi realizada com empresas de e-commerce da cidade de Guarabira-PB, no ramo de alimentação, por meio de um questionário do *Google Forms*, através dos perfis das redes sociais das organizações e seus respectivos gestores.

Para a delimitação da população, foi utilizado como apoio o aplicativo iFood, empresa brasileira que aproxima clientes, restaurantes e lanchonetes e entregadores de forma simples e prática, como parâmetro para este levantamento. Por essa praticidade e catálogo de empresas que oferecem justamente esse tipo de serviço virtual, foi apurado o número exato de 50 empresas que atuam através dessa organização em Guarabira-PB, das quais 20 funcionam especificamente e unicamente como serviço de delivery, ou seja, que não possuem ponto físico de vendas.

Sendo assim, foi aplicado um questionário com 29 perguntas dos mais variados enfoques, sobre os gestores e participantes internos, relacionadas a empresa e também de forma mais específica como gerenciamento e operacional da organização, por exemplo. Como amostra, a pesquisa conseguiu 13 empresas respondentes, o que caracteriza 65% da população.

4 Apresentação e análise dos resultados

A pesquisa analisou a percepção dos gestores de comércio virtual do ramo alimentício da cidade de Guarabira, quanto à prática contábil, gestão, plataformas virtuais e formalização. Foram aplicados questionários com os gestores de empresas virtuais de alimentação com o intuito de investigar a situação contábil e gerencial e suas perspectivas acerca do assunto a partir da identificação geral das práticas realizadas e conhecimento dos empresários acerca dos procedimentos necessários para a formalização.

Dessa forma, como resultado, na primeira parte do questionário foram requisitadas informações gerais sobre os gestores. Na sua maioria são do sexo feminino (61,5%).

Como grau de escolaridade, os gestores que possuem pós-graduação são (7,7%), seguidos dos que completaram o curso superior (23,1%), e aqueles que o curso superior é

incompleto (30,8%), que levanta a reflexão de que os empreendedores têm procurado uma formação acadêmica, isso apresenta um interesse por informação útil para o gerenciamento das atividades de negócio. Também foram apresentados aqueles que concluíram o 2º grau – ensino médio (30,8%), e os que apenas o 1º grau – ensino fundamental (7,7%).

No caso dos profissionais com pós-graduação ou cursando, três áreas de especializações apresentaram resultados iguais: Gastronomia Brasileira (25%), Ciências da Saúde (25%), Exatas (25%) Humanas (25%). Devendo destacar a Gastronomia entre as citadas, visto que os gestores têm demonstrado com isso um cuidado especial com a qualificação no segmento gerenciado. Observa-se que a preocupação principal é com informações relacionadas ao ramo de atividade, à saúde e alimentação, o que nos demonstra uma necessidade de conhecimentos relacionadas à gestão empresarial e as práticas de contabilidade

Os gestores que apresentaram nível superior ou cursando, informaram suas áreas de formação, sendo: na maior parte, com porcentagens iguais, formados nas Ciências da Saúde (25%) e Gastronomia (25%), destacando mais uma vez a última pelo fato já esperado de que o segmento estudado na pesquisa aborda esse ramo. Ademais, o restante apresentou-se também com percentuais equivalentes, assim: Ciências Humanas (12,5%), Sociais Aplicadas (12,5%), Engenharia (12,5) %, Exatas (12,5%).

Entre os empresários, na sua grande maioria, 84,6% são proprietários do empreendimento, enquanto o restante são gestores responsáveis, podendo não necessariamente os proprietários serem gestores, e vice versa. Tal questão apresenta uma relação com o tamanho da empresa, em que os proprietários estão diretamente envolvidos na gestão. Nesse sentido, deve-se ter o cuidado em manter-se também em posição estratégica pois o operacional pode demandar muito do gestor e a parte de planejamento fica comprometida. Uma contabilidade que apresente opções de Business Process Outsourcing (BPO) Financeiro, por exemplo; como também soluções de praticidade operacional e ferramentas de contabilidade gerencial podem auxiliar na resolução dessa questão.

Quando questionados sobre o início das atividades do empreendimento, os respondentes indicaram, segundo Tabela 1, em sua maioria, que estavam ativos antes do início da pandemia sendo 53,8%. Isso demonstra que mais do que em outras fases empresariais era necessário um quadro informativo e de auxílio contábil nas soluções para uma crise em que poderia desestruturar o negócio. Como também, uma parcela considerável dos entrevistados iniciou suas atividades em plena pandemia sendo 38,5% somados com um respondente 7,7% que abriu recentemente (tempo considerado fim da pandemia). Quase metade dos negócios iniciou em período de crise; essa informação cruzada com informações da Tabela 2, logo em seguida, faz-nos entender que a necessidade de renda impulsionou tal início de atividades.

Tabela 1: Início das atividades da empresa

Opções	Número	Percentual (%)
Antes da pandemia	7	53,8
No período da pandemia	5	38,5
No final dela	1	7,7
Total	13	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Tendo em vista o cenário da pandemia do COVID-19 nos anos recentes, coincidindo com o tempo de abertura da empresa, analisa-se de acordo com a Tabela 2 que o principal motivo para a abertura do empreendimento era o sonho de empreender com 38,5%, seguido com dois motivos que se somam na explicação que corroborou com os dados da Tabela 1 que são a abertura por causa da crise financeira (30,8%) e a necessidade de renda extra (15,4%) o

que representa 35,4% dos entrevistados com necessidade de renda em período de crise. Outra resposta teve 15,4% que já trabalhava na área e gostaria de ter um negócio próprio.

Tabela 2: Motivo de levou ao surgimento do empreendimento

Opções	Número	Percentual (%)
Sonho de empreender	5	38,5
Crise financeira e necessidade	4	30,8
Renda extra	2	15,4
Já trabalhava na área e gostaria de ter um negócio próprio	2	15,4
Total	13	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Foi questionado se a organização era formalizada apresentado na Tabela 3, dos quais a maioria, nos seus 53,8%, responderam que não era, embora quase metade indicaram formalização dos negócios com o intuito de gozarem das regalias trazidas com isso, bem como a perspectiva de crescimento empresarial como uma empresa regular. Muitos negócios, no sistema e-commerce que atuam sem ponto físico, iniciam suas atividades como forma adicional ou única e necessária de sobrevivência e renda e vislumbram primeiro a estabilidade de recebimento de renda para depois se preocuparem com questões legais, o que em alguns casos acaba tornando permanência de situação por longos períodos.

O que também pode explicar essa situação, pode ser a circunstância dos mesmos não serem prejudicados em quesito de vendas e faturamento, pois ao serem perguntados sobre a situação de seus clientes deixarem ou não de pedir produtos/serviços do seu negócio por falta de loja física e/ou formalização de seus negócios, 92,3% deles responderam que não, segundo Tabela 4 abaixo.

Tabela 3: Formalização do empreendimento

Opções	Número	Percentual (%)
FORMALIZADOS	6	46,15%
NÃO FORMALIZADOS	7	53,85%
Total	13	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Tabela 4: Relação formalização/faturamento.

Opções	Número	Percentual (%)
VENDAS SÃO AFETADAS POR NÃO SEREM FORMALIZADAS	1	7,70%
VENDAS NÃO SÃO AFETADAS POR NÃO SEREM FORMALIZADAS	12	92,30%
Total	13	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Ratificando essa conclusão, como parâmetro de satisfação, perguntou-se se eles estavam satisfeitos com o faturamento das suas vendas on-line, e 69,2% dos tais confirmaram que sim. Também foi levantado a questão de se, dentre os que assim não eram formalizados, conheciam os procedimentos para a legalização do seu negócio detalhadamente, e novamente, mais da metade com 53,85% afirmaram que não. Isto leva-se ao pressuposto de que existe sim a necessidade de conhecimento sobre questões legais e contábeis que ajudam as empresas na sua continuidade e obtenção de lucro ainda desconhecidas pelos gestores questionados. Dados apresentados nas tabelas 5 e 6 abaixo.

Tabela 5: Satisfação com o atual faturamento

Opções	Número	Percentual (%)
Satisfeitos	9	69,23%
Não satisfeitos	4	30,77%
Total	13	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Tabela 6: Conhecimento sobre legalização

Opções	Número	Percentual (%)
SIM	6	46,15%
NÃO	7	53,85%
Total	13	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Dessa forma, foi instigada a reflexão acerca da relação entre este fator à forma de comercialização em questão, ou seja, se havia ponto físico de vendas. Sendo assim, 61,5% das respostas alegaram que não possuíam, atuando apenas como e-commerce e na questão seguinte confirmou-se que todos os pesquisados eram e-commerce sem ponto físico, pois o que tinham físico era quanto a guarda de estoque. Dentre todos os envolvidos na pesquisa, 76,9% relataram que o lugar onde é armazenado o estoque e feitas as produções alimentícias localiza-se na sua residência, e apenas o restante (23,1%) fazendo isso em um ponto físico, concluindo-se que, de fato, a maior parte era proprietário de um comércio familiar.

Dando ênfase a isto, foi questionado se possuíam familiares gerenciando ou trabalhando no negócio, dos quais 76,92% afirmaram que sim. Além do mais, foi complementada a informação sobre a colaboradores com a indagação sobre possuir funcionários, nos quais 53,8% das empresas confirmaram a participação deles em seu corpo organizacional, expondo a quantidade na tabela abaixo:

Tabela 7: Quantidade de funcionários na empresa

Opções	Número	Percentual (%)
15 funcionários	1	14,28
4 funcionários	2	28,57
2 funcionários	3	42,86
1 funcionários	1	14,29
Total	7	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Analisando todos os parâmetros até então, vê-se que os contextos de tempo de atividade e corpo de empregados apresentados por exemplo, leva-se ao pensamento sobre o gerenciamento na prática que estes necessitam exercer. Pressupõe que devido a isso estiveram expostos, em algum momento, às mais diversas situações e também dificuldades que o gerenciamento empresarial e operacional pode proporcionar. Como ainda, sabe-se que a contabilidade no segmento de assessoria e consultoria auxilia na tomada de decisões para um melhor planejamento e execução de melhorias.

Nesse sentido, foi colocado em questionamento acerca de suas considerações sobre a importância de ter os conhecimentos da contabilidade e a participação de um contador para auxiliar os negócios, assim, em sua grande maioria, 92,3% deles consideravam isso realmente importante.

Dentre os citados, foram oferecidas múltiplas escolhas dos tipos de ajuda que opinaram serem assim necessárias, assim como a tabela 8 abaixo expõe, o que confirma o que já foi verificado pelo perfil de gestão apresentado até então.

Tabela 8: Tipos de ajuda que a participação de um contador e os conhecimentos contábeis que os empresários consideram importante

Opções	Número	Percentual (%)
Financeira	9	75,00
Compras, vendas e margem de lucros	9	75,00
Gerencial e estratégica	9	75,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Levando em conta que independente da participação do contador, o gestor empresarial necessita manter a organização da entidade de alguma forma, foi questionado se era realizado algum planejamento de atividades, os quais 92,3% responderam que faziam. E entre essas ações, por áreas, em que poderiam optar por mais de uma, algumas são expostas na tabela 9 a seguir:

Tabela 9: Planejamento de atividades realizado pela empresa por áreas

Opções	Número	Percentual (%)
Financeiro	10	83,3
Recursos Humanos	1	8,3
Compras	10	83,33
Vendas	11	91,7
Marketing	9	75

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

A maior preocupação está sim relacionada às vendas que pelo perfil dos respondentes aponta uma necessidade imediata de entrada de recursos na empresa; seguidos pelo financeiro e compras com mesmo grau de importância; todas relacionadas diretamente à capacidade de atender a demanda. A capacitação de recursos humanos e a questão do marketing apareceram com menor expressividade na questão de planejamento.

Na tabela 10 a seguir são apresentadas as atividades específicas de gestão e contabilidade praticadas pelas empresas, de acordo com seu livre entendimento. Com maior expressividade tem-se o controle de estoques (76,9%) – o que apresenta preocupação com a manutenção do atendimento dos pedidos e a Análise de satisfação do cliente e controle de feedback (69,2%) – que no e-commerce representa uma rápida divulgação nas redes sociais tanto de forma positiva como negativa, e assim, causa preocupação.

Apresentou-se também uma necessidade de conhecimento quanto a análise dos custos (53,8%) e a Apuração de resultado (cálculo receitas – despesas = lucro/prejuízo) (46,2%). Quanto me custou e o que lucrei é um questionamento recorrente nos pequenos negócios. Causa preocupação a pequena participação do planejamento gerencial (30,8%) o que pode representar a característica imediatista dos pequenos negócios brasileiros.

Tabela 10: Atividades específicas praticadas na empresa

Opções	Respostas	(%)
Controle de estoque	10	76,9%
Apuração de resultado (cálculo receitas – despesas = lucro/prejuízo)	6	46,2%
Emissão de nota fiscal de serviço	2	15,4%
Entrada e saída de nota fiscal de produtos	4	30,8%
Apuração de impostos	3	23,1%
Envio de declarações	3	23,1%
Análise de custos	7	53,8%
Planejamento operacional	3	23,1%
Planejamento gerencial	4	30,8%
Planejamento de marketing	5	38,5%
Planejamento financeiro	3	23,1%
Folha de pagamento	1	7,7%
Relação de faturamento	5	38,5%
Relatório gerencial	4	30,8%
Análise de satisfação do cliente e controle de feedback	9	69,2%

Registro e escrituração de documentos	1	7,7%
---------------------------------------	---	------

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Entre as maiores dificuldades enfrentadas pela organização para o crescimento empresarial, os gestores expuseram, de forma individual e específica, algumas delas, como é mostrado abaixo:

Quadro 1: Maiores dificuldades que os gestores enfrentam para o crescimento das atividades da empresa

1) Inflação	10) Estratégia financeira
2) Precificação indevida	11) Custo das matérias primas
3) Cálculo de custo de produção	12) Falta de planejamento financeiro
4) Financeiro dos clientes	13) Falta de capital para investimento
5) Desavenças familiares	14) Assessoria contábil

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Ratificando o pressuposto das perspectivas dos gestores de e-commerce acerca da formalização e acompanhamento contábil para tais empresas, foi finalmente questionado, de forma objetiva, se eles consideravam que estavam perdendo oportunidades de crescimento dos negócios por não ter um acompanhamento contábil. Sendo assim, 61,5% afirmam essa indagação, 30,8% já possuem esse tipo de serviço e 7,7% declararam não necessitar do acompanhamento. O que apresenta um campo desconhecido e necessários para os pesquisados que evidenciam a importância da consultoria financeira e gerencial da contabilidade e abre um alerta para sua gestão e um campo para atuação de contadores.

5 Considerações finais

O presente artigo teve como objetivo investigar a percepção dos gestores e proprietários de lojas que funcionam de forma virtual no ramo alimentício acerca das práticas e conhecimentos acerca da contabilidade financeira e gerencial, bem como da formalização de suas empresas e gerenciamento de suas atividades. Nessa perspectiva percebe-se que os gestores embora não sejam formalizados, em sua maioria, realizam tarefas comuns de gerenciamento que contribuem de forma direta para o crescimento da organização, de acordo suas necessidades e se adequando aos fatores e situações específicas de cada uma, como porte, produtos comercializados, produção, entre outros, mesmo sem possuírem total dotação de sapiência sobre contabilidade.

Estando inseridas em um contexto de dificuldades enfrentadas para sustentar a empresa com perspectiva de crescimento, os mesmos reconhecem que estas ações podem ter impactos reduzidos ao tomarem a participação de um profissional contábil atuando em convergência com a entidade. Além do mais, considerando que este fator não contribui diretamente para queda de vendas e perda de clientes, ainda assim foi possível perceber que estes indivíduos consideram que a formalização é válida e traz consigo inúmeras mudanças para sua continuidade.

Diante do estudo conclui-se que os objetivos propostos foram atingidos, uma vez que foram identificadas as características gerais das práticas já adotadas de gestão e contabilidade, o estado de formalização e a necessidade de maior acompanhamento dos contadores e das informações da contabilidade para o crescimento e continuidade dos negócios. Esta compreensão dos gestores acerca da relação da empresa virtual com a contabilidade, bem como sua importância e a representação da formalização para as mesmas.

A pesquisa é considerada satisfatória por apresentar algumas ações executadas para o gerencial e operacional das organizações, de forma específica. Expondo a preocupação de alocarem e considerarem as rotinas e práticas contábeis como forma de valorizar as produções

e comercializações nas empresas, mesmo se enquadrando nessa particularidade de funcionarem virtualmente.

Referências

ABNT/CB-25 PROJETO DE REVISÃO ABNT NBR ISO 10014- JANEIRO 2008. Gestão da qualidade - Diretrizes para a percepção de benefícios financeiros e econômicos. Disponível em:

<http://www.gerenciamento.ufba.br/MBA%20Disciplinas%20Arquivos/Sistemas%20Integrados/Gestao%20da%20qualidade%20ISO%2010014.pdf> Acesso em: 08/12/2021.

Alves, M. (2003). **Relevância da informação contabilística – Abordagem teórica e estudo empírico**. Disponível em: <http://choo.fis.utoronto.ca/macmillan/>. Acesso em: 08/12/2021.

ASCOM. Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet. Ministério das Comunicações, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet#:~:text=De%20acordo%20com%20o%20levantamento,percentuais%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%202018.&text=Nos%20domic%C3%ADlios%20urbanos%2C%20a%20utiliza%C3%A7%C3%A3o,as%20grandes%20regi%C3%B5es%20do%20pa%C3%ADs..> Acesso em: 08/12/2021.

Bernardes e Miranda (2011). Quatro histórias da utilização de informação econômico-financeira nas micros e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores. Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.5, n.3, p.84-98, 2011 (Set/Dez). Disponível em: <http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/231/173#>. Acessado em: 08/12/2021.

ENTENDA A IMPORTÂNCIA DE FORMALIZAR E REGISTRAR O SEU NEGÓCIO. SEBRAE, 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/legalize-e-proteja-seu-negocio-como-registrar-uma-empresa,e47817e688095410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 08/12/2021.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

FORTES, Talita. (2021). **A IMPORTÂNCIA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**. Tekhne e Logos, Botucatu, SP, v.12, n.2, setembro, 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HENRIQUE, Marco Antonio. **A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE GERENCIAL PARA MICRO E PEQUENA EMPRESA**. Orientador: Profa. Ms. Marlene Ferreira Santiago. 2008. 80 p. MONOGRAFIA (ESPECIALIZAÇÃO) - UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ, [S. l.], 2008.

KOLTLER, P. Administração de Marketing. 10a. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Manual de contabilidade do sistema CFC/CRCs/ Conselho Federal de Contabilidade. -- Brasília: CFC, 2009

MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 14° ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MORAES, Thiago. Criação de loja virtual: serviço cresce 107% em 2018. Agência e-plus, 2018. Disponível em: [Criação de loja virtual: serviço cresce 107% em 2018 - E-commerce e Marketing Digital: Agência e-Plus \(agenciaeplus.com.br\)](https://www.agenciaeplus.com.br/noticia/criacao-de-loja-virtual-servico-cresce-107-em-2018). Acesso em: 20/03/2019.

MORETTI, Adrianny Erika Maruoka; SANTOS, Alice dos; COSTA, Marcela Avelina Bataghin. Dificuldades na gestão de e-commerce por MPES brasileiras: revisão bibliográfica sistematizada. In: WORKSHOP DE INOVAÇÃO, PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO, 2. 2016, São Carlos, SP. Anais... São Carlos, SP: IFSP, 2016. p. 22-26. ISSN 2525-9377.

RIBEIRO, ADIR; GALHARDO, MAURICIO; MARCHI, LEONARDO; IMPERATONE, LUIS GUSTAVO. **GESTÃO ESTRATÉGICA DO FRANCHISING: COMO CONSTRUIR REDES DE FRANQUIAS DE SUCESSO**. 2ª. ed. rev. SÃO PAULO: DVS EDITORA, 2013.

RICARTE, Élmano. (2020). **A EXPANSÃO DO PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**. Finisterra, LV(115), 2020, pp. 53-60.

SHEDY, Edna. **Guia do empreendedor para fazer a empresa crescer**. São paulo: Nobel, 1996. 90 p.

SILVEIRA, Daniel. (2021). Mais de 1 milhão de micro e pequenas empresas foram abertas no país em quatro meses, aponta Sebrae. G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/06/02/mais-de-1-milhao-de-micro-e-pequenas-empresas-foram-abertas-no-pais-em-quatro-meses-aponta-sebrae.ghtml>.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Comércio Eletrônico: Conforme Marco Civil Da Internet E A Regulamentação Do E-Commerce No Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2015.

O QUE ACONTECE SE EU NÃO FORMALIZAR MINHA EMPRESA? SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/o-que-acontece-se-eu-nao-formalizar-minha-empresa,dd00cb2594aca710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 08/12/2021.

MUSSI, Ricardo Franklin de Freitas *et al.* Pesquisa Quantitativa e/ou Qualitativa: distanciamentos, aproximações e possibilidades. **Revista SUSTINERE**, v. 7, n. 2, p. 414-430, 2019.