v.12 n.3 outubro/dezembro 2023

Revista Científica SISTEMÁTICA

hawking EDITORA

www.editorahawking.com.br

Revista Sistemática
v.12 n.3 outubro/dezembro 2023

Maceió-AL
2023
Hawking
EDITORA

EDITORIAL: Betijane Soares de Barros
REVISÃO ORTOGRÁFICA: Autores
DIAGRAMAÇÃO: Luciele Vieira da Silva
DESIGNER DE CAPA: Editora Hawking
IMAGENS DE CAPA: rawpixel.com no Freepik

O padrão ortográfico, o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas do autor. Da mesma forma, o conteúdo da obra é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu autor.

A Revista Sistemática está sob os direitos da Creative Commons 4.0
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR

NOTAS DO EDITOR
Para baixar o PDF de cada artigo da Revista Sistemática a partir do seu smartphone ou tablet, escanei o QR code publicado na capa da revista, o qual irá remeter para a página da editora, local onde se encontra a mostra da versão impressa.

Revista Sistemática /Editora Hawking
- Vol 12, n.3 (2023) – Maceió – AL: Editora Hawking, 2023 – Trimestral

ISSN 2675-5211

1. Revista Sistemática – Periódicos I. Brasil, Editora Hawking

---

Editora Hawking
2023

Av. Comendador Francisco de Amorim Leão, 255 - Farol, Maceió - AL, CEP 57057-780 Disponível em: www.editorahawking.com.br editorahawking@gmail.com

DIREÇÃO EDITORIAL

Drª Betijane Soares de Barros
Instituto Multidisciplinar de Alagoas – IMAS
http://lattes.cnpq.br/4622045378974366

CONSELHO EDITORIAL

Drª. Adriana de Lima Mendonça
Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2001) Mestre em Química e Biotecnologia pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2004)
Doutora em Ciências pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2009)
Pós-doutorado em Biotecnologia através do Programa Nacional de Pós Doutorado (PNPD/RENORBIO/CAPES, 2014)
http://lattes.cnpq.br/0381713043828464

Dr. Anderson de Alencar Menezes
Licenciado em Filosofia pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP,
Bacharel em Teologia pelo Centro Unisal - Campus Pio XI (São Paulo) (UNISAL, 2002)
Mestre em Filosofia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2005)
Doutor em Ciências da Educação pela Universidade do Porto (UPORTO, Portugal, 2009)
http://lattes.cnpq.br/3996757440963288

Drª. Andrea Marques Vanderlei Fregadolli
Bacharel em Farmácia pelo Centro de Ensinos Superiores de Maceió (CESMAC,
Licenciada em Educação Física pela Universidade Claretiano (CLARETIANO, 2019) Tecnóloga em Análise e Desenvolvimento de Sistemas pela Universidade Estadual de Ciências da Saúde de Alagoas (UNCISAL, 2015)
Especialista em Nutrição Materno-Infantil pela Unyleya Editora e Cursos S/A, (UNYLEYA, 2017)
Especialista em Psicopedagogia Clínica e Institucional pela Unyleya Editora e Cursos S/A, (UNYLEYA, 2017)
Especialista em Farmácia Clínica Direcionada à Prescrição Farmacêutica pela Unyleya Editora e Cursos S/A, (UNYLEYA, 2017)
Especialista em Análises Clínicas pela Unyleya Editora e Cursos S/A, (UNYLEYA, 2016) Especialista em Plantas medicinais: manejo, uso e manipulação pela Universidade Federal de Lavras (UFLA, 2001)
Especialista em Farmacologia: Atualizações e Novas Perspectivas pela Universidade Federal de Lavras (UFLA, 2002)
Mestre em Modelagem Computacional de Conhecimento pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2011).
Doutora em Ciências pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2015).
http://lattes.cnpq.br/5455567894430418

Dr. Eduardo Cabral da Silva
Graduado em Meteorologia pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2006) Graduado em Matemática pelo Centro de Ensinos Superiores de Maceió (CESMAC, 2015) Mestre em Meteorologia pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2010) Doutor em Engenharia Civil pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2018)
http://lattes.cnpq.br/2609068900467599

Dr. Fábio Luiz Fregadolli
Bacharel em Zootecnia pela Universidade Estadual de Maringá (UEM, 1996)
Mestre em Zootecnia pela Universidade Estadual de Maringá (UEM, 2000)
Doutor em Zootecnia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP, 2004)
http://lattes.cnpq.br/7986638670904115

Drª. Jamyle Nunes de Souza Ferro
Bacharel em Farmácia pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2009)
Mestre em Ciências da Saúde pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2012)
Doutora em Ciências da Saúde pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2016) Pós-doutorado pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2018)
http://lattes.cnpq.br/2744379257791926

Drª. Laís Agra da Costa
Graduada em Ciências Biológicas na Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2011) Mestre em Ciências da Saúde pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2014)
Doutora em Ciências Biológicas (Biofísica) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ, 2018)
http://lattes.cnpq.br/2066151967059720

Dr. Patrocínio Solon Freire
Graduado em Filosofia pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP, 2000) Bacharel em Teologia pela Universidade Pontifícia Salesiana (UPS- Itália, 2004) Especialista em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC- SP, 2004) Especialista em Gestão Educacional pela Faculdades Integradas Olga Mettig (FAMETTIG, 2006) Mestre em Educação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2009) Doutor em Educação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, 2014)
http://lattes.cnpq.br/5634998915570816

Dr. Rafael Vital dos Santos
Licenciado em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2006) Bacharel em Ciências Biológicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2010) Especialista em Diagnóstico Molecular pela Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS, 2014) Mestre em Ciências da Saúde pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2010)
Doutor em Materiais pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL, 2014)
http://lattes.cnpq.br/3000684462222111

AVALIADORES DESTE NÚMERO

Drª. Andrea Marques Vanderlei Fregadolli
http://lattes.cnpq.br/5455567894430418

Dr. Eduardo Cabral da Silva
http://lattes.cnpq.br/2609068900467599

Dr. Fábio Luiz Fregadolli
http://lattes.cnpq.br/7986638670904115

Drª. Laís Agra da Costa
http://lattes.cnpq.br/2066151967059720

Drª. Lucy Vieira da Silva Lima
http://lattes.cnpq.br/0010369315381653

Dr. Rafael Vital dos Santos
http://lattes.cnpq.br/3000684462222111

SUMÁRIO

A LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA NAS ORGANIZAÇÕES
Elena da Silva Cruz
Deyvid Pablo dos Santos Borges
Vívia Pereira de Moraes Santos
André Luiz Rocha Costa..... 01

EFETIVIDADE EMPRESARARIAL POR MEIO DOS RECURSOS HUMANOS
Vívia Pereira de Moraes Santos
Emerson Mário Ferreira dos Santos
Élida Ferreira dos Santos..... 16

O FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO INOVADOR NO MUNICÍPIO DE PENEDO-AL: Um estudo sobre organizações de fomento e apoio
Janilton Tavares da Silva
Vívia Pereira de Moraes Santos..... 30

A SEGURANÇA DO CLIENTE NOS CANAIS DIGITAIS BANCÁRIOS
Tainá Maurício dos Santos
Angelica da Trindade Henrique
Vívia Pereira de Moraes Santos
Aldrycky Julião do Nascimento..... 41

FUSÃO E AQUISIÇÃO EMPRESARIAL
Adaíne Araújo dos Santos
Higo França dos Santos
Camylla Vasco Gondim Matos
Vívia Pereira de Moraes Santos..... 55

O IMPACTO DO CONSUMISMO NA VIDA DOS SERVIDORES PÚBLICOS NO MUNICÍPIO DE NEÓPOLIS/SE
Diogo Santos Cardoso
Luan da Silva Dias Ferreira
Vívia Pereira de Moraes Santos
Angelica da Trindade Henrique..... 70

Esta obra está sob o direito de Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

A LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA NAS ORGANIZAÇÕES

Elena da Silva Cruz[1]
Deyvid Pablo dos Santos Borges[2]
Vívia Pereira de Moraes Santos[3]
André Luiz Rocha Costa[4]

RESUMO

O processo logístico é uma etapa importante para as empresas, diante disso a pesquisa tem como objetivo geral aferir o crescimento e evolução do setor logístico nas empresas brasileiras, e de forma específica i) versar sobre a logística de distribuição, ii) analisar as principais ferramentas da logística de distribuição, iii) investigar as vantagens de definir o tipo de controle de estoque. Para nos conectarmos à referida temática, foi utilizada a literatura através de buscas de produções científicas no *Scientific Eletronic Library Online* (SciELO) e no Google Acadêmico. Quanto aos procedimentos, a pesquisa está estruturada de forma descritiva com tipologia qualitativa, de natureza básica, cuja finalidade é aprofundar o campo de conhecimento sem que haja a preocupação de desenvolver soluções para o problema apurado em seus resultados. Além disso, foi utilizada a pesquisa bibliográfica em artigos publicados com assuntos semelhantes ao estudo, que retrata a logística de distribuição como ferramenta estratégica nas organizações. Dessa forma, o presente estudo contribui significativamente para o aprimoramento do conhecimento sobre a logística de distribuição nas empresas brasileiras.

Palavras-chave: Competitividade; Tipos de estoque; Logística Distribuída.

[1] Graduanda em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo.
[2] Graduando em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo.
[3] Graduada em Administração, especialista em Gestão de Recursos Humanos, Gestão da Qualidade. Mestra em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe (UFS).
[4] Graduado em Engenharia de Produção. Especialista em Engenharia e Gerenciamento de Manutenção; MBA Gerenciamento de Projetos, e Engenharia de Segurança do Trabalho pela Faculdade IBRA de Brasília.

INTRODUÇÃO

É fundamental entender que a logística refere-se a uma operação que possibilita administrar de maneira rentável os serviços que compõem sua estrutura agregando valor gerencial para o nível estratégico das empresas. Com isso, o presente artigo tem como objetivo geral aferir o crescimento e evolução do setor logístico nas empresas brasileiras. E de forma específica i) versar sobre a logística de distribuição, ii) analisar as principais ferramentas da logística de distribuição, iii) investigar as vantagens de definir o tipo de controle de estoque.

A presente pesquisa é originada pela necessidade de entender qual o principal gargalo enfrentado pelas empresas e quais estratégias são feitas para diminuir os gastos e aumentar a lucratividade do negócio? Concomitante ao exposto, o estudo justifica-se pelo viés da logística ser uma das áreas da gestão essencial e vitalícia para uma empresa, com necessidade de investimento na área, em especial na capacitação de profissionais qualificados que precisam ter visão crítica e sistêmica é de grande importância. (ANDRADE; VITTO; ALVES, 2021; JOSEF, 2019).

Dessa forma, pode-se afirmar que as mudanças e evolução na forma de produzir e distribuir bens e serviços que o mercado vivencia na modernidade, estão diretamente relacionadas ao avanço na comunicação, informatização, logística e transporte.

1. ORIGEM DA LOGÍSTICA

Historicamente a logística teve início na área militar com a segunda guerra mundial evidenciando a maneira com que os recursos eram destinados ao local certo, na hora certa, com o objetivo de vencer batalhas, fazendo necessário uma reflexão que apesar de o conceito ainda não estar consagrado nessa época, as atividades e as ações de planejamento para alcançar o objetivo maior que era vencer a guerra perdendo a menor quantidade de recursos já estavam presentes desde 1914 (OLIVEIRA *et al.*, 2018).

Durante a história da humanidade a logística joga um papel crucial na vitória ou derrota de guerras, um exemplo, inclusive anterior a Segunda Guerra Mundial que foi uma grande responsável por ajudar a difundir o conceito da logística foi a Guerra da Independência Norte-Americana entre os anos de 1775 e 1783, em que se argumenta a derrota dos britânicos pode ser largamente relacionada a logística para obter suprimentos ser falha, resultando em uma administração dos

suprimentos vitais inadequada nos primeiros seis anos da guerra, vendo-se o curso das operações e disposição das tropas afetados (CHRISTOPHER, 2022).

Ainda de acordo com Christopher (2022) apesar de generais perceberem o valor crucial do uso de estratégias logísticas em suas guerras desde tempos remotos, foi apenas recentemente na história que o setor empresarial reconheceu a grande importância da gestão logística na obtenção da tão crucial vantagem competitiva, sendo um dos fatores por esse reconhecimento tardio o baixo nível de entendimento dos seus benefícios para solucionar as dores das organizações no que diz respeito aos princípios de interdependência e equilíbrio entre a demanda e oferta.

Nesse sentido, na visão de Oliveira *et al.*, (2018) no Brasil o termo logístico foi associado diretamente a transportes, depósitos regionais e atividades ligadas a vendas, mas com o passar do tempo e com a organização das atividades e das áreas nas empresas, o foco foi direcionado para as atividades integradas em um sistema logístico, ou seja, as empresas perceberam a importância da logística principalmente devido à competitividade e passaram a utilizar sistemas de monitoramento constante em seus esforços humanos e organizacionais, e com isso pôde-se afirmar que o sucesso requer a medição do desempenho ao longo de toda a cadeia logística.

Mediante o exposto, a logística tem sua significância para o sucesso da empresa, representando o elo entre todas as expectativas geradas pelos demais departamentos, seja vendas, marketing, finanças, custos, pesquisa e desenvolvimento e produção, a integração desses departamentos e setores que permite o crescimento organizado e sustentável (SILVA *et al*., 2019). Além disso, durante o processo de desenvolvimento ou de finalização de qualquer produto e/ou serviço, a logística está sempre presente e à disposição, todos os dias, o ano todo.

1.1 EVOLUÇÃO DA LOGÍSTICA

A evolução da logística ao longo da história é marcada por mudanças significativas na forma como o gerenciamento do fluxo de materiais, informações e produtos que eram manuseados e desenvolvidos. Segundo Fleury e Fleury (2003) a origem das atividades logísticas se confunde com o início das atividades econômicas organizadas, ou seja, a partir do

momento que o homem começou a realizar a troca de excedentes da produção especializada houve a introdução de três das mais importantes funções logísticas: armazenagem, estoque e transporte. Com isso, tudo o que era produzido em um dia, porém não vendido, era transformado em estoque e armazenado para posteriormente ser transportado ao local de consumo.

Vale ressaltar que nas décadas de 1960 a 1980 o mercado tinha como foco principal o cliente, buscando a eficiência na distribuição dos produtos e serviços, por meio da integração das funções de modo a alcançar lucratividade. Segundo Maurício *et al.*, (2021) nas décadas de 1980 a 2000, o panorama se modificou em que o destaque foi o mercado, visando a qualidade, a compra, a produção e as vendas, usando os métodos logísticos para um diferencial competitivo e reduzindo assim o tempo no processo gerencial. Dessa forma, dos anos 2000 até os anos atuais foi desenvolvido uma nova forma de gerenciamento denominado *Supply Chain Management* (Gestão da Cadeia de Suprimentos). Nesse sentido, a inovação logística está sendo um diferencial competitivo, contudo, as ações buscam formas de.

A evolução da logística é contínua, impulsionada por avanços tecnológicos, mudanças nas expectativas dos clientes, preocupações com a sustentabilidade e desafios globais. As empresas que se adaptam a essas mudanças podem ganhar vantagem competitiva e melhorar a eficiência de suas operações logísticas. A Figura 1 mostra as fases da logística e suas perspectivas dominantes.

Figura 1 – Evolução do conceito da logística

	Fase zero	**Primeira fase**	**Segunda fase**	**Terceira fase**	**Quarta fase**
Perspectiva dominante	Administração de materiais	Administração de materiais + Distribuição	Logística Integrada	Supply chain management	Supply chain Management + Eficiente consumer response
Focos	-Gestão de estoques - Gestão de compras - Movimentação de materiais	-Otimização do sistema de transporte	-Visão sistemática da empresa - Integração por sistema de informações	-Visão sistemática da empresa incluindo fornecedores e canais de distribuição	-Amplo uso de alianças estratégias, comarkership, subcontratação e canais alternativos de distribuição

Fonte: Adaptado de Platen; Rodriguez (2023)

1.2 LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

No que se refere a logística é fundamental levar em consideração o cenário atual que se encontra o mercado e, consequentemente os desafios enfrentados pelas empresas no que se refere a logística de qualidade e sua relevância como fator estratégico na organização. Visto isso, o surgimento da logística atende etapas e necessidades históricas, em que a gestão de operações visa criar sistemas que auxiliam no desenvolvimento das organizações e da sociedade (BARROS, MALLU *et al.*, 2020).

A logística pode ser definida como um conjunto de técnicas responsáveis pelo abastecimento, movimentação e armazenamento de mercadorias, gerenciando uma cadeia de suprimentos em prol das organizações que nela estão inseridas. Além disso, através de uma gestão ativa das atividades, é possível maximizar o valor do cliente e o alcance de vantagens competitivas, principalmente no mundo globalizado as empresas procuram cada vez mais melhorar seu desempenho e obter produtos com valor agregado para atender as expectativas dos clientes e tornar-se mais competitivas (SILVA, 2021).

Diante desse contexto, é indispensável levar em consideração o fator da globalização sobre a forma de se pensar a logística ao longo dos anos, já que é associada à acelerada evolução tecnológica e alteração radical da forma de produção de bens e serviços juntamente com os grandes conglomerados transnacionais que detêm os padrões de consumo, ditam em sua maioria como são formadas as cadeias produtivas e, consequentemente as cadeias logísticas e demais processos de distribuição (JOSEF, 2019).

Para contribuir com o estudo Nogueira (2018) fala que a logística está em destaque nos últimos anos no Brasil, pois hoje as condições são mais favoráveis já na década de 80 seria difícil trabalhar com processos logísticos porque tínhamos uma economia em que a inflação acelerada obrigava a remarcação de preços dos produtos diariamente. Concomitante ao exposto Antônio (2021) afirma que todos esses elementos do processo logístico devem ser enfocados com um objetivo fundamental: satisfazer às necessidades e preferências dos consumidores finais.

1.3 CONCEITO DE ESTOQUE

Inicialmente é fundamental entender o conceito de estoque o qual

está alinhado com a gestão de bens tangíveis que uma empresa mantém em armazenamento para atender às necessidades futuras. Nesse sentido, pode-se afirmar que a formação de estoques representa a imobilização de capital, entretanto como o mercado não pode nos atender sempre de forma imediata, torna-se imprescindível mantermos em estoque os materiais necessários ao atendimento das demandas de forma a evitarmos paralisações que gerem prejuízos ou comprometam a segurança de pessoas e do meio ambiente (ACCIOLY *et al.*, 2019).

Concomitante ao exposto um dos principais desafios da gestão de estoque é conseguir o equilíbrio entre a necessidade de investir o menos possível em estoques e, ao mesmo tempo, garantir satisfação ao cliente atendendo as suas necessidades de forma adequada. Dessa forma, é possível classificar os estoques por grandes grupos e com isso conseguir um gerenciamento melhor utilizando as técnicas e ferramentas ideais para cada tipo (SILVA; STETTINER; CAXITO, 2019).

Existem alguns tipos de estoques que facilitam a empresa no momento de atender as necessidades dos clientes abordando seis desses estoques, que são:

- Estoque de matérias-primas: pode-se ser definido como a mercadoria que ainda não sofreu alguma transformação por parte do fabricante. Esse tipo de estoque é utilizado também para gerenciar eventuais problemas de suprimentos do fornecedor.

- Estoque de material semi-acabado: é denominado aquele tipo de material que está parado em determinada linha de montagem, aguardando sua utilização em outra fase do processo. Além disso, é um dos estoques mais onerosos.

- Estoque de produtos acabados: nesse estoque o produto já está fabricado e pronto para uso que tem como princípio básico a disponibilidade ao cliente. Vale ressaltar que esse tipo de estoque é criado quando a capacidade de produção não tem a mesma frequência da venda do produto e quando a previsão de demanda dos produtos fica acima das vendas reais.

- Estoque de fluxo: o produto está inserido no fluxo de movimento de mercadorias de um fornecedor para um cliente. Além de analisar e fazer uma previsão de devolução de clientes ou até mesmo alguma necessidade extra. É fundamental enfatizar que o fluxo de informações envolve a transmissão de

pedidos e a atualização do status da entrega.

- Estoque de segurança: esse tipo de estoque garante uma segurança para a empresa, em caso de surgir alguma anormalidade no abastecimento, como erros de previsão de consumo e atrasos na entrega da mercadoria. Com isso, o maior benefício do estoque de segurança é quando alguma dessas anomalias ocorre no processo, não havendo a falta da mercadoria para o cliente.

Em suma, obter um estoque planejado e eficaz buscando o tipo certo para suprir a demanda traz resultados satisfatórios para a empresa e agrega segurança ao cliente. Percebe-se que a gestão de estoque é um equilíbrio delicado entre manter produtos suficientes para atender à demanda, porém é fundamental evitar o excesso de estoque visto que pode resultar em custos desnecessários. Portanto, faz-se necessário que as empresas busquem melhorias para esse setor e façam diariamente monitoramento e controle de seus níveis de estoque para otimizar suas operações e maximizar a eficiência.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa consiste em conceitos, fatos, ideias ou opiniões, e do entendimento indutivo e interpretativo que se atribui aos dados descobertos, associados à problemática do estudo (SOARES, 2019). Desse modo, o artigo está amparado na natureza básica uma vez que é dirigido à produção de conhecimentos fundamentais e apresentou abordagem qualitativa, ou seja, caracteriza-se como uma abordagem voltada para a exploração e para o entendimento do significado que indivíduos ou grupo atribuem a um problema social ou humano (CRESWELL, CRESWELL, 2021).

Para o desenvolvimento do estudo foi utilizada a pesquisa bibliográfica, além de realizar uma busca de artigos com o tema relacionado à logística distribuição como ferramenta estratégica na segmentação alimentícia nas bases *Scientific Eletronic Library Online* (SciELO) e Google Acadêmico (SOUZA *et al*., 2023). Dessa forma, é fundamental ter controle, planejamento, implementação, inovação e adaptação da tecnologia para o setor logístico, tendo assim, impacto na satisfação do cliente e desempenho da empresa.

3 RESULTADO E DISCUSSÕES

Para ter destaque diante do mercado é importante tomar algumas ações, principalmente com as constantes mudanças no cenário empresarial. Faz-se

necessário aprimorar as estratégias na gestão de seus negócios, bem como fazer uso das ferramentas logísticas para agilizar as atividades de estoques, armazenagem e transportes. Além disso, as ferramentas da logística alinhadas aos objetivos organizacionais e ações de planejamento estratégico, possibilitam boas práticas nos processos produtivos, contribuindo para a redução de custos logísticos e operacionais (EHRHARDT, 2022).

3.1 FERRAMENTAS DE ESTOCAGEM E EVOLUÇÃO DO SETOR LOGÍSTICO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS

As ferramentas de estocagem são recursos, equipamentos e sistemas utilizados na gestão e organização de produtos e materiais em um ambiente de armazenamento, como um armazém, centro de distribuição ou depósito. O objetivo principal dessas ferramentas é garantir que os produtos sejam armazenados de maneira eficiente, segura e acessível para facilitar a movimentação, o controle de estoque e a distribuição posterior.

Além disso, as ferramentas de estocagem incluem não apenas equipamentos físicos, como estantes, paletes e empilhadeiras, mas também sistemas de software, como sistemas de gerenciamento de armazém *Warehouse Management System* (WMS), *Transportation Management System* (TMS), *Customer Relationship Management* (CRM) e *Company Resource Planning* (ERP), que auxiliam nos processos de gestão dos produtos e no controle de processos dentro do armazém. Nesse sentido, para melhor compreensão sobre tais ferramentas, logo abaixo está o conceito de cada uma dessas ferramentas.

O *Warehouse Management System* (WMS) é um sistema de software projetado para controlar e gerenciar eficientemente todas as atividades e recursos relacionados ao armazenamento e movimentação de estoque. Além de melhorar a eficiência das operações logísticas, é responsável pela automatização dos processos manuais e simplifica tarefas, como a separação de pedidos, o agrupamento de produtos por rota de entrega e a geração de documentação (MOURA; BORGES; 2023).

A ferramenta *Transportation Management System* (TMS) tem como principais funcionalidades: planejamento e execução; monitoramento e controle; apoio à negociação e auditoria de frete. Nesse

sentido, o planejamento eficiente do fluxo de produtos e recursos não é simples, por envolver diversas tarefas dis**tintas, mas interligadas** como roteirização, construção de vias, alocação de frotas, mão de obra, e esses fatores somados à economia, segurança, horários e veículos disponíveis levam à necessidade de uma TI (RIBEIRO; ANDRADE; SILVA, 2018).

O *Customer Relationship Management* (CRM) pode-se afirmar que é um sistema que está interligado com o gerenciamento que envolve o relacionamento com o cliente, que é foco principal do processo logístico e permite maior destaque para a empresa, visto que não é uma questão somente de tecnologia e nem se trata apenas de um novo software de gestão. Segundo DUBUS (2003), trata-se na verdade de uma orientação empresarial que procura implementar na prática ações concretas de Relacionamento com seus consumidores, visando não somente conquistar, mas, principalmente, reter clientes.

Company Resource Planning (ERP) pode-se dizer que essa ferramenta é um sistema integrado que possibilita um fluxo de informações único, contínuo e consistente por toda a empresa sob uma única base de dados. Além disso, é um instrumento para a melhoria de processos logísticos e de negócios, como a produção, compras ou distribuição com informações *online* e em tempo real (PADILHA; MARINS, 2005).

Com isso, é fundamental compreender que o manuseio e a armazenagem de materiais devem ser otimizados utilizando a tecnologia e técnicas administrativas que possam gerar redução de custos, aumento da produtividade e maior segurança nas operações de controle, com a obtenção de informações precisas em tempo real (PAOLESCHI, 2019).

3.2 PRINCIPAIS SEGMENTAÇÃO DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Sabe-se que a logística de distribuição tem como princípio a distribuição e movimentação de produtos do local de produção ou armazenamento para o destino final buscando sempre fazer esse processo de forma eficiente e econômica. Com isso, a segmentação desse processo pode variar dependendo do setor, das necessidades específicas da empresa e das características do produto. A imagem abaixo mostra alguns desses segmentos e componentes com seus respectivos conceitos.

Figura 2 – Segmentação da logística de distribuição

Fonte: Elaborada por esta pesquisa (2023).

- Gestão de Estoque: tem como conceito o gerenciamento de estoque que ajuda a controlar o nível de estoque, prever demanda, otimizar a reposição e evitar excessos ou faltas de estoque. Além disso, a gestão de estoques direciona a tomada de decisão dentro do ambiente organizacional (QUERINO; MIRANDA; BERALDO; 2021).
- Sistemas de Informação: auxiliam a coletar, processar e compartilhar dados importantes relacionados à distribuição, como informações de pedidos, status de entrega e rastreamento de produtos.
- Transporte e Frota: Isso inclui veículos, planejamento de rotas, rastreamento de veículos e sistemas de gestão de transporte (TMS) para otimizar o transporte de mercadorias. Dessa forma, pode-se dizer que a gestão de frotas é a área responsável por administrar e/ou gerenciar um conjunto de veículos pertencentes a uma empresa (MOURA, 2022)
- Gestão de Pedidos: Sistemas de gestão de pedidos (OMS) auxilia a processar pedidos de clientes, gerenciar inventário e coordenar as etapas de atendimento de pedidos.
- Automatização de Armazém: Uso de tecnologia como sistemas de *picking* automatizados, esteiras transportadoras e robôs para agilizar as operações em armazéns.

Essas ferramentas e práticas são essenciais para garantir que os produtos sejam entregues de maneira eficiente, pontual e com custos controlados aos clientes finais. A escolha das ferramentas certas depende das necessidades específicas da empresa e do setor em que ela atua.

3.3 VANTAGENS DE DEFINIR O TIPO DE CONTROLE DE ESTOQUE

Definir o tipo de controle de estoque oferece diversas vantagens para uma empresa, independentemente de seu

porte ou setor de atuação. Entre essas vantagens está a de armazenar no local certo e de forma correta matéria prima para suprir a necessidade da empresa. Segundo Santa (2021), o estoque pode ser definido em 3 tipos diferentes e mais comuns, sendo:

–Matéria prima: É o que vai garantir que sua empresa esteja abastecida com os materiais necessários para produzir a mercadoria que será comercializada para seu cliente final.

–Produtos não acabados: Nesta modalidade, são armazenados os produtos que, ainda não foram acabados e precisam ser armazenados para que, no momento correto, sejam utilizados na finalização do seu produto.

–Produtos acabados: Aqui são armazenados os produtos acabados e prontos para serem vendidos para seus clientes.

Desse modo, ter a definição de estoque possibilita ao gestor à purificação dos itens em falta, além de facilitar as operações referentes ao inventário. Outro ponto que apresenta vantagem é a satisfação dos colaboradores por trabalhar em um espaço mais organizado, como também gera maior fidelidade dos clientes motivada pela melhoria das condições de conservação dos produtos enviados e pela redução dos prazos de entrega (SIQUEIRA; SANTOS, 2021).

É fundamental entender os diferentes tipos de estoque, visto que o controle de estoque é essencial para garantir que uma empresa mantenha níveis adequados de produtos disponíveis para atender à demanda, ao mesmo tempo em que evita o excesso de estoque que pode resultar em custos desnecessários. A Figura 3 mostra cinco tipos de controle de estoque essenciais para as organizações.

Figura 3 – Tipos de controle de estoque

Fonte: Elaborada por esta pesquisa, 2023

- UEPS: A apresente sigla significa o Último produto a Entrar, Primeiro a Sair, essa ferramenta é responsável por controlar todos os itens e gerenciar a quantidade dos últimos produtos adquiridos ou produzidos, que serão os primeiros a serem vendidos aos consumidores ou usados. O UEPS, também é responsável por fazer todo o cálculo do custo dos produtos vendidos ou o valor do estoque.

- PEPS: Essa sigla tem o significado oposto do UEPS, ou seja, considera o PEPS como o Primeiro que Entra é o Primeiro que Sai. Dessa forma pode-se dizer que o que chega antes ao depósito deve ir embora primeiro, e o que chega por último vai embora por último. Através disso, você pode fazer o gerenciamento do estoque de maneira segura. Em razão das características do método, os primeiros produtos a chegarem ao depósito definirão o valor total do estoque.

- CUSTO MÉDIO: Essa etapa é essencial para definição de valores dos produtos em estoque os quais são renovados a cada nova entrada de um novo item. Nesse sentido, tem como base de cálculo a média ponderada que consiste na média dos valores antigos e novos dividida pela quantidade total de itens em estoque. Vale ressaltar que esta metodologia é mais indicada para as empresas que trabalham com produtos que não sofrem grandes variações de valores.

- CURVA ABC: Pode-se dizer que é fundamentada em três pilares básicos, são eles: o giro, o faturamento e a lucratividade. Além disso, a Curva ABC permite fazer a avaliação com maior precisão das tarefas desenvolvidas em um negócio para destinar verbas, cortes e custos baseados em um cenário real.

- JUST IN TIME: Tem como tradução para o português, “no momento exato”, consiste em um tipo de gestão que tem como intuito a redução de custos, como também, manter o menor nível de estoque somente para atender as demandas da empresa. É fundamental entender o quanto esse método é arriscado para alguns setores, e necessita da empresa um acompanhamento rigoroso, para não acontecer da empresa ficar sem seu produto de venda ou material de produção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo buscou abordar conceitos sobre o processo logístico com segmentação e as ferramentas existentes que poucas são executadas na maioria das empresas, além de investigar mais a

fundo essas ferramentas e práticas de gestão que diminui os custos logísticos aperfeiçoando o setor. Através desse estudo, o leitor passa a ter um entendimento maior sobre a temática em questão que, por sua vez, é fundamental para qualquer empresa gerir e ter resultados satisfatórios.

Com isso, é fundamental enfatizar a importância da temática pois a logística é a parte fundamental do negócio que pode ter resultados decisivos, visto que é através das operações logísticas que uma empresa pode alavancar sua lucratividade e credibilidade no mercado, gerando confiança a seus clientes e fidelidade. Vale ressaltar que mais discussões e pesquisas sobre a temática são fundamentais para suprir as lacunas existentes.

Dessa forma, indica-se de maneira incipiente para estudos futuros uma análise aprofundada sobre a logística de distribuição como ferramenta estratégica nas organizações, como também, as vantagens de definir o tipo de controle de estoque nas empresas. Em suma, a presente pesquisa espera contribuir para novos estudos envolvendo a temática abordada.

REFERÊNCIAS

ACCIOLY, Felipe *et al*. **Gestão de estoques**. Editora FGV, 2019. <Disponível em:https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=C39ZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=conceito+de+estoque+&ots=PgkJ8He1s_&sig=Ga1uYBEtiR0wc28ON_hJjmiNZWk#v=onepage&q=conceito%20de%20estoque&f=false>. Acesso em 04 de out. 2023.

ANDRADE, Rafael José; VITTO, Daniel Malheros; ALVES, Sirlene Siqueira. **Logística de transporte rodoviário terceirizado: um estudo de caso da rotina logística na prática, em uma indústria do ramo alimentício**. Monumenta-Revista Científica Multidisciplinar, v. 3, n. 1, p. 34-46, 2021. <Disponível em: https://revistaunibf.emnuvens.com.br/monumenta/article/view/100/40>. Acesso em: 08 de jun. 2023.

BARROS, Mallu Mendonça *et al*. **Modal Rodoviário como valor estratégico para os negócios: Características, tendências e os desafios da Distribuição Logística**. 25º edição 2020. < Disponível em: https://conad.adm.br/2019/wp-content/uploads/2020/09/modal-rodoviaxxrio-como-valor-estratexxgico-para-os-negoxxcios-caracterixxsticas-tendexxncias-e-os-desafios-da-distribuicxxaxxo-logixxstica.pdf>. Acesso em: 05 de jun. 2023.

CANO, Catarina de oliveira; SILVA, Giovana Gavioli Ribeiro da. **Introdução à logística empresarial (supply chain management)**. Senac, 2018. <Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=WiVHDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=+Log%C3%ADstica+

empresarial+2018&ots=efYK3MXIo3&sig=LCUZh4Brfpbfk_P6fzuzx2LRWHo#v=onepage&q=Log%C3%ADstica%20empresarial%202018&f=false>. Acesso em: 24 jan. 2023.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. Tradução da 5ª edição Norte Americana: Cengage Learning, 2022.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Penso Editora, 2021.. Acesso em: 07 de jun.2023.

DUBUS, João Maria Goulart. **Customer Relationship Management (CRM) - Conceitos e estratégias**. Pensamento & Realidade, v. 13, DUBUS 2003. Acesso em: 29 de jul.2023.

EHRHARDT, Paula Ruanni. **A concorrência desleal no contexto das organizações**. 2022. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/5907/1/EHRHARDT.pdf>. Acesso em: 08 de jun. 2023.

FLEURY, Paulo Fernando et al. (Org.). **Logística empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2003. Acesso em: 20 de jul. 2023.

JOSEF, Barat. **Globalização, logística e transporte aéreo**. São Paulo: Editora Senac, 2019.Acesso em: 27 de jun. 2023.

MAURICIO, João Paulo Melo. Et al. **A logística dentro da organização: custos, evolução e processos logísticos**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano. 06, Ed. 11, Vol. 13, pp. 162-181. Novembro de 2021. ISSN: 2448- 0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/evolucao-eprocessos>. Acesso em: 22 de set. 2023.

MOURA, Larissa Pereira; BORGES, Cejana Marques. **Sistemas de informação: ferramentas de gestão em uma empresa de logística em Palmas-TO**. Revista Ibero-americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 9, n. 6, p. 684-704, 2023. Disponível em:<https://www.periodicorease.pro.br/rease/article/view/10252/4119>. Acesso em: 27 de jun. 2023.

MOURA, Thaís Cabral Miranda de. **A utilização da telemetria na gestão de frota em uma empresa de logística**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em:<https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/46423/1/artigo_ata.pdf>. Acesso em: 18 de out. 2023.

NOGUEIRA, Amarildo de S. **Logística Empresarial.** 2ª edição. Porto Alegre: Grupo GEN, 2018. Acesso em: 27 de jun. 2023.

NOVAES, Antônio G. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição - Estratégia, Avaliação e Operação**. Grupo GEN, 2021. Acesso em: 25 jun. 2023.

PADILHA, Thais Cássia Cabral; MARINS, Fernando Augusto Silva. **Sistemas ERP: características, custos e tendências**. Production, v. 15, p. 102-

113, 2005. Disponível em:<https://www.scielo.br/j/prod/a/cV6H5xKGLrQqR9mjS8N4Kxn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 01 out. 2023.

PAOLESCHI, Bruno. **Almoxarifado e gestão de estoques**. São Paulo: Editora Saraiva, 2019. *E-book*. ISBN 9788536532400. Acesso em: 12 set. 2023.

QUERINO, Fabiane Fidelis; MIRANDA, Lorrane Pereira; BERALDO, Daiane Ferreira Arantes. **Análise bibliométrica sobre o impacto da inovação na gestão de estoque**. ABCustos, v. 16, n. 3, p. 28-58, 2021.Disponível em:< https://revista.abcustos.org.br/abcustos/article/view/>. Acesso em: 12 de out.2023.

RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral; ANDRADE, Amanda Miranda; DA SILVA, Fábio Aquino. **A avaliação do Transportation Management System nas operações logísticas de uma empresa de bebidas**. Revista Gestão da Produção, Operações e Sistemas, v. 13, n. 2, p. 1-1, 2018. Disponível em:< https://revista.feb.unesp.br/gepros/article/view/1831/835>. Acesso em: 29 de jul.2023.

SANTA ANA, Márcio de Freitas. **A Curva ABC na Gestão de Estoque**. Brazilian Journal of Development, v. 7, n. 5, p. 53737-53749, 2021. Disponível em:< https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/30580. Acesso em: 01 de out.2023.

SILVA, Bárbara Alyne E.; STETTINER, Caio F.; CAXITO, Fabiano de A. **Logística - um enfoque prático.** 3ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2019. Acesso em: 20 de jul. 2023.

SILVA, Bárbara Alyne E.; STETTINER, Caio F.; CAXITO, Fabiano de A. **Logística - uma abordagem prática** - 3ED: Editora Saraiva, 2019. *E-book*. ISBN 9788571440043. Acesso em: 04 out. 2023.

SILVA, Hemanoel Santos da. **Logística empresarial:** análise das atividades logísticas numa empresa avícola no município de Governador Mangabeira-BA. 2021. Disponível em:< http://131.0.244.66:8082/jspui/handle/123456789/2408>. Acesso em: 08 de jun. 2023.

SIQUEIRA, Ramon Franco Almeida; SANTOS, Fabiano Ramos. **A Importância da Gestão do Estoque para a Manutenção do Capital de Giro**. Revista Científica Eletrônica de Ciências Aplicadas Da Fait. n. 2. Novembro, 2021. Disponível em: <http://fait.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/9HA5E20LN5hzR6D_2022-2-14-19-26-51.pdf>. Acesso em: 13 de out. 2023.

SOARES, Simaria Jesus. **Pesquisa científica: uma abordagem sobre o método qualitativo**. Revista Ciranda, v. 3, n. 1, p. 1-13, 2019. Disponível em: Revista Ciranda - www.periodicos.unimontes.br/ciranda. Acesso em: 26 de maio de 2023.

Esta obra está sob o direito de Licença Creative Commons Atribuição 4.0Internacional

EFETIVIDADE EMPRESARARIAL POR MEIO DOS RECURSOS HUMANOS

Vívia Pereira de Moraes Santos[1]
Emerson Mário Ferreira dos Santos[2]
Élida Ferreira dos Santos[3]

RESUMO

O planejamento e a autoavaliação do todo e das partes que compõem um setor é essencial para a evolução constante das atividades que envolve pessoas. No entanto, vale mencionar e acrescentar que trabalhar com indivíduos não é uma tarefa fácil devido a diversidade existente, por esse motivo e entre outros existentes destaca-se a relevânciado setor de Recursos Humanos para um trabalho produtivo, harmonioso e possibilitador de oportunidades. Assim, este trabalho tem como objetivo geral analisar a evolução do Recursos Humanos no Brasil. Como desdobramento, tem os seguintes objetivos específicos: concepção dos Recursos Humanos ao longo do tempo, identificar as contribuições do setor de Recursos Humanos para as empresas, desafios comtemporâneas do Recursos Humanos. O estudo tem abordagem descritiva, na tipologia quantitativa baseado em uma pesquisa bibliográfica, sob o método dedutivo. É fundamental investir em práticas eficazes que valorizem os colaboradores epromovam um ambiente de trabalho saudável e produtivo. Essas estratégias contribuem para alcançar resultados positivos e sustentáveis, impulsionando o crescimento e o sucesso organizacional.

Palavras-chave: Engajamento do colaborador; Contribuição dos Recursos Huamanos; Desenvolvimento empresarial.

[1] Graduada em Administração. Especialista em Gestão de Pessoas e Gestão de Recursos Humanos. Mestra em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe (UFS).
[2] Graduando em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo
[3] Graduanda em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo

INTRODUÇÃO

As práticas de Recursos Humanos sempre tiveram uma forte relação com a Administração, pois as organizações esrá sofrendo crescente impacto, motivado pela Revolução Tecnológica, pela mudança de produto pela intitucionalização da pesquisa básica, pela educação da informação entre outros produtos, fatores e exigindo contínuos e desdobrados esforços no processo adaptacionista.

Ao exposto, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar a evolução do Recursos Humanos no Brasil. Como desdobramento, tem os seguintes objetivos específicos: concepção dos Recursos Humanos ao longo do tempo, identificar as contribuições do setor de Recursos Humanos para as empresas, desafios comtemporâneas do Recursos Humanos.

Esses objetivos direcionam o olhar para um contexto do recurso humanos responsável pelas ações a serem desenvolvidas de modo a proporcionar harmonia entre os colaboradores e parte administrativa interna. Isso é mencionado porque há uma visão errônea acerca desse departamento como sendo um segmento que tem como função e atribuições solucionar questões burocráticas.

Tendo isso em vista, este estudo tem como questão norteadora: Como o Recursos Humanos pode atuar na efetividade das organizacões? Por meio da resolução de problemas nas empresas, à organização como elemento informativo e de referência para sua política de pessoal, a partir da execução das atividades de planejamento, administração e desenvolvimento dos recursos humanos, como administração de cargos e salários, recrutamento e seleção, avaliação de desempenho, sistema de prevenção de acidentes, orientação profissional e treinamento e aperfeiçoamento de pessoal (NOGUEIRA, 1982).

O artigo pretende mostrar que a efetividade de pessoas é importante dentro da empresa e que ela contribui para alcançar os objetivos organizacionais, podendo minimizar problemas que possam vir a acontecer, além de trazer inúmeros benefícios para as organizações.

1. O RECURSOS HUMANOS E SUA DINÂMICA AO LONGO DO TEMPO

O setor de Recursos Humanos é responsável pela capacidade de gerir e pelo desenvolvimento humano na empresa que tange no ambiente interno da organização na busca de indivíduos capazes de colaborar para o crescimento, solucionar problemas e possibilitar escolhas para a tomada de decisões (TELMO, 2015). As pesquisadoras Cruz e

Santana (2015)definem a área de gestão de pessoas como um conjunto de habilidades, métodos, técnicas, políticas e ações práticas definidas para a finalidade de administrar as interrelações internas. Busca selecionar e nortear os colabores na direção das metas e organização da empresa, assim como, na solução de problema que atinge diretamente ou indiretamente uma empresa com o agir a partir do pensar coletivo para uma decisão acertada.

O trabalho dos Recursos Humanos deve representar para a sociedade um apoio quanto à segurança trabalhista, apoio a um salário digno, propostas de carreira sólida, educação continuada, comunicação e crescimento nos níveis de desempenho dostrabalhadores. Quando o profissional da área atua com bases nesses preceitos, amforça trabalhista cresce de forma positiva, elevando a produtividade da organização de trabalho, melhorando as modalidades gerenciais e transformando o ambiente em mais que uma fonte de trabalho, um lugar de desenvolvimento de carreiras promissoras (OLIVEIRA; HONÓRIO, 2020).

Para gerenciar um empreendimento é necessário desenvolver atitudes não linear, rígida, tampouco seguir padrões de sucesso. O planejamento e a autoavaliação do todo e das partes quecompõem um setor é essencial para a evolução constante das atividades que envolve pessoas. No entanto, vale mencionar e acrescentar que trabalhar com indivíduos não é uma tarefa fácil devido a diversidade existente em um setor, por esse motivo e entre outros existentes destaca- se a relevância do setor de recursos humanos para um trabalho produtivo, harmonioso e possibilitador de oportunidades com o propósito de aproveitar as habilidades disponíveis em prol do desenvolvimento profissional, empresarial e da coletividade (BATISTA; FIIRST, 2020).

Para entender sobre as incumbências desse setor e o porquê não delimitou na parte burocrática, esse tópico apresenta em seu desenvolvimento um breve histórico do surgimento do RH nas empresas e suas funções atribuídas ao longo do tempo. Por isso a temática em si envolve sobre a dinâmica ao longo do tempo pelo fato de tudo está em movimento. Segundo Lima (2018) todo esse fator histórico iniciou mais ou menos em meados do século XIX, justo no período de grandes transformações nas indústrias impulsionadas pela mecanização e o capitalismo como meio de sistema de produção. Nesse período cada indivíduo passou a manusear apenas uma máquina e se responsabilizar por uma determinada funcionalidade das indústrias,

contudo, surgiu nesse meio diversas dúvidas e inquietações entre os sujeitos que faziam parte dessas mudanças industriais (GENARI; MACKE, 2021).

Nesse período, a área de gestão de pessoas também ficou conhecida como Relações

industriais devido forte impacto da revolução industrial entre o empregador e o empregado. Foi nesse fator histórico que surgiu a iniciativa da não limitação aos elementos burocráticos ou operacionais de uma empresa, isto é, vão além de ações e organizações em busca de criar um ambiente confortável entre a empresa e os funcionários. Trata de olhar não apenas os interesses financeiros da empresa, mas em busca da proatividade que parte dos seus empregados, e para com isso, é necessário direcionar os olhares para as situações internas e externas porque o mundo e a sociedade encontram-se em movimento (MOGROVEJO-LAZO; CAMPOS-PACURUCU; CALLE-MASACHE; PÉREZ-JARA, 2022).

De acordo com Cancado; Moraes; Silva (2020) a evolução histórica do setor de RH está dividida em quatro fases, sendo a relações industriais onde tudo começou (Ver Quadro 1). Isto é, centralizano poder de contratação e demissão de pessoas, sem ter o olhar humano e quesitos necessários para o setor disponível a vaga. Nesse tempo muitos indivíduos acordavam cedo em busca de emprego e perante as grandes filas que formavam nas portas das empresas devido ao desemprego em massa por causa do surgimento das tecnologias que substituíam a mão de obra artesanal para a produção mecânica.

Quadro 1: Fases da história do Recursos Humanos

1ª Fase	**Relações Industriais** No contexto do final da Revolução Industrial teve como foco do setor a contratação de mão de obra, pagamento e demissão de funcionários. A seleção de trabalhadores era feita de maneira subjetiva e improvisada, formando longas filas nas portas das fábricas. Vale ressaltar também que, como a mão de obra era abundante pelo constante crescimento das cidades, todos os trabalhadores eram facilmente descartados e substituídos.
2ª Fase	**Departamento de Pessoal** Na década de 1920 possibilitou avanços cruciais na história dos recursos humanos e da administração. Nesse período, os trabalhadores começam a reivindicar melhores condições de trabalho. Paralelamente, foi descoberto que os funcionários também são influenciados por condições psicológicas. Ou seja, descobre-se então que fatores como motivação, trabalho em equipe e liderança são mais determinantes para um bom desempenho que o incentivo salarial, como afirmava o taylorismo. Início das primeiras leis trabalhistas no ocidente.

3ª Fase	**Gestão de Recursos Humanos** Nesta fase, que vai da metade da década de 1940 até 1980, a história do RH começa a se alinhar com o que conhecemos hoje. Baseando-se no modelo de "Estado de Bem Estar Social", as empresas iniciaram a mudança do "Departamento de Pessoal" para o Departamento de Recursos Humanos. O Departamento de RH tornou-se então responsável não apenas pelo recrutamento e demissão, mas também pelo desenvolvimento de pessoal e pela avaliação de desempenho e potencial. As inovações constantes também fizeram com que o RH buscasse e lidasse com profissionais cada vez mais capacitados para trabalhar com essas novas tecnologias. Sentiu-se, assim, a necessidade de abandonar os clássicos modelos de produção tayloristas e fordistas por modelos mais flexíveis e "orgânicos". Também começam a surgir, por volta de 1960, novas teorias organizacionais para instrumentalizar as novas dinâmicas vivenciadas nas empresas. Com a ampliação da área de Recursos Humanos, os gestores passaram a procurar profissionais capazes de encorajar a proatividade, a atenção à qualidade, a comunicação e a cooperação entre funcionários.
4ª Fase	**Gestão Estratégica de Pessoas** A história do RH entra em sua fase mais moderna: a gestão estratégica de pessoas. Atualmente, o Departamento de Recursos Humanos não serve apenas para lidar com as burocracias, e esses profissionais também precisam estar atentos à imagem e ao perfil da organização, à motivação dos funcionários e às novas tecnologias que surgem a cada dia. As empresas também começam a pensar na carreira de seus colaboradores, fazendo-os enxergar oportunidades de se desenvolverem na organização. Diminuir a rotatividade de pessoas e preservar os profissionais mais qualificados também se torna uma preocupação central da área.

Fonte: Adaptado por Grein (2021).

Assim como houve a intensa busca de empregos e modernização industrial, pesquisadores como o antropólogo Elton Mayo entre 1927 e 1932 percebeu em seus estudos que o psicológico do sujeito influencia inteiramente nas relações intersociais e para com o desenvolvimento empresarial, sendo assim o setor de RH denominado de departamento de pessoal, ou seja, suas atribuições foram além das burocráticas (ROSA, POSSAMAI, 2020). Em seguida surge uma nova nomenclatura, ou seja, gestão de recursos humanos. Esse setor passou a ser responsável por todas as atribuições e funções anteriores, mas acrescentou o gerenciamento funcional com os quesitos de desenvolvimento profissional e avaliações de desempenho e potencial.

E por último, mas não quer dizer que parou nessa quarta fase, o RH situa como estratégica de pessoas. Isso direciona ao gerenciamento de organizações e idealizações para enfrentar as diferentes crises existentes no setor empresarial devido as constantes transformações e movimentações financeiras mundiais refletidas pela globalização e internacionalização dos serviços (BATISTA; FIIRST, 2020).

Nesse contexto surge a preocupação de preservar seus melhores funcionários e investir em suas carreiras

para que possam colaborar ainda mais no desenvolvimento do setor.

Atualmente, as políticas de organizações do setor de RH podem incluir aspectos como recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho, remuneração e benefícios, gestão da cultura organizacional e relações trabalhistas (AMORIM, 2023). Uma das principais metas das políticas de recursos humanos é garantir que a empresa tenha uma equipequalificada e motivada, que possa contribuir para o sucesso da organização. Para isso, as empresas devem adotar práticas de gestão de pessoas que levem em consideração as necessidades individuais dos funcionários, bem como os objetivos da empresa (OLIVEIRA; MELO; RIBEIRO, 2020).

Para Marras (2011) a administração estratégica de recursos humanos desempenha um papel crucial na gestão organizacional, estabelecendo uma conexão estreita com o planejamento estratégico. Por meio de suas políticas, busca promover mudanças de paradigmas que têm um impacto significativo nos resultados da organização, visando aprimorá-los através do aumento da qualidade e produtividade do trabalho. Essas melhorias são impulsionadas pelo desempenho humano, pois a administração estratégica de recursos humanos reconhece a importância do envolvimento dos funcionários. Além disso, procura redesenhar o perfil cultural da organização, alinhando-o com um conjunto de valores e crenças compartilhados entre os colaboradores e a empresa, observando que esse processo visa criar ambientes participativos e comprometidos com objetivos comuns (PRADO JUNIOR; SOARES; CORREA, 2023).

Além disso, as políticas de RH devem estar em conformidade com as leis trabalhistas eregulamentações definitivas. Isso inclui questões como segurança no local de trabalho, proteção contra discriminação e assédio, e principalmente remuneração justa (SANTOS; AMORIM, 2023). As empresas podem ajustarsuas políticas de recursos humanos de acordo com as necessidades do negócio e as mudanças no ambiente de trabalho. Por exemplo, em momentos de crise econômica, pode ser necessário reduzir custos e adotar políticas mais conservadoras de contratação e remuneração. Na verdade, o setor de recursos humanos busca simplificar e ajudar no desempenho das organizações através das pessoas, a análise e desenvolvimento de profissionais nas

organizações é de grandeseriedade para o crescimento no mercado (FREITAS; CARVALHEDO; COLODETTI FILHO, 2021) e nas colaborações de desenvolvimento profissional.

As políticas de recursos humanos são um elemento crucial para uma gestão eficaz de pessoas dentro de uma organização empresarial colaboram a garantir que os funcionários estejam estimulados e engajados, que sejam capazes de contribuir para os objetivos da empresa, e que a empresa esteja em conformidade com as leis e regulamentações trabalhistas.

Para garantir o acompanhamento do inégavel, do processo desenvolvimista, deve estár concentrada não só no sentido de dispor, mas também de aprimorar e utilizar ao máximo a pontencialidade de Recursos Humanos, recrutamento, seleção e treinamento e avaliação de desempenho funcional (NOGUEIRA, 1982).

A organização traça os objetivos de aprendizagem, de desenvolvimento, conhecimentos, habilidades e atitudes que seus colaboradores podem desenvolver, adquirir e exercitar, de modo a agregar valor ao negócio. Por esse motivo, as ações com foco no desenvolvimento são prolongadas e direcionadas às necessidades específicas de grupos de colaboradores e até mesmo individualmente, considerando os pontos fortes e fracos que precisam ser trabalhados.

2 METODOLOGIA

O estudo está alicerçado com uma abordagem descritiva, na tipologia quantitativa (CRESWELL, 2021), baseado em uma pesquisa bibliográfica, sob o método dedutivo observando a realidade e interpretando-a mediante informações teóricas preexistentes, o qual diante da qual está inserida a temática (MARCONI, 2022; THIOLLENT, 2022).

Para a busca dos dados do estudo foi efetuada uma pesquisa de natureza básica, que tem como finalidade aprofundar o campo de conhecimento sem que haja a preocupação de desenvolver soluções para o problema apurado em seus resultados (SOUZA *et al.*, 2023).

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O setor de recursos humanos para as organizações, tem suas contribuições efetivas para o desenvolvimento do ambiente de trabalho, quando aplicado de maneira correta, pois através dessas contribuições pode acarretar ínumeros benefícios para a organização e seus colaboradores, tendo em vista que a efetividade é um alicerce que pode ser fonte de proatividade, qualidade e êxito (BATISTA; FIIRST, 2020).

Dessa forma analisar as contribuições da gestão estratégica de pessoas para a qualidade de vida dos trabalhadores de empresas por meio da caracterização da importância da gestão estratégica de pessoas na qualidade de vida para empresas e da compreensão de quais as contribuições da gestão estratégica de pessoas que influenciam na qualidade de vida dos trabalhadores de empresas de eventos.

É necessário repensar as estratégias organizacionais e assumir novos riscos. Essas mudanças acontecem nos mais diversos ramos da sociedade e a gestão de projetos impacta na dinâmica das organizações, possibilitando que novas tecnologias, inovações e transformações sejam realizadas de maneira mais efetiva. Com objetivo deste relato técnico foi explicitar as contribuições do uso de metodologias adaptativas de gerenciamento de projetos, na gestão e nos projetos.

3.1 CONTRIBUIÇÕES DO SETOR DE RECURSOS HUMANOS PARA AS ORGANIZAÇÕES

A capacitação humana é fundamental para a diferenciação competitiva no mercado. Por isso, conhecer e saber aplicar as principais metodologias de treinamento e desenvolvimento corporativo é indispensável para que a companhia tenha sucesso e conquiste equipes talentosas.

De acordo com DIAS (2022), existem programas de treinamento e desenvolvimento na organização, bem como as metodologias mais interessantes para promover a ascensão dos conhecimentos do colaborador.

Segundo o CANTOR (2022), os gestores da Nestlé orientam os colaboradores a se desenvolverem em seus cargos atuais, mas responsabilizam cada colaborador a persistir pelo sucesso do seu próprio desenvolvimento profissional. Utiliza de um diálogo aberto, em que o colaborador expressa seus objetivos e expectativas ao seu líder e indica como pode promover seu desenvolvimento. Sendo estes alguns dos métodos de treinamento que são utilizadas na Nestlé:

- Desenvolvimento profissional lateral
- Aumento de responsabilidades
- Aquisição de habilidades adicionais
- Equipes multidisciplinares E

ainda busca desenvolver e reter os gestores mais qualificados, que têm a oportunidade de participar em cursos de formação internacionais em Rive-Reine (Centro de Formação na Suíça), que solidifica o conhecimento empresarial e reforçam os valores e os princípios da Nestlé, bem como em programas realizados pelos parceiros

estratégicos.

Os indicadores de Recursos Humanos, são utilizados como ferramentas para medir a performance da área de Recursos Humanos durante um tempo, a partir deles são mensurados os níveis de desempenho e sucesso das atividades realizadas em todos os setores organizacionais, sendo possível auxiliar nos planejamentos estratégicos, e definir as decisões a serem tomadas.

Segundo a COSTA (2022), dentre essa variedade de ferramentas e processos, podemos definir que a Avaliação 360° é um método de análise dos funcionários que une autoavaliação e avaliações dos que trabalham com ele, incluindo subordinados, líderes e colegas de trabalho. A avaliação 360 consiste em ter a visão mais completa possível do desempenho do colaborador. É como se o profissional estivesse no meio de um círculo e somasse a própria visão com a das pessoas que interagem com o seu trabalho. Para aplicar a avaliação 360º, é possível organizar as etapas da avaliação de desempenho de diferentes formas. Por ser um modelo aberto à melhoria contínua, é muito usado pela empresa o ciclo PDCA: Planejar (*to plan*), fazer (*to do*), checar (*to check*) e Ajustar (*to adjust*).

Algumas características de um bom indicador é que ele deve ser simples, permitindo qualquer pessoa que analise o índice, seja capaz de compreende-lo sem muitas longas explicações e esclarecimentos, e ser detalhado, para que a riqueza de informações apresentadas, permita avaliar e manifestar as devidas providências.

Segundo artigo publicado pela Davila (2022), liderar é uma arte e exige muito mais do que conhecimentos técnicos. É preciso cada vez mais humanizar as empresas e estar em sinergia com um propósito em comum. Em tempos atuais onde se deve exercer o capitalismo consciente, saber liderar é uma arte e vai muito além do que seguir conceitos básicos de gestão de empresas. A mais utilizada usualmente deve exercer um papel mais humanizado, deixando um pouco de lado os processos burocráticos de negócios.

● Líder de mim mesmo: Para ser um bom, é preciso primeiro reconhecer a liderança própria dentro de cada um de nós. A liderança consciente se reflete uma equipe muito mais inspirada, engajada com os propósitos da organização e até 24 ISSN 1983-6767 mesmo uma cultura organizacional muito mais forte, que a diferenciam de todas as outras empresas. Ao desenvolver esta liderança consciente terá como consequência o sucesso humano, afinal o bom êxito das empresas não está somente no poder de mercado e na lucratividade, ao contrário do que muitos

imaginam.

● Lider de outras pessoas: O papel do líder é importantíssimo para a boa gestão de equipes. Afinal, ele é o representante da empresa na gestão de pessoas. O Recursos Humanos contribuirá para escolher o profissional para determinada vaga, mas o líder é que irá gerir essa pessoa, buscando motivá-la, inspirá-la e orientando para que ela se desenvolva profissionalmente. A posição de liderança tem o papel de elo que leva às necessidades dos colaboradores para que a empresa saiba exatamente como melhor deve agir para estar de acordo com o bem-estar deles.

Focar nas organizações de trabalho não quer dizer desprezar as atividades burocráticas, mas mostrar aos leitores, pesquisadores e interessados por essa área a importância do Recursos Humanos. para a totalidade da empresa nos quesitos logístico e interpessoal. Essa questão chama atenção pelo fato de conhecerem esse setor como fator gerencial burocrático apenas para assinar ou entrar com processo de desligamento da empresa (DOCUSIGN, 2021).

3.2 DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS DO DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS.

Para tanto, se faz necessário repensar as estratégias organizacionais e assumir novos riscos. Essas mudanças acontecem nos mais diversos ramos da sociedade e, a gestão de projetos impacta na dinâmica das organizações, possibilitando que novas tecnologias, inovações e transformações sejam realizadas de maneira mais efetiva (TADEO; ARANHA, 2023). O objetivo deste relato técnico foi explicitar as contribuições do uso de metodologias adaptativas de gerenciamento de projetos, na gestão e nos projetos da diretoria de tecnologia da informação, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES (PRADO JÚNIOR; SOARES; CORREA, 2023).

Foi utilizado o método de pesquisa qualitativa, por meio de técnicas de pesquisa documental. Os resultados obtidos na construção do sistema, utilizando devidamente as cerimônias das práticas ágeis, aliado ao comprometimento das partes interessadas e conhecimento do *Product Owner* – PO permitiram ratificar a contribuição do uso de metodologias ágeis, no atingimento dos objetivos de um projeto de desenvolvimento de sistemas, na administração pública federa (TAVARES; COSTA NETO, 2023). O que resultou no sistema PTI, e este apoiou a avaliação da execução dos projetos de internacionalização das instituições participantes do edital CAPES/PRINT.

As mudanças ocorridas na função de RH, desde as tradicionais funções administrativas, como o processamento salarial e o cumprimento da lei laboral, até à responsabilidade da criação de parcerias estratégicas entre a organização e os seus membros, que a função GRH tem vindo a assumir, determina o novo papel dos gestores de pessoas: criar capital humano nas suas diversas vertentes, alavancando, assim, estratégias organizacionais baseadas nas pessoas. É nesse sentido que pode-se afirmar que a estratégia são as pessoas (REGO *et al.*, 2020). A perspectiva baseada nas pessoas focaliza-se no modo como os profissionais, o conhecimento e as competências internas de uma organização podem ser uma fonte de vantagem competitiva sustentável, remetendo-nos para o tema da formação profissional como prática de gestão de recursos humanos por excelência e instrumento de gestão orientada para o aperfeiçoamento e desempenho dos profissionais, assim como, do desenvolvimento do potencial das organizações e obtenção de vantagem competitiva (GENARI; MACKE, 2021).

Os resultados sugerem que quando integrada com os restantes subsistemas da Gestão de Recursos Humanos a formação assume um papel estratégico muito importante na vida das empresas e dos seus profissionais, havendo um benefício mútuo.

Nesse intento, o estudo justifica-se pelo treinamento e desenvolvimento sendo um conjunto de ações planejadas que a organização empresarial realiza para contribuir com a capacitação, a formação e o desenvolvimento de seus colaboradores, buscando gerar resultados alinhados aos objetivos organizacionais, observando que a avaliação de desempenho é uma ferramenta utilizada pelos Recursos Humanos, mais especificamente pela área de gestão de pessoas, para mensurar a performance dos colaboradores ou áreas de uma empresa (ARMBRUST, 2022; DELAVY (2022).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões e informações abordadas ao longo deste diálogo destacam a importância da administração estratégica de recursos humanos e das políticas organizacionais para o sucesso e desempenho de uma empresa. Foi enfatizado que as políticas de RH desempenham um papel fundamental na gestão, influenciando fatores como recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento, avaliação de desempenho e remuneração.

Observou-se a importância do investimento em treinamento e

desenvolvimento, identificação de necessidades e ação estratégica para otimizar os resultados organizacionais. Foi mencionado que as políticas de organização têm o potencial de impactar positivamente a eficiência operacional, a produtividade e a motivação dos funcionários, bem como a construção de uma cultura organizacional saudável e de alto desempenho.

A pesquisa revelou que há áreas em que as políticas organizacionais podem ser aprimoradas, como nas condições de trabalho, remuneração e condutas. Esses pontos de melhoria devem ser abordados para garantir a satisfação e o bem-estar dos colaboradores, bem como impulsionar o sucesso e a competitividade da empresa.

Como sugestão de estudo faz-se-á necessário realizar mediante o contexto da dinâmica organizaciona a existência de novas práticas atuantes e efetivas para o setor de Recursos Humanos. O desempenho da análise dessas ações poderá impactar positivamente nass estratégias organizacionais com foco no capita humano.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Wilson Aparecido Costa de. **Gestão de recursos humanos e relações de trabalho no Brasil: um ensaio sobre uma relação incompleta**. <Disponível en: https://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/63312/43038>. Acesso em: 27 out. 2023

BATISTA, Gilmar Pereira; FIIRST, Wilian Geovani. **As transformações tecnológicas computacionais em empresas de contabilidade na gestão de recursos humanos de tangará da serra. 2020.** <Disponível em: https://tga.ifmt.edu.br/media/filer_public/6f/94/6f945e20-b385-4bfb-9c98-2eb4b432b06c/gilmar_pereira_batista_2022.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2023.

CANÇADO, Vera L.; MORAES, Lúcio Flávio Renault de; SILVA, Edson Moura da. **Comprometimento organizacional e práticas de Gestão de Recursos Humanos: o caso da empresa XSA, 2023**. <Disponível em: https://www.scielo.br/j/ram/a/MQYLqqZhJq8MqQ7qNCrZFGy/#>. Acesso em: 11 out. 2023.

CRESWELL, John W**. Projeto de pesquisa:** Métodos qualitativo, quantitativo e misto. [tradução]. 5 ed. Porto Alegre: Penso, 2021. <Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=URclEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=artigos+de+CRESWELL&ots=9f5OeRMWzy&sig=vENlGy2q_eNj_T9dJDE1ExEfK2I#v=onepage&q=artigos%20de%20CRESWELL&f=false>. Acesso em: 24 out. 2023.

CRUZ, Tamires Assis da; SANTANA, Lídia Chagas de. **Revista de Iniciação Científica** – RIC Cairu. jan 2015, Vol 02, n° 01, p. 33-56. Disponível em: https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/1/3_RECURSOS_HUMANOS_PRESENTE

_ORGA NIZACOES.pdf. Acessado em 02 nov. 2023.

DELAVY, T. **Treinamento e Desenvolvimento tradicional e contemporâneo**. 2022. Disponível em: < https://edupulses.io/treinamento-e-desenvolvimento-tradicional-e-contemporaneo/#:~:text=O%20modelo%20tradicional%2C%20focado%20em,para%20o%20desenvolvimento%20da%20performance.>. Acesso em: 23 out. 2022.

DOCUSIGN, Colaborador. **Recursos Humanos**: a importância do setor para as empresas. 2021. Disponível em: https://www.docusign.com.br/blog/recursos-humanos#:~:text=O%20setor%20de%20Recursos%20Humanos%20determina%20um%20papel%20importante%20no,da%20empresa%20%C3%A9%20muito%20importante. Acessado em 02 nov. 2023.

FREITAS, Adriano Ferreira de; CARVALHEDO, Amanda Gomes; COLODETTI FILHO, Érico. **A importância dos recursos humanos nas organizações**. 2021. Disponível em:<https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2021/05/a-importancia-dos-recursos-humanoas- nas-organizacoes.pdf>. acessado em 02 nov. 2023.

GENARI, Denise; MACKE, Janaina. **Práticas de gestão sustentável de recursos humanos e os impactos no comprometimento organizacional**. RAE-Revista de Administração de Empresas, 2021. <Disponível em: https://www.scielo.br/j/rae/a/F5HZVN5cjf6CN6RKZtkhLHC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 out. 2023.

GREIN, Leonardo. **Origem e evolução do RH no Brasil e no mundo.** Eva Benefícios. 2021. Disponível em: <https://evacard.com.br/blog/historia-do-rh/>. Acesso em: 24 abr. 2023.

MARRAS, J.P. **Administração de Recursos Humanos: do operacional ao estratégico**. 14.ed. São Paulo: Futura, 2011.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia Científica**. – 8. ed. – Barueri [SP]: Atlas, 2022.

MOGROVEJO-LAZO, Alberto Esteban; CAMPOS-PACURUCU, Johanna Estefanía; CALLE-MASACHE, Oscar Rene; PÉREZ-JARA, Pablo Javier. **Plan estratégico para el área de recursos humanos a nivel empresarial**. Revista Científica FIPCAEC, 2022. <Disponível em: https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/555/982>. Acesso em: 21 out. 2023

NOGUEIRA, P. R. Efetividade organizacional através do sistema recursos humanos. RAE - Revista de Administração de Empresas , [S. l.], v. 22, n. 1, p. 19–24, 1982. Disponível em: https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/39442. Acesso em: 3 nov. 2023.

OLIVEIRA, António José**;** MELO, João; RIBEIRO, Célis. (2020). **A gestão estratégica dos Recursos Humanos: o caso da Sasal,** 2020 - Faurecia. Revista

Gestão e Desenvolvimento <Disponível em: https://revistas.ucp.pt/index.php/gestaoedesenvolvimento/article/view/9465 14 out. 2023.

PRADO JÚNIOR, tarcis; SOARES, Brunna Alicia; CORREA, Flavia Fernandes. **Adequação do setor de recursos humanos ao cenário pós-pandemia: saúde mental dentro das startups**. 2023. <Disponível em: http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/admrevista/article/view/e-6012/371374408>. Acesso em: 28 out. 2023.

ROSA, Bruna Machado; POSSAMAI, Vinicius. **Recursos Humanos e sua importância para as Empresas.** Seminário de Tecnologia Gestão e Educação, v.2, 2020. <Disponível em: https://raam.alcidesmaya.edu.br/index.php/SGTE/article/view/169>. Acesso em: 09 out. 2023.

SANTOS, Ana Luíza Caldas; AMORIM, Dênia Aparecida de. **A importância do departamento de pessoal para as organizações: uma revisão da literatura**. Revista Gestão, Tecnologia e Ciência (GETEC), v.12, n.39, 2023. <Disponível em: https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/2972>. Acesso em: 30 out. 2023.

SOUZA, Luana Santos *et al*. Stress: **A study between supervisors of a company operating in the center branch in Montes Claros/MG**. Revista Estudos e Pesquisas em Administração, v. 7, n. 1, 2023. Disponível em: https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index .php/repad/article/view/14431/12273. Acesso em: 07 out. 2023.

TADEO, Tatiane Tais; ARANHA, Julia Guimarães. **Fatores do clima organizacional e seus impactos no grau de satisfação em colaboradores de uma organização.** <Disponível em: https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2023/02/Fatores-do-clima-organizacional-e-seus-impactos-no-grau-de-satisfa%C3%A7%C3%A3o-em-colaboradores-de-uma-organiza%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 28 out. 2023.

TAVARES, Luiz Fernando; COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. **Dimensões que gerem os recursos humanos de forma sustentável proporcionam melhores resultados**. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento.** Revista Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento, 2023. <Dispoível em: https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/41046/33448>. Acesso em: 28 out. 2023.

TELMO, Aline. **A importância do setor de recursos humanos em uma organização**. 2015. Disponível em: https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-importncia-do-recurso-humano-em- uma-organizao/. Acessado em 02 nov. 2023.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2022.

Esta obra está sob o direito de Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

O FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO INOVADOR NO MUNICÍPIO DE PENEDO-AL: Um estudo sobre organizações de fomento e apoio

Janilton Tavares da Silva[1]
Vívia Pereira de Moraes Santos[2]

RESUMO

O artigo busca investigar e analisar o fomento ao empreendedorismo e inovação na cidade de Penedo, Alagoas, com o objetivo geral de identificar os órgãos de apoio ao empreendedorismo e inovação na região. De forma específica, o estudo visa constituir o conceito de empreendedorismo e de inovação, realizar um levantamento geográfico das organizações envolvidas nesse fomento e estruturar um mapa conceitual que projete visualmente o cenário de incentivo ao empreendedorismo e inovação na cidade. A pesquisa emprega metodologia de levantamento de dados por meio de revisão bibliográfica, análise documental e pesquisa de campo. Os resultados evidenciam a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento local e identificam órgãos governamentais, instituições educacionais e iniciativas privadas como principais agentes de fomento. O mapa conceitual construído ilustra as interações entre essas organizações e seus papéis no ecossistema empreendedor de Penedo. Conclui-se que, apesar dos desafios, a cidade apresenta uma rede promissora de suporte ao empreendedorismo, a qual pode ser fortalecida por meio de parcerias estratégicas e políticas de incentivo.

Palavras-chave: Empreendedorismo e inovação; Fomento; Mapa Conceitual; Penedo-AL.

[1] Graduando em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo.
[2] Graduada em Administração. Especialista em Gestão de Pessoas, e Gestão da qualidade. Mestra em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe (UFS).

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, observa-se um aumento notável e constante do empreendedorismo no Brasil. Esse crescimento significativo e exponencial pode ser atribuído tanto a transformações marcantes no cenário de consumo quanto às mudanças na realidade econômica das famílias brasileiras, impactadas pelas crises financeiras decorrentes do aumento do desemprego ao longo da última década em nosso país. Esses fatores impulsionaram um número crescente de brasileiros a embarcar em empreendimentos.

O estímulo à criação de empresas de diferentes portes, sejam elas grandes, pequenas ou micro, pode resultar em um aumento significativo no emprego formal, na geração de renda e no desenvolvimento econômico, o que, por sua vez, tem um impacto positivo nas receitas públicas (BEZERRA, 2021). Já que o impacto do empreendedorismo no crescimento econômico, não se limita à expansão da produção e ao aumento da renda per capita, mas abrange também a capacidade de introdução de transformações na estrutura empresarial e na sociedade em geral, como afirmado por Hisrich e Peter (2004).

Os fomentos representam iniciativas direcionadas à promoção do avanço e ao desenvolvimento de empreendimentos e inovações em todas as suas fases, abrangendo desde a pesquisa inicial até a implementação prática. Essas ações fomentadoras são predominantemente realizadas por meio de editais, que podem ser periódicas ou de fluxo contínuo, sendo originadas tanto por instituições públicas quanto privadas. As entidades que promovem essas ações são indicadas como agentes fomentadores e englobam diversos tipos, como bancos que oferecem condições especiais para financiar atividades inovadoras, agências públicas de fomento e até investidores individuais que investem aportar capital (SCALCON, 2022; GOMES; ALVES; FERNANDES, 2013).

Desse modo, considerando os órgãos de fomento ao empreendedorismo em um município alagoano como objeto de estudo desta pesquisa, emergiu-se a seguinte questão norteadora: “Quais são as principais organizações de fomento e apoio ao empreendedorismo inovador no município de Penedo-AL, e como elas são importantes para promover a inovação e o desenvolvimento empreendedor na região?".

Mediante o exposto, compreende-se que o empreendedorismo inovador desempenha um papel fundamental no crescimento econômico e na criação de empregos em nível local. Ao entender como as organizações de fomento e apoio operam, podem-se identificar maneiras de estimular

o desenvolvimento da região, impulsionando a economia local e melhorando a qualidade de vida de uma comunidade (VALE; WILKISSON, AMÂNCIO, 2008).

Nesse sentido, é de suma importância dar ênfase na própria cidade local, visto que, aumenta consideravelmente os impactos econômicos, gerando assim mais oportunidades de empregos e consequentemente geração de renda. Posto isso, vale ressaltar que além de contribuir significativamente para o desenvolvimento local, expande também para toda a região, (SILVA; FERNANDES; SILVA, 2020) Assim, a pesquisa justifica-se de modo a expandir e evidenciar as entidades fomentadoras do empreendedorismo no município de Penedo, tornando-o mais "público" à população, uma vez que, tais entidades ainda são pouco divulgados (SANTOS, 2021).

Portanto, investigar sobre as organizações de fomento e apoio ao empreendedorismo inovador no município torna-se relevante, uma vez que, contribuem de forma indireta por meio de subsídios teóricos para o avanço do conhecimento sobre o tema, além de beneficiar a comunidade local e os empreendedores na identificação dos desafios e oportunidades de melhoria, podendo assim, resultar no incentivo a políticas e práticas mais eficazes para o apoio a empreendimentos locais (MACHADO; MARTINS; KNIESS, 2023).

Assim, diante de tais pressupostos teóricos, espera-se, ao final deste estudo, obter uma visão abrangente do ecossistema empreendedor e inovador no município de Penedo, Alagoas, destacando a interação e o impacto das organizações de apoio e dos incentivos. Acredita-se que as conclusões deste trabalho contribuirão para uma compreensão mais profunda das dinâmicas locais de fomento ao empreendedorismo e, assim, fornecerão orientações valiosas para aprimorar ações futuras. Em última análise, espera-se que este estudo contribua para fortalecer o ecossistema empreendedor de Penedo, impulsionando o crescimento sustentável e a prosperidade da região.

Desse modo, a pesquisa tem como objetivo geral identificar os órgãos de fomento ao empreendedorismo e a inovação no município de Penedo, Alagoas, e de forma específica, i) constituir o conceito de empreendedorismo e inovação, ii) realizar um levantamento geográfico dessas organizações, iii) estruturar um mapa conceitual projetando um cenário visual do incentivo ao empreendedorismo no estado de Alagoas.

1 EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Joseph A. Schumpeter (1988) traz pontos cruciais acerca da importância da ação econômica do empreendedorismo. Para ele, o empreendedor atua como sendo aquele que traz inovação, gera desequilíbrio e provoca crescimento no sistema econômico.

O fomento ao empreendedorismo, entendido como o conjunto de estratégias, políticas e iniciativas que visam impulsionar o surgimento e a expansão de novos negócios, é essencial para fortalecer o cenário empreendedor de Penedo. Esse fomento não apenas catalisa o crescimento econômico, mas também estimula a inovação, promove a diversificação da economia local e contribui para a criação de uma comunidade empreendedora mais robusta e conectada (MOREIRA, 2021).

Concomitante a isso, um ecossistema empreendedor saudável é caracterizado pela interconexão de diversos atores, incluindo instituições de ensino, organizações governamentais, incubadoras, aceleradoras, investidores e empresas estabelecidas. Em Penedo, a construção de um ecossistema empreendedor robusto pode criar um ambiente de colaboração, onde o compartilhamento de recursos, conhecimentos e experiências é fundamental para o sucesso das startups e pequenos negócios.

Desse modo, é possível estabelecer um parâmetro direto entre o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, e isso ocorre porque o primeiro impulsiona a abertura de novos negócios, que por sua vez gera mais empregos, possibilitando a criação de oportunidades para as pessoas que buscam ingressar no mercado de trabalho e assim possibilita o desenvolvimento que está ligado às questões sociais, como a melhoria na qualidade de vida.

Dornelas (2008, p.13), afirma que o primeiro se caracteriza pelo fato do “empreendedor saber aonde quer chegar, criar uma empresa com planejamento prévio, ter em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visar à geração de lucros, empregos e riqueza”. A segunda definição é caracterizada pela falta de opção e alternativas de trabalho, o que faz com que se impulsione o cidadão a buscar o próprio sustento e o da sua família no estabelecimento de atividades profissionais “por conta própria”.

O empreendedorismo é reconhecido como um motor-chave do desenvolvimento local. A criação e expansão de negócios locais não apenas geram empregos, mas também contribuem para o crescimento econômico, atraindo investimentos e

promovendo o aproveitamento dos recursos disponíveis na região. Em Penedo, a promoção do empreendedorismo pode significar a revitalização de setores tradicionais, como o turismo, bem como o incentivo à inovação em áreas emergentes (TAVARES; BACH; WALTER, 2023).

1.1 INOVAÇÃO

O empreendedorismo inovador faz com que as empresas busquem soluções e estratégicas que consigam singularizar seu produto, processo e serviço oferecido (FERREIRA *et al*, 2019**).** Segundo a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2018), a inovação é verificada quando há algo novo, ou que foi alvo de melhorias a ponto de se diferenciar de bens ou processos anteriores da mesma natureza, disponibilizado ao mercado ou processado internamente. Diante disto, é notório o entrelace natural e sistemático do empreendedorismo à inovação.

A inovação é fundamental para o sucesso de um negócio e também para o mercado empreendedor como um todo, pois somente com a implementação de novas ideias e tecnologias se consegue inserir novos produtos e serviços que sejam capazes de atender as necessidades do público consumidor que a cada dia tem se tornado mais exigente, também acompanhar as demandas do mercado competitivo e que a cada dia que passa se torna mais tecnológico.

Concomitante ao exposto, a inovação é um fator que abre leques para alavancar o potencial econômico da cidade mediante a construção de um mercado visionário, além de ser capaz de se reinventar e atender as necessidades, visto que, o mercado de consumo atual tem se tornado cada vez mais exigentes quanto a novas tecnologias, produtos e serviços.

2. METOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo qualitativo de pesquisa bibliográfica. O estudo aborda as fontes de pesquisa de modo dedutivo, uma tipologia qualitativa, diante da qual está inserida a temática (CASTRO, 2021). Nessa perspectiva, o artigo está embasado no método funcionalista, que interpreta os componentes que fazem parte de uma sociedade, atuando em funções fundamentais da vida social, tendo de um lado a sociedade, e do outro um conjunto de instituições que atuam análogas entre si (MARCONI; LAKATOS, 2018).

Desse modo, o estudo está baseado em artigos científicos que trata da temática em questão, além de sites do estado de alagoas que discorrem sobre o tema que está sendo abordado, dessa forma, o intuito é

aprofundar e apurar o conhecimento das entidades existentes na cidade de Penedo com o objetivo de dar conhecimento a toda população a cerca da rede de apoio e fomento ao empreendedorismo local.

Para o embasamento teórico deste estudo, as referencias foram consultadas por meio de sites governamentais e institucionais, bases de dados em pesquisa, como google acadêmico para busca de artigos científicos completos relacionados ao tema de pesquisa proposto. A busca foi realizada durante os meses de outubro e novembro que envolveu todo e qualquer conteúdo que abordassem o tema de pesquisa, sem limitação de idioma, tempo ou tipo de documento. Assim foram considerados elegíveis para a pesquisa, conteúdo de sites, artigos publicados e literatura cinzenta (teses e dissertações).

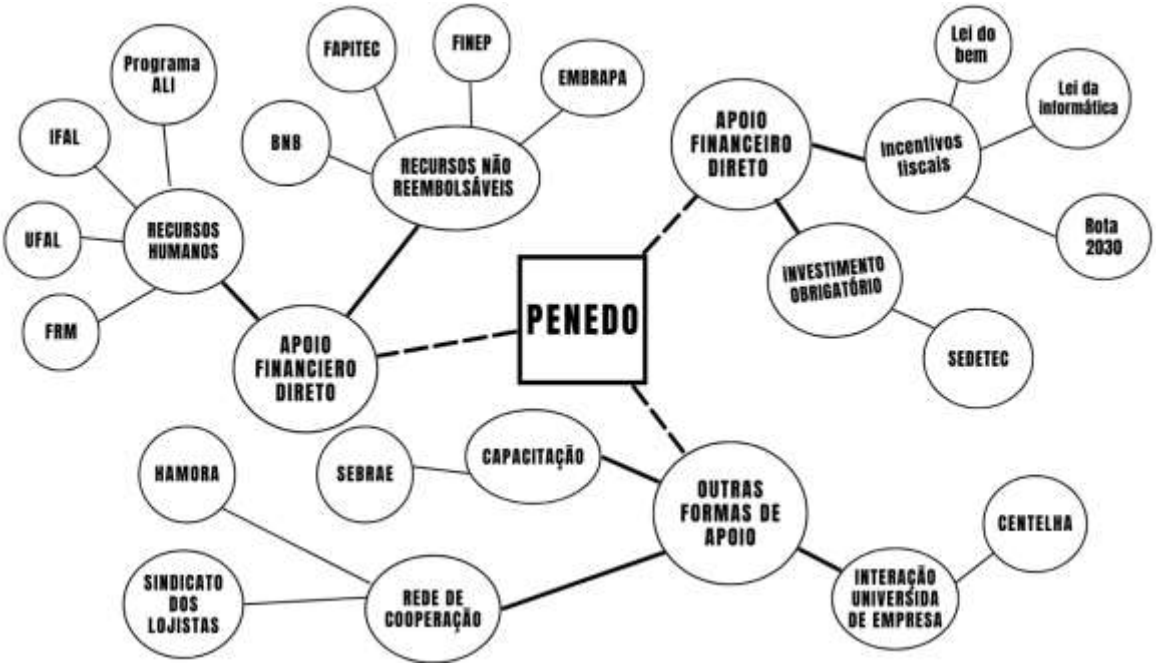
3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este estudo tem como propósito mergulhar nas estruturas e dinâmicas do fomento ao empreendedorismo na cidade de Penedo, Alagoas. O principal foco deste estudo concentrou-se na identificação das organizações de apoio e incentivo aos empreendedores locais. Por meio de uma abordagem abrangente e embasada, almejou-se não apenas mapear o panorama atual do ecossistema empreendedor, mas também entender o impacto dessas organizações no desenvolvimento socioeconômico da cidade.

A cidade de Penedo está situada no estado de Alagoas, região nordeste do Brasil, e tem sido palco de grandes transformações econômicas, principalmente nas últimas décadas. Nesse cenário, o empreendedorismo emerge como um fator de impulso para o desenvolvimento local, desempenhando um papel fundamental na criação de oportunidades, no crescimento econômico e na geração de empregos.

No entanto, o sucesso e a sustentabilidade dos empreendimentos muitas vezes dependem de uma rede de suporte eficaz, composta por organizações e incentivos que nutrem o ecossistema empreendedor, é o que chamamos de órgão de fomentos. Mediante o que menciona na Figura 1, o município conta com o apoio de algumas instituições que realizam o fomento do empreendedorismo no município ao qual estão elencadas a seguir.

Figura 1: Instituições que fomentam o apoio ao empreendedorismo em Penedo-AL.



Fonte: esta pesquisa, 2023.

- **Secretaria de Desenvolvimento Econômico Indústria e Comércio - SEDECIN:** Caracteriza-se como um órgão municipal vinculado á prefeitura, que dentre outras atribuições e áreas de atuação, promove e desenvolve ações e projetos de apoio ás empresas e fomento a novos empreendimentos do Município.
- **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)**: Instituição amplamente reconhecida por seu apoio a empreendedores e pequenos empresários. O SEBRAE Alagoas oferece treinamentos, consultorias e orientação para startups e pequenos negócios em todo o estado. Na cidade de Penedo, instituição possui uma agência onde oferta diversos cursos, treinamentos e orientação aos micro e pequenos empreendrores.
- **Universidade Federal de Alagoas (UFAL)**: Tem desenvolvido projetos, ações e seminários fomentando e disseminando a cultura do empreendedorismo inovador na cidade.
- **Instituto Federal de Alagoas (IFAL)**: Atuação de forma significativa no fomento ao empreendedorismo inovador através de projetos de extensão e com maior relevância por meio das "Incubadoras de Empresas", propiciando espaço de coworking que ofereçam suporte físico e serviços para startups em estágio inicial. Essas incubadoras geralmente fornecem espaço de trabalho, treinamento, mentorias e acesso a recursos.

- **Faculdade Raimundo Raimundo Marinho (FRM):** Possui dentre suas opções de oferta acadêmica, o curso de Administração que por sua vez tem em sua matriz curricular as disciplinas de gestão da inovação, atitude empreendedora e através delas promove o conceito e dissemina entre os estudantes a cultura do empreendedorismo inovador. A instituição também gera impacto na comunidade como um todo por meio de atividades extensionistas aplicando o conhecimento adquirido no ambiente acadêmico na sociedade.
- **Hamora:** Startup penedense, a Hamora hotel é uma plataforma digital de gerenciamento e manutenção de hotéis, pousadas e resorts. Com destaque no pioneirismo na implantação de inovações 4.0 em operações nos meios de hospedagem, promete entregar inovação e eficiência operacional ao setor hoteleiro da cidade de Penedo. A Startup de origem ribeirinha recebeu uma premiação do Sebrae no Startup Summit, ocorrido em Florianópolis em Agosto desse ano.
- **Sindicato dos Lojistas:** É uma associação empresarial local**.** Associações empresariais, como câmaras de comércio, podem promover o empreendedorismo e representar os interesses dos empresários locais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa permitiu identificar como instituições de fomento e apoio ao empreendedorismo local empresas como, instituição de ensino superior, públicas e privadas, tais como UFAL e FRM, e de nível técnico, a exemplo do IFAL; aquelas de âmbito nacional como o SEBRAE e as de atuação local que evolvem a SEDECIN e o Sindicato do lojista, além do startup HAMORA.

Entretanto, apesar de diversas instituições existentes, é notória a necessidade de expansão do fomento do empreendedorismo no município, visto que, a população local ainda desconhece as entidades e órgãos que compõem a rede de apoio ao empreendedor existente na cidade. Nesse sentido, faz-se necessário a melhoria da estrutura visando facilitar a visualização e o acesso aos benefícios como apoio técnico, orientação, ferramentas e programas que orientam o empreendedor na direção ao sucesso de seu negócio. Essa melhoria contribui para o estabelecimento de empreendimentos sólidos, bem consolidados e seguros.

É relevante ressaltar que o município de Penedo dispõe de uma rede de apoio bem estruturada, porém, observa-se

que o público em geral tem pouco conhecimento sobre essas entidades e órgãos, limitando-se geralmente às organizações de âmbito nacional, como o Sebrae. Esse desconhecimento torna essa rede inacessível para aqueles que dela deliberam."

Frente ao exposto, vale ressaltar que, quanto mais visibilidade das entidades em questão, mais acessíveis se tornam e consequentemente alavanca oportunidades de criação de empresas dentro da cidade de Penedo, o que por sua vez, impulsiona o empreendedorismo e a inovação gerando impactos positivos na economia local e regional.

Por fim, faz-se necessário que este estudo seja continuado de modo a investigar com mais profundidade o fomento do empreendedorismo em Penedo e assim viabilizar a cidade a um potencial econômico robusto e consistente oriundo de sua capacidade empreendedora.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, F.C. **Proposta de fomento ao empreendedorismo a partir da qualificação e treinamento de comerciantes ambulantes da cidade do Rio de Janeiro**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. v.2, n.5, p.71-92, 2021.

BORGES, C. *et al*. **Políticas Públicas de Apoio ao Empreendedorismo:** Análise de sua Presença (ou Ausência) em duas Regiões Turísticas do Estado de Goiás. In: VI ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA. 2013, Bento Gonçalves: ANPAD, 2013, p. 1-12.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FACULDADE RAIMUNDO MARINHO. FRM. **Perfil institucional**. 2023. Disponível em: https://www.frm.edu.br/perfil-institucional/

FECOMERCIO. Alagoas. **Sindilojas Penedo**. 2023. Disponível em: https://www.fecomercio-al.com.br/parceiro/sindilojas-penedo/

FERREIRA, L.F.; RITO, V.M.; SANTANA, J.R. **Panorama da Política de inovação e empreendedorismo inovador no Brasil**: Startups Tecnológicas. **ISTI/SIMTEC**, Aracaju. v.10, n.1, p.0528-0537, 2019.

GOMES, M.V.P.; ALVES, M.A.; FERNANDES, R.J.R. **Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo e às Micro e Pequenas Empresas**. São Paulo: Editora PGPC, 2013.

HAMORA. **Benefícios**. 2023. Disponível em: https://hamorahotel.com/inicio?fbclid=IwAR3We_Re_lb5UYc8kY8FRCNixdppKHG4Czxo1i0pRiXHqQsdhNB-7jtnSf0

HISRICH, R.D.; PETER, M.P. **Empreendedorismo.** Porto Alegre: Editora Bookman. 2004.

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS. IFAL. **Divulgado resultado final da seleção de empresas para incubação na InovIFAL Penedo**. 2023. Disponível em: https://www2.ifal.edu.br/campus/penedo/noticias/divulgado-resultado-final-da-selecao-de-empresas-para-incubacao-na-inovifal-penedo

MACHADO, D.; MARTENS, C.D.P.; KNIESS, C.T. **Empreendedorismo Inovador**: Proposição de um Framework Conceitual Integrativo. Rev. Admin, Sociedade Inov., v. 9, n. 1, p. 41-66, 2023.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 8.ed. Barueri [SP]: Atlas, 2022.

MOREIRA, E.B, *et al*. **Desenvolvimento regional e empreendedorismo**: percepções dos atores locais de transformação. Research, Society and Development, v. 10, n. 15, p. 1-11, 2021.

SCALCON, G. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no Brasil**: uma análise do Governo Federal. 77 f. Trabalho de Conclusão de Curso [Bacharelado em Administração]- Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio Econômico, Graduação em Administração, Florianópolis, 2022.

SANTOS, V.P.M.; ARAGÃO, I.M.; SANTOS, B.R.O. **A expansão e fomento do empreendedorismo inovador no estado de Sergipe**. v.7, n.1, p.2063-2073, 2021.

SEBRAE. **Sebrae em Alagoas**. 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al/quem_somos?codUf=2.

SOBRAL, T. **Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Penedo elabora plano de ação com empresários**. 14 de janeiro de 2021. Disponível em: https://penedo.al.gov.br/2021/01/14/secretaria-de-desenvolvimento-economico-de-penedo-elabora-plano-de-acao-com-empresarios/

SCHUMPETER, Joseph A. **A teoria do desenvolvimento econômico.** 3.ed. São Paulo: Nova Cultura, 1988.

SILVA, P. R.; FERNANDES, N,C.M.; SILVA, A.D.F. **O território do empreendedorismo inovador: um mapa das iniciativas de fomento à inovação em Caruaru (PE)**. Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle, v. 9, n. 1, p. 123-142, 2020.

TAVARES, M.F.B.; BACH, T.M.; WALTER, S.A. **A relação entre atividades empreendedoras e o crescimento econômico: uma análise comparativa entre capitais brasileiras**. Ver. Gest. País Líng. Portug. v. 22, n. 1, p. 21-45, 2023.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez, 2022.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS. UFAL. **Penedo sedia 2º Seminário Executivo Cidades Empreendedoras**. 2022. Disponível em: https://ufal.br/ufal/noticias/2022/9/penedo-sedia-2o-seminario-executivo-cidades-empreendedoras

VALE, G.V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO. R. **Empreendedorismo, inovação e redes**: uma nova abordagem. **RAE electron** [Internet]. v.7, n.1, p.1-11, 2008.

VINICIUS, F. **Prefeito Ronaldo Lopes mantém Penedo no Programa Cidade Empreendedora, do Sebrae**. 18 de abril de 2023. Disponível em: https://penedo.al.gov.br/2023/04/18/prefeito-ronaldo-lopes-mantem-penedo-no-programa-cidade-empreendedora-do-sebrae/.

Esta obra está sob o direito de Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

A SEGURANÇA DO CLIENTE NOS CANAIS DIGITAIS BANCÁRIOS

Tainá Maurício dos Santos [1]
Angelica da Trindade Henrique[2]
Vívia Pereira de Moraes Santos[3]
Aldrycky Julião do Nascimento[4]

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo geral fazer uma análise acerca do desenvolvimento tecnológico e a segurança dos canais digitais bancários, a partir da identificação dos benefícios para as instituições financeiras e clientes devido o uso das plataformas digitais e aplicativos bancários. O problema de pesquisa busca entender quais são as responsabilidades das instituições bancárias com a segurança dos clientes. A pesquisa é qualitativa, pois através da pesquisa bibliográfica, trazendo artigos publicados sobre a temática, pretendendo-se compreender de maneira mais aprofundada e contextual o fenômeno sob investigação, explorando perspectivas, experiências e comportamentos relacionados ao consumo e ao endividamento. Como hipótese admite-se que a responsabilidade no uso dos canais digitais é do cliente, porém cabe à instituição financeira realizar campanhas para informá-los sobre o uso correto deles. A partir do estudo, identificou-se que houve um avanço significativo nas plataformas digitais das instituições bancárias, exigindo maiores investimentos na criação de uma estrutura de segurança, que forneça ao usuário a tranquilidade no uso dos canais digitais, bem como em campanhas que informem o uso correto deles.

Palavras-chave: Segurança Digital; Instituição Financeira; Usuário. Cliente.

[1]Graduanda do curso de Administração da Faculdade Raimundo Marinho de Penedo.
[2] Professora do curso de Administração da FRM. Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL); MBA em Administração, Contabilidade e Finanças pela União Brasileira de Faculdades (UNIBF); Mestra em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Doutora em Economia pela UFPE.
[3] Graduada em Administração. Especialista em Gestão de Pessoas e Gestão de Recursos Humanos. Mestra em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe.
[4] Graduando do curso de Administração da Faculdade Raimundo Marinho de Penedo.

INTRODUÇÃO

No Brasil, se identificam diversos problemas relacionados ao que se diz respeito a segurança do usuário nos canais digitais, promovendo um amplo debate na sociedade sobre como tal segurança pode ser divulgada ao público. Por isso, o objetivo geral do trabalho será fazer uma análise sobre a ocorrência de problemas nos canais digitais das instituições financeiras do Brasil. Como hipótese admite-se que a responsabilidade no uso dos canais digitais é do cliente, porém cabe à instituição financeira realizar campanhas para informá-los sobre o uso correto deles.

De acordo com os estudos de **Félix, Souza e Fernandes** (2019), no mundo atual as pessoas estão cada vez mais dependentes das informações compartilhadas através da internet, tal fator se deve ao desenvolvimento digital visto no mundo e ao que pode proporcionar aos usuários. Porém, devido a este desenvolvimento, vão surgindo os mais diversos problemas, gerando um questionamento sobre o quesito segurança, entre elas a em ambientes digitais bancários.

Em pleno século XXI tem-se visto, que uma parte significativa das demandas bancárias, vem da necessidade de informações precisas para o cliente, haja vista a importância de os usuários saberem que o ambiente digital pode proporcionar excelentes experiências e sem o risco de sofrerem qualquer tipo de golpe ou fraude nas instituições bancárias.

Segundo Braga (2022), um dos setores mais afetados pela aceleração da transformação digital nos últimos anos, são as instituições financeiras, o que influi pensar em formas de criar mecanismos que ajudem na melhor experiência do usuário nos canais bancários na atualidade.

Ainda de acordo com Félix, Souza e Fernandes (2019), a sociedade dependerá das informações armazenadas nos sistemas de computação para a tomada de decisão, inclusive em grandes empresas, proporcionando amplo esclarecimento dos modos em que se operam os sistemas de informação, para o uso do usuário na sua mais completa segurança.

Sendo assim, o problema de pesquisa caracteriza-se pelo questionamento: quais são as responsabilidades das instituições bancárias com a segurança dos clientes? Buscando atender ao objetivo geral e responder à questão problema, pretende-se respectivamente: fazer uma análise acerca do desenvolvimento tecnológico e da segurança dos canais digitais bancários; discutir a importância dos clientes no que concerne à questão de segurança no usos do internet banking; identificar os benefícios para as instituições financeiras e clientes a

partir do uso das plataformas digitais e aplicativos bancários, além de verificar a responsabilidade das empresas diante das fraudes que atingem a segurança do cliente.

Em relação a metodologia utilizada, para tanto, foi a dissertação por meio de revisão bibliográfica, utilizado diferentes materiais bibliográficos já publicados, colocando em diálogo autores especialistas no tema, tendo como intuito reunir informações necessárias para estruturação teórica do tema proposto.

Além dessa introdução, o trabalho apresenta uma discussão sobre o desenvolvimento tecnológico dos canais digitais no Brasil, em seguida tratou-se de entender os benefícios aos clientes das ferramentas que a virtualização bancária trouxe. Posteriormente, apresenta-se a metodologia do trabalho, e faz-se as discussões a partir das responsabilidades das instituições bancárias diante das fraudes para enfim apresentar as conclusões.

1 DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO DOS CANAIS DIGITAIS BANCÁRIOS NO BRASIL

No Brasil e no mundo, vemos cada vez mais o desenvolvimento das tecnologias em diversos setores. Nos bancos não tem sido diferente, onde os avanços acompanham a velocidade destas transformações. Afinal, após o desenvolvimento do chamado internet banking, bancos digitais e outras facilidades via aplicativos, a tendência do uso e consequente facilidade para os usuários tornou o progresso inevitável.

Embora estas tecnologias tragam novas soluções para os clientes, ela sofre falhas na segurança dos canais digitais das suas plataformas. Onde, mesmo após rápida evolução tecnológica, podemos observar que utilizar os canais bancários requer uma corresponsabilidade entre instituições financeiras e clientes, a partir de uma preocupação com a proteção dos dados dos clientes e na forma como essas plataformas são manuseadas por eles.

No setor bancário, a disponibilização de canais digitais, tais como internet banking, mobile banking e plataformas de pagamento digital, expande a oferta dos serviços bancários por meio de tecnologias inovadoras (Ozili, 2018), que antes eram possíveis somente pelos canais convencionais, constituídos por agências físicas, caixas eletrônicos, correspondentes bancário e telefone.

Teve seu crescimento acelerado a partir do ano de 2013, quando as seguintes iniciativas, por partes dos diversos bancos brasileiros, começaram a ser implementadas:

i. A criação do Programa de Transformação Tecnológica (PTT)

para reorganização da metodologia de desenvolvimento de software.

ii. O lançamento do Programa de Otimização de Recursos de TI (PORTI) para reavaliação da arquitetura, topologia, contratação, contabilização, sobreposição de serviços e viabilidade financeira, com o objetivo de gerar eficiência no uso de recursos de TI.

iii. O aperfeiçoamento da tecnologia de QR-Code, que evita a necessidade de digitar o código de barras no pagamento de boletos via smartphones, além da modernização do mobile banking, possibilitando a emissão de comprovantes das transações, reconhecimento automático do código de barras de boletos recebidos pelo e-mail.

Por questão de desenvolvimento destas tecnologias, o cenário das agências foram evoluindo, fazendo com que antes o uso massivo dos caixas eletrônicos e atendimentos presenciais fossem aos poucos facilitados através dos novos canais bancários, como por os aplicativos de internet banking.

Cenário esse destacado por Fernandes *et al*. (2019, p.2) quando diz:

> No mundo contemporâneo, a sociedade está cada vez mais dependente de informações compartilhadas através da rede mundial de computadores, deve-se isto à rápida evolução digital na sociedade e pela própria facilidade que este meio proporciona.

A partir do estudo realizado pelos autores supracitados, percebe-se que novos produtos e serviços devem acompanhar a evolução da sociedade, que busca cada vez mais atender suas necessidades de forma rápida e com segurança, visto que, os consumidores buscam produtos e serviços que agreguem valor. Assim, é importante destacar a urgência em transformar os canais digitais, a partir de tecnologias que melhore a experiência do cliente.

O cliente espera do espaço tecnológico um lugar onde possa obter a segurança necessária para realizar suas transações comerciais e ou pessoais, por isso, quando se trata da evolução das tecnologias ligadas ao setor bancário, destaca-se a importância do usuário, uma vez que, suas experiências contribuem para o aprendizado dos sistemas, fazendo-os desenvolver-se com maior rapidez, contribuindo assim, para a ampliação na adoção de sistemas que elevem a proteção dos dados dos usuários.

Braga (2022) destaca a mudança no papel das instituições financeiras que, em seus primórdios, se preocupavam apenas

em realizar a intermediação entre poupadores e tomadores de crédito, criando moeda a partir das operações realizadas, entenderam que precisavam ir além de sua atividade fim, fornecendo vários outros serviços que necessitam aos consumidores, os quais demandam inovações em produtos e serviços. Sendo assim, há a necessidade de se criar mecanismos de controle a partir da regulação do setor, uma vez que, os direitos dos envolvidos nas operações financeiras devem ser garantidos.

Entende-se que as instituições financeiras bancárias buscam ofertar serviços diferenciados aos seus clientes como forma de ampliar seu mercado consumidor, visto que o mercado bancário brasileiro é oligopolizado e a concorrências entre os principais banco é grande, exigindo inovações no que se refere ao produto ofertado e a garantia da privacidade e segurança dos dados dos clientes, buscando com isso se diferenciar e aumentar seu *market share*.

Nesse sentido, as tecnologias digitais são empregadas com o objetivo de promover a evolução dos negócios, seja pela criação de novos modelos de negócios, ou pela melhoria da experiência do cliente ou ainda pela otimização da operação como destaca (Fitzgerald, et al, 2015). Assim, é válido supor que a evolução dos produtos e serviços também estão atreladas às condições que o mercado financeiro enfrenta, como forma de reinventar-se e permanecer no mercado.

É válido entender o conceito das tecnologias digitais, as quais constituem-se em tecnologias móveis, mídias sociais, *cloud computing*, análise de big data, internet das coisas e inteligência artificial como aponta (Sanchez, *et al*., 2018). Tais tecnologias mudaram completamente a forma de enxergar as agências bancárias, visto que, as plataformas foram aperfeiçoadas a partir das necessidades identificadas pelo setor por parte dos seus usuários, apresentando soluções que levaram a uma maior rapidez nas transações realizadas.

Dentre as tecnologias desenvolvidas e adotadas pelo setor bancário, destacam-se as tecnologias móveis para atendimento às necessidades dos clientes em grande escala, que fizeram com que os clientes tivessem acesso a diversos serviços na palma da mão a partir do uso dos aplicativos bancários como vemos em (Schallmo, *et al*., 2017), aumentando a eficácia das transações sob a análise de (Ardizzi, *et al*., 2018). Estes ganhos reais mostram que essas inovações foram aceitas pelos clientes e, também contribuíram para a ampliação das atividades realizadas por eles, sejam comerciais ou pessoais, fazendo com que todo o sistema fosse beneficiado.

Silva e Uehara (2019) afirmam que o avanço tecnológico bancário e consequentemente o processo de transformação digital foram impactados por cinco principais ondas, dentre elas:

i. *Back-office*: refere-se aos primeiros computadores que foram instalados nas agências bancárias na década de 60, caracterizando os investimentos iniciais em tecnologias digitais, a fim de melhorar os serviços bancários, especialmente no controle das contas correntes e melhoria do processamento de dados diários.

ii. Sistema listão: ocorrida na década de 70 com a implementação do sistema listão, que possibilitou a digitalização dos saldos das contas bancárias dos clientes após eles realizarem ações como recebimento de depósitos, pagamentos e transferências.

iii. Terminais de autoatendimento: a partir da década de 80 foram implementados os sistemas de autoatendimento nas agências bancárias e em outros estabelecimentos que tivessem um fluxo de pessoas relevante, facilitando o acesso aos serviços bancários em todo o território nacional.

iv. Tecnologia digital e Internet: O surgimento da internet na década de 90, possibilitou a instalação do *home bank* pelos usuários físicos, que possuíam uma linha telefônica, e do *office bank* pelas pessoas jurídicas. A partir do aperfeiçoamento da telefonia celular, iniciou-se as estratégias do *mobile bank*, melhoradas na próxima onda.

v. *Mobile bank*: na quinta onda atual, os serviços bancários móveis foram melhorados e a digitalização passou a ser um diferencial altamente valorizado pelos clientes e usado como ferramenta de fidelização. As transações móveis beneficiaram não apenas os clientes de classe alta, mas também os de menores classes, em razão da cultura digital que afetou toda a sociedade. Grande parte dos cidadãos atualmente, já possuem dispositivos móveis e acesso às contas bancárias.

A partir de Silva e Uehara (2019) apresentou-se de forma sucinta a evolução da bancária, a partir da chegada de tecnologias que possibilitaram um crescimento acelerado do setor, principalmente nas últimas duas décadas, decido a inserção da telefonia móvel, e a

globalização digital, pois segundo os autores, a digitalização implementada pelas instituições bancárias contribuem para a garantia na eficiência das atividades realizadas pelos bancos, contribuindo para a redução dos preços cobrados pela prestação desses serviços. Contribuindo com o aumento da bancarização da população, visto que milhões de pessoas poderão a partir do seu *smartphone* abrir uma conta em uma instituição financeira bancária, e rapidamente iniciar suas transações financeiras.

1.1 SISTEMA BANCÁRIO DIGITAL E SUAS FERRAMENTAS: OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS AOS CLIENTES

Para Tessarini Junior e Saltorato (2018) a Indústria 4.0 é um novo modelo produtivo onde as ferramentas, instrumentos e processos se relacionam com o mundo virtual, permitindo completa interação entre si, a fim de melhorar o potencial de operação e decisão, sobretudo, a autonomia das ações. Este novo modelo propõe diversas mudanças no que diz respeito aumento da flexibilidade, velocidade e qualidade dos processos produtivos, beneficiando não apenas o desenvolvimento econômico e todos os envolvidos nele, mas provocando uma revolução industrial emergente.

Assim, no que tange o sistema bancário digital, a transformação se reflete diretamente aos usuários, melhorando a qualidade no uso de suas plataformas. Tal celeridade, acompanha a evolução da Indústria 4.0 e constitui grandes benefícios aos clientes. Assim torna-se importante, quando tratamos do sistema bancário digital e suas ferramentas, analisar os benefícios que os clientes podem obter ao fazer uso de suas plataformas.

Há uma demanda crescente por novas tecnologias que contribuam com a rapidez dos processos, a partir das ferramentas digitais, importantes instrumentos para a eficiência na gestão dos negócios e da vida pessoal, uma vez que, segundo relatório do Banco Central (BC), em 2022 havia cerca de 190 milhões de pessoas com conta corrente, isso representa 82% da população que vive no Brasil com acesso aos serviços bancários. Avanço significativo, visto que em 2017, segundo o BC, o número era de 154 milhões de pessoas com conta corrente, percentualmente, esse número representa 57% de indivíduos com conta corrente em alguma instituição financeira, assim nota-se

que 43% dos brasileiros não possuíam conta corrente[5].

Esse avanço, possivelmente deve-se ao crescimento dos bancos digitais, bem como a inserção de novas tecnologias, como o PIX, criado em 2020 pelo BC, tem tornado o acesso aos serviços bancários mais fácil e rápido. Como o ciclo de vida dos produtos tem sido cada vez menor, as inovações tecnológicas precisam acompanhar as demandas da sociedade, buscando atender usas necessidades, porém, destaca-se que é preciso criar tecnologias que possam ser alteradas com maior flexibilidade, visto que as especificações dos produtos precisam ser desenhadas segundo as expectativas dos clientes, no que tange a usabilidade do produto ou serviço, observando as mudanças nas preferencias dos consumidores (NAGY et al., 2018).

Tendo os consumidores desses serviços, papel fundamental no desenvolvimento de novas tecnologias contribuindo com o surgimento de novos produtos e novas formas de negócios, pois segundo com Silva e Abrantes (2020, p. 06):

> Os consumidores viabilizaram o surgimento de serviços que antes precisavam de um intermediário, viabilizaram a mão de obra e hoje são considerados autônomos. Ao nível empresarial, a Internet constitui um mercado em expansão, dado o potencial subjacente em termos de marketing a baixo custo e de alcance mundial. Essa é também a melhor forma de alcançar o maior número possível de clientes e os mais diversos conjuntos de perfis de consumidores da forma mais rápida possível.

A promoção dos serviços bancários nos canais digitais contribui para o aumento na procura pelos serviços das instituições, diferenciação dos serviços ao cliente e otimização do processo operacional, o que evita filas e possíveis transtornos. Observa-se que, a oferta desses serviços na palma das mãos, facilita a realização das transações financeiras, contribuindo com a rapidez e eficiência na efetivação de tais atividades, fazendo com os clientes economizem tempo e dinheiro, devido à redução dos custos.

Cabe lembrar que a partir das plataformas digitais, os clientes podem efetuar suas transações como a realização de pagamentos, contratação de serviços, realização de investimentos, gerenciamento do seu capital, mudança de domicílio bancário dentre outras ações e outras ações

[5] Matéria da CNN: **82% da população brasileira tem conta corrente em bancos, diz BC**. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/economia/82-da-populacao-brasileira-tem-conta-corrente-em-bancos-diz-bc/#:~:text=82%25%20da%20população%20brasileira%20tem%20conta%20corrente%20em%20bancos%2C%20diz%20BC,-Maior%20bancarização%20se&text=Relatório%20do%20Banco%20Central%20(BC,especialmente%20a%20faixa%20mais%20pobre Acesso: 10 de out, 2023.

que buscam inserir o usuário no contexto da transformação digital.

É preciso ter em mente ainda que a Internet oferece inúmeras oportunidades para o desenvolvimento de uma cultura ainda mais acessível, porém é perceptível o aumento de fraudes e golpes, mostrando que é preciso aumentar a segurança nas transações digitais, tanto no que se refere ao uso de trânsito dos dados dos usuários, bem como na forma como esses usuários fazem uso dos canais digitais a partir dos computadores e celulares.

Simões e Pedrosa (2022), destacam o surgimento do *Big Data* e de outras ferramentas que surgiram com o objetivo de gerenciar essa grande quantidade de dados, impossíveis de ser administradas com as ferramentas de software comuns de captura, armazenamento, gerenciamento e análise. As instituições financeiras, possuidoras de uma grande massa de dados dos usuários dos seus serviços, precisam transformar esses dados em informações úteis ao processo de decisão, assim, ao gerir, de forma eficiente, esses dados não estruturados disponíveis na rede, essas organizações conseguirão convertê-los em informações que criarão valor estratégico, contribuindo para que elas se destaquem no mercado.

Os autores Simões e Pedrosa (2022), ao citar Silva e Uehara (2019) destacam que o uso de dados disponíveis no *Big Data* permite aos bancos conhecer melhor seus clientes, de forma a conseguir prover os melhores serviços e produtos diferenciados, a depender das necessidades dos mesmos e, também do nível de renda comprovado. Além do que, o tratamento desses dados contribui para que as instituições consigam definir estratégias que reduzam ou até a eliminem a exposição a riscos e fraudes.

Para que isso ocorra, é preciso investimento por parte das instituições financeiras bancárias na capacitação dos colaboradores e dos clientes no uso dessas novas tecnologias. Colaboradores mais capacitados conseguirão utilizar com maior efetividade as informações disponíveis nas plataformas bancárias, visto que, com base nas informações disponíveis, os gerentes podem oferecer produtos desenhados especificamente para o cliente, elevando o nível de satisfação dele com a instituição e possivelmente, aumentando sua fidelidade ao banco.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho pode ser classificado como uma pesquisa qualitativa, a qual entende existir uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem, a partir da interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados, se

diferenciando por não fazer uso de métodos e técnicas estatísticas.

No que se refere ao método, o estudo segue o método indutivo onde a generalização deriva de observações de casos da realidade concreta, em que o conhecimento se fundamenta nas experiências e, as constatações particulares podem levar a elaboração de generalizações.

Assim, no presente trabalho, fez-se uso de informações já existentes na literatura disponíveis em sites como Google Acadêmico, Scielo, e, bancos de tcc's, dissertações e teses das universidades, proporcionando uma análise abrangente dos tópicos em questão, contribuindo para que se construísse uma compreensão mais profunda sobre a temática estudada, buscando subsídios para o atendimento dos objetivos pretendidos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 RESPONSABILIDADE DAS INSTITUIÇÕES BANCÁRIAS, DIANTE DAS FRAUDES

Uma pesquisa feita pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)[6] apontou que houve crescimento no número de domicílios com acesso a internet no Brasil. Com isso, percebe-se que a proporção de pessoas que fazem uso da rede internacional de computadores cresceu em 2020 em relação a 2019. Destacando-se o fato de que houve aumento entre os moradores de áreas rurais saindo de 53% em 2019 para 70% em 2020; entre as mulheres de 73% para 85%, entre as pessoas com 60 anos ou mais de 34% para 50%, nas classes D e E que saiu de 57% em 2019 para 67% em 2020 e entre as pessoas que possuem ensino fundamental de um patamar de 60% para 73%, no período considerado.

O estudo também apontou para uma proporção maior de domicílios com acesso à internet (83%) do que indivíduos usuários (81%). Com isso, podemos inferir que houve uma demanda maior, por parte da sociedade, por serviços que possam ser realizados por um aplicativo no smartphone ou no computador, diminuindo tempo e custos nas transações realizadas. Isso também faz com que as pessoas fiquem mais expostas a riscos e perdas financeiras, decorrentes de operações ilícitas e/ou fraudes.

Não de forma inédita, vê-se sendo veiculado na mídia diversos casos de fraudes sofridas por usuários do sistema

[6] Disponível em: https://cetic.br/pt/noticia/cresce-o-uso-de-internet-durante-a-pandemia-e-numero-de-usuarios-no-brasil-chega-a-152-milhoes-e-o-que-aponta-pesquisa-do-cetic-br/. Acesso em: 08 de nov. 2023.

bancário e financeiro nacional, evidenciando a vulnerabilidade que o usuário sofre. Há uma sensação de que houve aumento nos crimes cibernéticos, sendo os mais cada vez mais sofisticados, o que requer das instituições financeiras e bancárias maiores investimentos em uma estrutura de segurança, que forneça ao cliente/consumidor maior proteção ao fazer uso de seus canais digitais.

É sabido que as atividades realizadas pelas instituições financeiras trazem consigo um nível de risco, devido a natureza de suas operações que envolvem promessa de pagamento e recebimentos. Além do fato de que, as essas empresas armazenam uma grande quantidade de informações dos clientes em seus bancos de dados, que podem ser invadidos por *hackers* que os vende na *dark web* como aconteceu em 2021[7], quando dados de 223 milhões de brasileiros foram comercializados, tratando do maior vazamento de dados da história do país.

Além desses dados, é preciso destacar que há um contrato firmado entre as instituições bancárias e os clientes, sendo essa relação baseada no Código de Defesa do Consumidor brasileiro, ou seja, as normas são ditadas pelo direito do consumidor e, caso as regras contratuais existentes sejam infringidas, o código de defesa do consumidor pode ser aplicado.

Esse fato é ratificado por Shreiber (2019), quando trata da questão da responsabilidade civil existente nas relações entre bancos e clientes, o qual destaca que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece a responsabilidade do fornecedor de produtos e/ou serviços, instituindo um sistema de responsabilização livre do fator subjetivo da culpa. Ou seja, o CDC criou formas de responsabilização do fornecedor do serviço quando da não execução dos serviços contratados.

O CDC determina que os fornecedores devem ser responsabilizados nos casos em que os clientes sofram golpes, arcando com os danos sofridos, visto que a falta de segurança quando constatadas nos canais digitais, tornaria o produto defeituoso, segundo os termos do artigo 14, §1º. A exceção ocorre nos casos em que há as chamadas excludentes de responsabilidade do fornecedor, previstas no artigo 14, §3º do CDC, na qual a culpa torna-se do consumidor, exonerando o fornecedor de suas responsabilidades quando constata-se que ocorreu conduta omissiva, comissiva ou informativas do cliente.

[7] Disponível em: https://oglobo.globo.com/epoca/brasil/hacker-rouba-dados-de-223-milhoes-de-brasileiros-vende-na-dark-web-24851406. Acesso em: 08 de nov. 2023.

Percebe-se então, a partir das normas estabelecidas no CDC, que o cliente também possui responsabilidades e deve adotar medidas de segurança. Os bancos fornecem informações e dicas para que seus usuários as adotem e consigam prevenir possíveis fraudes. No entanto, destaca-se a necessidade de que haja uma divulgação mais assertiva das instituições para com seus clientes, no que se refere ao fato de que, essas empresas precisam saber se a informação realmente alcançou o seu público e se está sendo aplicada. Isso pode ser feita, a partir de uma amostra, onde o banco irá buscar identificar se o cliente tem conhecimento de normas de segurança e se fazem uso delas.

Por fim, ao analisar os acórdãos identificados a partir de uma pesquisa no site do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, objetivando fazer um panorama sobre os crimes virtuais mais praticados entre janeiro e março de 2022, a Juíza Marília de Ávila e Silva Sampaio destaca que a condenação das dos bancos depende da comprovação de que a fraude cometida tenha sido resultado do acesso a dados sigilosos pelos criminosos ou de que tenha ocorrido alguma falha na segurança do sistema do banco em questão, mesmo sendo imposta ao fornecedor, pelo CDC em seu artigo 14 §3º do, o ônus de provar a inexistência do defeito ou de provar o fato exclusivo de terceiro ou da vítima, como excludentes de sua responsabilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao passo que a tecnologia, os canais digitais espandem ocorre um desenvolvimento destas nuences no cenário brasileiro. Com o seu desenvolvimento no país, é possível observar as necessárias melhorias do sistema, pois mediante a maior facilidade aplicada no desenvolvimento das instituições bancárias, os riscos também aumentam.

Mediante a redução de custos das operações bancárias e a facilidade que é condicionada, acaba-se criando riscos dos mais diversos aos clientes, necessitando de um reforço no que diz respeito a segurança destes canais.

Diante do que foi apresentado nesse estudo, o desenvolvimento das tecnologias no Brasil, os benefícios do acesso a estas tecnologias ao usuário e a responsabilidade que se recai sobre as instituições financeiras, observa-se que ao passar dos anos os desafios serão maiores.

Ademais, a chegada deste desenvolvimento teconógico no país fez mudar de vez a forma de se enxergar um novo processo globalizado, onde se constutuiu uma evolução que vai desde os depósitos até a criação do internet banking.

Dessa forma, constitui-se uma nova relação entre clientes e instituições financeiras onde é possível enxergar uma gama de benefícios que fazem com que a fidelização do serviço seja cada vez maior. Sendo, inclusive, uma ferramenta de atrair novos clientes e melhores lucros aos bancos.

Ficou demonstrado, que tais instituições são cada vez mais responsáveis pelos danos causados ao cliente, devido a atuação do código de defesa do consumidor que permite analisar todas as instâncias as quais o cliente pode recorrer ao se sentir lesado devido estar em jogo seu patrimônio e dados pessoais.

Por fim, importante registrar que a ascensão de novas soluções tecnológicas, que revolucionam a atividade bancária, exigirá, cada vez mais, um olhar mais aprofundado acerca de como estas atividades evoluem ao longo do tempo, assim como se desenvolvem as suas novas facilidades a partir da palma da mão. Além disso, por se manter em constante evolução, é preciso proteger cada vez mais aqueles que fidelizam suas condições financeiras as instituições bancárias, prevenindo assim, futuras dores de cabeça.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Rafaela Gonçalves Duarte. **Direito bancário com ênfase no sigilo bancário: responsabilidade pela segurança digital nas instituições financeiras**. Rubiataba, GO, 2022. Disponível em: http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/20304/1/2022%20-%20TCC%20%20RAFAELA%20GON%C3%87ALVES%20DUARTE%20BRAGA.pdf. Acesso em: 08 de ago. 2023.

BRASIL. Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor.

FERNANDES, Murilo Merighi; FÉLIX, Rafael Augusto Lessa; SOUZA, Mariangela Catelani. **Segurança em rede: Um estudo do seu benefício em pequenas empresas.** São José do Rio Preto, SP, 2019, p. 1-8. Disponível em: https://revistas.unilago.edu.br/index.php/revista-cientifica/article/view/225 . Acesso em: 08 de ago. 2023.

SCHREIBER, Anderson [et al.]. **Código Civil comentado – doutrina e jurisprudência.** – Rio de Janeiro: Forense, 2019. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/9950 . Acesso em: 11 de out. 2023.

SILVA, Daniela Santos; ABRANTES, Maria Luiza Marques de. **Os impactos dos serviços 4.0 no atendimento ao cliente** (2020) Disponível em: https://oswaldocruz.br/revista_academica/content/pdf/Edicao25_Daniela_Santos_Silva.pdf. Acesso em: 01 de out. 2023.

SILVA, Norma Lúcia; UEHARA, Milton. **A evolução da tecnologia digital: seus**

impactos no setor bancário. Enciclopédia Biosfera, **Centro Científico Conhecer**, v. 16, n. 29, p. 2241-2256, 2019. Disponível em: https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/343 . Acesso em: 11 de out. 2023.

SOARES DA SILVA SIMÕES, Lorena; SILVA PEDROSA, Lucas. OS BENEFÍCIOS DA DIGITALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS BANCÁRIOS. **Revista Interface Tecnológica**, *[S. l.]*, v. 19, n. 2, p. 18–34, 2022. DOI: 10.31510/infa.v19i2.1437. Disponível em: https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1437 Acesso em: 8 de out. 2023.

TESSARINI JUNIOR, Geraldo; SALTORATO, Patrícia. **Impactos da indústria 4.0 na organização do trabalho: uma revisão sistemática da literatura. Revista Produção Online**. Florianópolis, SC, v. 18, n. 2, p. 743-769, 2018. Disponível em: https://www.producaoonline.org.br/rpo/article/view/2967 . Acesso em: 21 de out. 2023.

Esta obra está sob o direito de Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

FUSÃO E AQUISIÇÃO EMPRESARIAL

Adaíne Araújo dos Santos[1]
Higo França dos Santos[2]
Camylla Vasco Gondim Matos[3]
Vívia Pereira de Moraes Santos[4]

RESUMO

O artigo na qual será abordada sobre o tema fusão e aquisição empresarial tem o intuito de responder a seguinte pergunta: como acontecem os processos de F&A empresarial? Assim esse projeto tem como objetivo principal a identificação de como ocorre, quais as suas motivações, estratégias e mudanças pertinentes, sendo visualizada em cada processo e os seus impactos internos. Além das relações entre cada processo, também aborda as mudanças que podem acontecem na cultura e comunicação nas empresas. Como referenciais teóricos, foram abordadas concepções a respeito dos tipos de F&A, as diferentes estratégias de cada modelo, a avaliação de empresas em específico, os empreendimentos que optaram e teve êxito, a gestão de mudanças perante o cenário, sendo eles, aquisitivo ou apenas fusão. Para a finalidade do projeto foram utilizados livros e artigos. Utilizando os dados que foram coletados por meio de pesquisas com empresas que passaram por esses processos de fusão e aquisição. Desta forma, o conhecimento obtido através do processo, pode ser utilizado para a identificação de tendências, padrões e fatores críticos de sucesso. A metodologia adotada combinará pesquisa bibliográfica empírica, permitindo uma análise abrangente dos processos de fusões e aquisições e dos desafios associados. Conclui-se que, os métodos de F&A buscam estratégias para se mantiver no mercado ou expandir o negócio.

Palavras-chaves: Estratégia empresarial.

[1] Graduanda em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo
[2] Graduando em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo
[3] Graduada em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo. MBA em Gestão Estratégica de Pessoas; MBA Empreendedorismo, Marketing e Finanças. MBA Gestão Ambiental, Planejamento Estratégico (em andamento)
[4] Graduada em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho de Penedo. Especialista em Gestão de Pessoas; Gestão da Qualidade. Mestre em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe.

INTRODUÇÃO

As instituições passam por diversas mudanças e riscos diante aos cenários inusitados ou outros previstos. Para conseguir avançar ou manter o funcionamento as organizações recorrem várias estratégias pertinentes, por meio de fusão ou aquisição com outra empresa, possibilitando a expansão no mercado e até mesmo, vender seu patrimônio dando vantagem competitiva para a concorrência.

Este artigo é importante devido ao crescente número de fusões e aquisições no mundo empresarial e à importância de perceber os fatores que influenciam o sucesso ou insucesso destes processos. Este estudo consegue prover insights valiosos para empresas que planejam ou estão passando por esses processos, bem como para acadêmicos interessados na área de gestão organizacional.

Dessa forma, as diferentes estratégias podem trazer benefícios e também desafios, pois, cada uma detém de uma motivação ou necessidade especifica. As duas formas de combinar organizações de fusão e aquisição são antagônicas e possuem métodos legais, financeiros e operacionais distintos, visando melhorar seus processos de expansão, competitividade de mercado, inovação tecnológicos para reduzir riscos ou danos.

Segundo os autores Viana et al., (2022) o processo de fusão ou aquisição de empresas permitem crescimento de maneira estratégica para obter um objetivo específico. Além disso, o planejamento cuidadoso permite analise adequada do empreendimento para possíveis investimentos ou união entre empresas para alcançar o almejado crescimento e desenvolvimento.

A hipótese deste artigo é referente à forma que se obtém o êxito do processo corporativo de F&A estudando diretamente, sendo relacionado à qualidade de uma organização a conduzir para uma forma eficaz a cultura empresarial, comunicando com nitidez, e utilizando de estratégias de gestão de mudanças para o engajamento com a integração organizacional adequada.

A formação de uma nova gigantesca empresa alavanca o ranking de melhores no ramo de atuação e aumenta a liderança em um mercado cheio de novos ritmos com constantes transformações. A fusão ou aquisição empresarial impacta internamente e externamente, dependendo do setor de atuação, localização geográfica e de fatores específicos de cada caso.

Diante do exposto, este projeto procura responder à seguinte pergunta: como acontece a fusão e aquisição empresarial? Assim esse projeto tem como objetivo geral a analise e a causa das fusões e aquisições corporativas, além de,

reconhecer seus impactos durante esses processos. Como objetivos específicos, podemos referenciar as motivações que foram utilizadas para o processo, suas estratégias e mudanças de cada processo, além de seus impactos internos. Para tal, utilizaram-se livros e artigos, a fim de responder à pergunta do projeto.

1. TIPOS DE FUSÕES E AQUISIÇÕES

A fusão empresarial é a junção entre duas ou mais partes para a criação de uma nova empresa, isso ocorre quando as empresas necessitam unir de maneira estratégica seus recursos, produtos e serviços similares ou diferentes cadeias de suprimentos para obter mais poder diante de seus concorrentes. Muitas vezes os objetivos são distintos embora se complemente mutualmente.

Já aquisição é quando uma organização compra a outra parcialmente 49% do capital votante, controle 50% do capital votante ou total adquirindo o controle da empresa em busca de expansão, controle de ações ou ativos, proteção ou aumento no grau de participação no mercado. Embora sejam processos diferentes, ambos contêm o mesmo objetivo de alcançar maior participação no mercado, aumentando a competitividade, e fortalecendo o posicionamento na indústria, e entre outros.

De acordo com os autores LOURENÇO *et al.*, (2021), os processos de F&A, implicam em realizações estratégicas nas quais duas ou mais empresas se unem, resultando em uma nova, como um matrimônio entre organizações, também podem passar por uma aquisição total ou parciais. Entretanto, existem diferentes tipos de fusões aquisições empresariais, que variam de acordo com a estrutura, o objetivo e as circunstâncias da transação.

Existem diferentes tipos de fusões para cada processo, diferente de união empresarial. Dessa forma, a horizontal ocorre entre empresas que estão no mesmo setor ou na mesma linha de negócio. Já a vertical são empresas com diferentes cadeias de suprimentos com atividades complementares. Antagônico as anteriores a conglomerada existe entre setores distintos totalmente diferentes para agregar o portfólio. A junção por conveniência acontece com usando às empresas são semelhantes no tamanho e recursos, porém com setores diferentes. A fusão reversa uma empresa menor se une a uma maior.

Do mesmo modo, as aquisições se dividem em diversas categorias, e ao adquirir uma empresa, o comprador assume o controle total da empresa adquirida. Horizontal ocorre quando uma empresa adquire outra empresa que opera no mesmo setor e na mesma linha de negócios

verticais, a empresa adquire outra que está em uma posição diferente na cadeia de suprimentos.

As aquisições conglomeradas envolvem empresas de setores diferentes, sendo uma tática para evitar que concorrentes adquiram. A compra de ativos de uma empresa em falência é semelhante a deter uma participação financeira em uma parceria ou exercer influência sobre ela. Por outro lado, a aquisição hostil ocorre quando uma empresa tenta adquirir outra empresa sem o consentimento de sua administração.

1.1 MOTIVAÇÃO E ESTRATÉGIAS DO PROCESSO

As empresas buscam sempre privilégios ou recursos quando se fundem e obtém vantagens para salvar ou aumentar a participação no mercado, dessa forma, evitando possíveis quedas nos lucros e diminuindo os riscos. A possibilidade de entra em um mercado novo vislumbra a organizações que almeja conquistar inúmeros clientes e melhorar a eficiência.

Existem diversas forças internas que motivam o processo de F&A como: as metas estratégicas, a diversificação de portfólio, novas tecnologias, crescimento mercado, recursos financeiros e redução da concorrência. Na opinião dos autores VIANA *et al.*, (2022), o ganhos efetivos com a combinação de duas empresas em comparação de ambas separadas, ao unir seus recursos torna-se mais fortes e eficientes

As motivações para alguma dessas transações dependem das circunstâncias e potencialidades de cada parte envolvida, as decisões precisam de planejamento, analise de informações, legalização, comunicação efetiva com finalidade de conseguir o sucesso. Deste modo, as organizações buscam garantir sustentabilidade e ampliação para o negócio para atingir uma participação maior no mercado.

As estratégias de (F&A), podem variar de acordo com os objetivos e as circunstâncias das empresas envolvidas. Além de que o sucesso de uma fusão ou aquisição depende de uma análise cuidadosa, de uma integração eficaz e de estratégia sólida, para assim, alcançar os objetivos estabelecidos. Os objetivos podem variar de acordo com cada tipo de estratégia o aumento da participação no mercado, inibir os concorrentes e até mesmo obter economias de escala.

As estratégias se dividem em diversificação, expansão geográfica, inovação e tecnologia, redução de custos, acesso a novos canais de distribuição, restruturação e o crescimento da marca. É importante notar que cada fusão ou aquisição é única e pode combinar várias estratégias ao mesmo tempo. Além disso, o sucesso de uma fusão ou aquisição depende

de uma análise cuidadosa, due diligence, integração eficaz e uma estratégia sólida para alcançar os objetivos estabelecidos.

1.2 PROCESSO AQUISITIVO DA EMPRESA NETSHOES

A empresa Magazine Luíza, varejista brasileira passou por um processo aquisitivo para adquirir a Netshoes empresa de comércio eletrônico de artigos esportivos, depois de muitos jogos de baganha com a concorrente Centauro também do ramo esportivo o que fez as ações subiram além do previsto Magalu obteve vantagem e tornou-se proprietária. Logo após, a aprovação regulatória, a Magazine Luiza finalizou a aquisição da Netshoes em meados de 2019.

Como mencionado pelo O GLOBO, para fidelizar a compra da Netshoes, foi realizado um leilão online em junho de 2019. Durante o leilão, a Magazine Luiza aumentou sua oferta, superando a oferta da Centauro. Após o leilão, o acordo precisava ser aprovado pelos órgãos regulatórios brasileiros. Esse processo pode ser demorado, pois as autoridades analisam o impacto da fusão ou aquisição no mercado e na concorrência.

Com o processo a Magazine Luiza obteve a expansão do e-commerce, a aquisição da Netshoes expandiu significativamente o portfólio de produtos, especialmente na categoria de artigos esportivos. Isso fortaleceu a presença do Magazine Luiza no mercado de comércio eletrônico e permitiu que a empresa competisse de forma mais eficaz nesse segmento.

A aquisição fortaleceu ainda mais sua presença no comércio eletrônico. A Netshoes trouxe uma base de clientes leais e conhecimento especializado no setor de artigos esportivos, o que ajudou diversificar seu catálogo online. Dessa forma, o varejista trabalhou na integração operacional das operações da Netshoes em suas próprias operações. Isso envolveu a consolidação de sistemas, logística e outras áreas para garantir uma operação mais eficiente e sinérgica.

Além do comércio eletrônico, a Magazine Luiza também expandiu suas operações físicas, abrindo novas lojas físicas em várias regiões do Brasil. Isso faz parte da estratégia de expansão da empresa, que busca oferecer aos clientes a flexibilidade de comprar online e offline.

1.3 PROCESSO DE FUSÃO ENTRE SADIA E PERDIGÃO

A Perdigão e a Sadia eram duas das maiores empresas de processamento de alimentos no Brasil, com foco na produção de carnes, especialmente frango e suínos, além de produtos processados relacionados, como alimentos congelados e produtos

industrializados. Ambas as empresas tinham uma presença internacional significativa e eram líderes em suas respectivas categorias de produtos.

Na opinião de AMATO (2011), a fusão foi uma transação complexa que envolveu negociações entre as partes interessadas, incluindo acionistas, conselhos de administração e autoridades regulatórias. Houve várias etapas no processo de fusão, incluindo a compra de ações de ambas as empresas, a aprovação de órgãos reguladores como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e a reestruturação das operações combinadas.

A principal motivação por trás da fusão foi criar uma empresa ainda mais forte e competitiva, capaz de atender tanto ao mercado doméstico quanto ao internacional de forma mais eficiente e com maior presença global. A BRF resultante da fusão se tornou um gigante no setor de alimentos, com operações em dezenas de países e uma ampla gama de produtos alimentícios.

Os exemplos citados são apenas alguns de muitos empreendimentos que optaram pelo processo de fusão ou aquisição existem inúmeras empresas que se tornaram grandes potências, por outro lado também organizações que salvaram seus empreendimentos a partir de venda de ações ou venda total como modo de eliminar as dívidas e ao mesmo tempo continua com capital ou com ações na empresa criada.

1.4 CULTURA ORGANIZACIONAL DIANTE DOS PROCESSOS DE F&A

A cultura organizacional desempenha uma função fundamental durante o processo de fusão e aquisição de uma empresa. A forma como as duas corporações envolvidas na negociação se aproximam e gerenciam a cultura organizacional pode ter um impacto importante no êxito ou falha da integração.

De acordo GRANATO e GOBBI (2019), a cultura organizacional envolve todos os elementos que constituem uma empresa, incluindo as influências das pessoas que fazem parte dela e os traços advindos da forma como é administrada. Isso se revela na maneira como os membros da organização enxergam o mundo, estabelecem metas e integram suas vivências anteriores.

Avaliando o teor as seguintes indagações são consideradas significantes em relação à cultura organizacional em F&A. A compatibilidade cultural que desempenha um papel importante nas fusões e aquisições corporativas. Além de que, quando duas organizações decidem colaborar, é importante considerar o alinhamento de normas, valores, crenças e práticas culturais. Deste modo, podem

surgir resistências e conflitos durante o processo de integração se as culturas das empresas envolvidas forem significativamente diferentes. Portanto, é muito importante analisar cuidadosamente essas diferenças e semelhanças e desenvolver estratégias para lidar com elas. A liderança desempenha um papel central na gestão da cultura durante um processo de fusão ou aquisição. Os líderes devem ser transparentes e comunicativos, compartilhando de forma clara a visão da nova organização e orientando o desenvolvimento da cultura resultante. A comunicação aberta e eficaz é essencial para reduzir a ansiedade e o desconforto que os funcionários podem experimentar durante esse período de transição.

Desta forma, a identificação de líderes culturais dentro de ambas as empresas é uma estratégia eficaz. Esses líderes influentes podem atuar como embaixadores da nova cultura, ajudando na transição e construindo pontes entre as equipes, facilitando o processo de integração. Em vez de eliminar completamente a cultura de uma das empresas envolvidas, é muitas vezes mais eficaz identificar e reter os aspectos positivos de ambas as culturas. Isto cria uma cultura ainda mais rica e diversificada que incorpora os pontos fortes da empresa original, ajudando a criar um ambiente de trabalho mais eficaz e harmonioso. No entanto, a educação e o desenvolvimento desempenham um papel fundamental na integração cultural. Fornecer programas de formação que promovam a compreensão da nova cultura e das competências necessárias para a integração é fundamental para ajudar os funcionários a adaptarem-se à mudança.

Portanto, a cultura empresarial não é estática, mas evolui com o tempo. No entanto, é importante monitorar continuamente a sua cultura e fazer os ajustes necessários para garantir que ela esteja alinhada com os objetivos estratégicos da sua organização. Finalmente, para avaliar o sucesso da integração cultural, é importante definir números-chave e indicadores-chave de impacto. Estas medidas permitem que as organizações avaliem se estão a atingir os seus objetivos e façam as alterações e ajustes apropriados conforme necessário para garantir uma fusão ou aquisição culturalmente bem-sucedida.

Abordar a cultura organizacional durante uma fusão ou aquisição pode ser difícil, mas é fundamental para o sucesso em longo prazo da nova organização. Uma abordagem cuidadosa e estratégica à gestão cultural pode ajudar a minimizar a resistência, promover a colaboração e garantir que a nova empresa atinja os seus objetivos.

1.5 COMUNICAÇÃO DIANTE DOS PROCESSOS DE F&A

A comunicação eficaz desempenha um papel vital nas fusões e aquisições de uma empresa. Isso ajuda a coordenar os funcionários, aliviar preocupações e garantir que todos entendam a visão e os objetivos do acordo.

Conforme destacado por ROSA (2022), é essencial, no contexto de fusões e aquisições, que as empresas assegurem uma comunicação rápida e transparente quando se tratam de questões críticas. Nessa situação, a comunicação vai além da simples transmissão de uma mensagem, envolvendo um processo mais amplo e estratégico.

A eficaz gestão da comunicação é crucial durante processos de fusão ou aquisição empresarial. Iniciar o diálogo o mais cedo possível é uma estratégia sábia, preferencialmente antes mesmo do fechamento da transação. Essa abordagem proativa ajuda a prevenir especulações e rumores prejudiciais, promovendo a transparência e a confiança entre os colaboradores. Além disso, é essencial comunicar a visão e os objetivos por trás da fusão ou aquisição de maneira clara e concisa. Os funcionários devem entender por que essa mudança está ocorrendo, qual é a visão para a nova empresa e quais benefícios podem esperar, tanto para eles próprios quanto para os clientes e demais partes interessadas. A consistência da mensagem é fundamental. Todas as partes envolvidas na comunicação devem transmitir informações condizentes com a visão e os valores da empresa, evitando conflitos que possam causar confusão. A escolha dos canais de comunicação é importante para atingir diferentes grupos de colaboradores. Reuniões presenciais, e-mail, intranets, boletins informativos, webinars e outros métodos devem ser utilizados estrategicamente para garantir que todas as partes interessadas sejam informadas. A capacidade de fazer perguntas e expressar preocupações é essencial para manter um ambiente de comunicação saudável. Responder a essas perguntas de forma honesta e direta cria confiança entre os funcionários.

Os gestores desempenham um papel fundamental aqui, pois têm um enorme impacto na forma como a mensagem é recebida. Eles precisam participar da comunicação e agir como modelos. As atualizações de comunicação estão em andamento. À medida que o processo de fusão ou aquisição avança, é importante manter os funcionários atualizados sobre o progresso e as próximas etapas. As comunicações com públicos externos, como clientes, fornecedores e investidores, devem ser tratadas com cuidado e planejadas meticulosamente. Fornecer

treinamento e recursos adequados é fundamental, especialmente quando novos sistemas, processos ou procedimentos são introduzidos como resultado da fusão ou aquisição. Reconhecer e comemorar as conquistas ao longo do processo é importante para manter um clima positivo e motivar os funcionários.

A avaliação contínua é necessária para monitorar o feedback dos funcionários e fazer os ajustes necessários nas comunicações. Comunicar não é um processo único, mas sim contínuo e adaptável. Além de promover uma cultura de comunicação aberta e honesta é fundamental para uma transição bem-sucedida. Os colaboradores devem contribuir livremente com seus interesses e ideias e contribuir ativamente para o sucesso da empresa neste novo cenário de fusão ou aquisição.

1.6 GESTÃO DE MUDANÇAS

A gestão de mudanças desempenha um papel importante em fusões e aquisições corporativas. Na verdade, as mudanças significativas que ocorrem durante estes processos podem ter um impacto significativo na cultura da estrutura organizacional e nos colaboradores das organizações envolvidas.

Conforme enfatizado por PIMENTEL (2019), o êxito na gestão de mudanças durante processos de fusão e aquisição está intimamente ligado a três fatores cruciais, sendo que, dentre esses fatores, as pessoas desempenham um papel central como os verdadeiros agentes das transformações. Assim, a maneira como a organização trata e envolve as pessoas ao longo do processo desempenha um papel preponderante na determinação dos resultados, uma vez que as pessoas variam em termos de interesses e reações. Portanto, uma abordagem estratégica requer a cuidadosa observação da apresentação das etapas da mudança e das respostas das pessoas envolvidas.

Avaliando o impacto da mudança, começamos entendendo sua cultura, estrutura, processos, sistemas e pessoas para avaliar adequadamente o impacto de uma fusão ou aquisição em todos os aspectos da sua organização. A equipe de gerenciamento de mudanças nomeia uma equipe dedicada de gerenciamento de mudanças para planejar, executar e monitorar as atividades de gerenciamento de mudanças. A comunicação clara e contínua desenvolve um plano de comunicação abrangente que inclua mensagens claras sobre o motivo da fusão ou aquisição, seus objetivos e benefícios esperados. Comunique-se regularmente com os funcionários e outras partes interessadas para manter todos atualizados sobre os desenvolvimentos.

O envolvimento dos funcionários se faz necessário em todas as etapas da fusão ou aquisição, desde o planejamento até a sua implementação. Além de que, pode criar oportunidades para eles postarem suas ideias e comentários. O treinamento e desenvolvimento fornecem o treinamento e desenvolvimento para ajudar os funcionários a adquirirem as habilidades necessárias para se adaptarem às mudanças. Isso inclui treinamento técnico, desenvolvimento de liderança, apoio cultural e muito mais. Gerir a resistência faz com que se reconhecer que a mudança é natural e desenvolvem-se estratégias para lidar com ela. Isso pode incluir perguntas. Treinamento individual e apoio psicológico. Já o mapeamento de processos e sistemas é utilizado para esquematizar todos os processos e sistemas em ambas as organizações para identificar oportunidades de duplicação e otimização. Torne a integração mais suave. A civilização Organizacional avalia a cultura organizacional das empresas participantes e determinar como ela pode ser adaptada. Preservar o melhor de ambas as culturas e defender a integração cultural.

1.7 INTEGRAÇÃO ORGANIZACIONAL

A integração organizacional é uma etapa importante no processo de fusão e aquisição corporativa. Isto envolve combinar eficazmente as pessoas, processos, sistemas, culturas e recursos das organizações envolvidas para criar uma entidade única, coesa e eficiente.

Segundo FERREIRA (2021) a fase de integração é comumente apontada como uma das razões pelas quais as M&A falham no cumprimento dos objetivos. Um processo prático torna a integração mais eficaz, sendo que alguns fatores são considerados críticos para ser bem-sucedido tais como ter um bom planeamento antes da fusão, manter uma comunicação honesta e contínua, optarem pela altura certa para combinar os negócios, nomear um responsável e uma equipa de integração com objetivos e linhas de autoridade bem definidos, e tomar as decisões difíceis no início do processo.

Mediante ao exposto, podemos destacar algumas diretrizes para uma integração organizacional bem-sucedida durante uma fusão ou aquisição, sendo inicialmente aplicado o planejamento antecipado, na qual, se inicia o mais cedo possível, de preferência antes da conclusão da fusão ou aquisição. Isso ajudará a evitar atrasos e problemas futuros. Após isso, priorizar os objetivos para identificar de forma clara a integração, como a redução de custos, expansão de mercado, melhorias de eficiência operacional, dentre outras. Em seguida, priorizar as metas para orientar seu processo de integração. A seguir, a

avaliação detalhada, com o intuído de realizar uma avaliar todas as operações, processos, sistemas e recursos das empresas participantes para identificar áreas de sinergia e ineficiência. Posteriormente a cultura organizacional, a fim de trabalhar em prol da integração cultural, preservando o que há de melhor na cultura original e alinhando os valores e a cultura resultantes da empresa aos objetivos estratégicos. Dentre a citadas, também podemos considera que uma equipe multidisciplinar integrada seria um facilitador na inclusão de representantes de todas as áreas funcionais relevantes, como recursos humanos, finanças, TI, operações e marketing. Em Seguida o mapeamento de processos e sistemas para estruturar todos os processos e sistemas em ambas as empresas para identificar sobreposições, gargalos e oportunidades de melhoria. A padronização e harmonização utilizar sempre que possível para promover eficiência e consistência. Harmonizar políticas e procedimentos. As avaliações de desempenho para estabelecer métricas de desempenho claras para monitorar o progresso da integração e garantir que as metas sejam alcançadas. A gestão de riscos para identificar e gerenciar riscos integrados e desenvolva planos de contingência para resolver problemas inesperados. Os treinamento e desenvolvimento para oferecer treinamento e desenvolvimento aos funcionários para ajudá-los a se adaptar às mudanças e adquirir as habilidades necessárias para a nova organização. E por fim o monitoramento pós-integração para realizar após a conclusão da integração, e continuar monitorando o desempenho da nova organização e fazendo os ajustes necessários.

A integração organizacional bem sucedida requer uma abordagem estratégica, uma liderança forte e uma coordenação eficaz. Esta é a base para alcançar os benefícios esperados de uma fusão ou aquisição, tais como sinergias financeiras, crescimento do mercado e aumento da eficiência operacional.

METODOLOGIA

Neste estudo, realizamos uma revisão sistemática da literatura científica e acadêmica com o objetivo de coletar informações relevantes sobre diversos aspectos, incluindo fusões e aquisições, gestão da cultura organizacional, comunicação, gestão de mudanças e integração organizacional. Dessa forma, foram empregados métodos de pesquisa que analisam de forma simplificada os métodos de fusão e aquisição empresarial dificuldades da organização em manter ou adequar-se às operações devido às mudanças organizacionais.

Os procedimentos e toda a metodologia utilizada têm como finalidade percorrer todas as etapas do documento, com estímulos e ajuda de embasamento. A pesquisa tem estímulo bibliográfico, pois os assuntos abordados recebem contribuições de diversos autores. O caráter do trabalho é explicativo com dados qualitativos de conformidade, com os objetivos gerais e específicos apresentados no documento em questão, esclarecendo a forma como os métodos de F&A acontecem nas empresas e demostrando as dificuldades e adaptação organizacional.

Para enriquecer o entendimento e aprofundar a pesquisa foram coletadas informações diretas junto a essas organizações permitiu obter insights valiosos sobre suas experiências e desafios específicos. Essa abordagem prática complementou a revisão bibliográfica, proporcionando uma visão prática dos casos de fusão e aquisição. As informações obtidas, tanto por meio da revisão bibliográfica quanto das pesquisas com empresas, foram submetidas a uma análise qualitativa detalhada.

De acordo com os objetivos gerais e específicos foi identificadas as tendências, padrões e fatores críticos de sucesso nos processos de fusão e aquisição. Essa análise permitiu estabelecer uma compreensão mais profunda das complexidades envolvidas nessas transações corporativas e identificar as melhores práticas.

Conforme apontado por LAKATOS (2021, p. 126), incluir as principais conclusões alcançadas por outros pesquisadores desempenha um papel crucial ao demonstrar o impacto das pesquisas realizadas, identificar contradições existentes e reafirmar comportamentos e atitudes. Confirmar resultados obtidos em determinada comunidade e identificar discrepâncias são aspectos de relevância significativa no processo de pesquisa.

Portanto, a metodologia adotada nesta pesquisa combinou uma revisão abrangente da literatura com dados empíricos coletados junto a empresas reais que passaram por fusões e aquisições. Isso nos proporcionou uma visão completa dos desafios e oportunidades associados a esses processos, contribuindo para uma análise mais precisa e rica em insights.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados e discussões demostram como tem crescido o número de empresas que procuraram estratégia para se mantiver em atuação no mercado em busca de prestígio para se torna uma gigantesca potência comercial. Dessa forma, as amostras dos dados da pesquisa realizada após a fusão entre Perdigão e Sadia e

aquisição da empresa Netshoes mostram que surtiu vantagens e abrangência abundante de um portfólio de produtos. Os dados coletados foram feitos por meio de pesquisa bibliográfica em busca de empresas renomadas com atuação no mercado que tem grande empenho depois de submeterem algum dos métodos de F&A. As informações coletadas abrangem um caráter qualitativo.

A hipótese confirmada demonstrou que as estratégias de comunicação após a fusão e aquisição foram cuidadosamente elaboradas e permitiram que a equipe de gestão da nova empresa desenvolvesse um planejamento sólido para superar as dificuldades enfrentadas. O sucesso no processo corporativo de Fusão e Aquisição (F&A) está diretamente ligado à qualidade da organização e à capacidade de gerenciar de forma eficaz a cultura empresarial. Isso é alcançado por meio de uma comunicação clara, estratégias de gestão de mudanças bem definidas e uma integração organizacional adequada.

Com base nos dados obtidos pós-fusão e aquisição, foi analisada e comprovada à hipótese levantada de que a fusão permitiria uma integração eficaz das estratégias de comunicação com os clientes. A gestão da nova empresa agora é capaz de compreender os desafios e superá-los. Os investimentos em uma comunicação eficaz fortaleceram as negociações da empresa, especialmente no domínio da gestão da empresa, proporcionando uma ampla gama de canais de comunicação para apoiar as vendas e melhor atender aos clientes.

As empresas detalharam como conseguiu manter e até aumentar as vendas, mesmo em meio ao processo de F&A, graças à eficácia da comunicação e à qualidade do produto, o que permitiu realizar negociações eficientes e conquistar o público-alvo.

A pesquisa ofereceu o melhor método a seguir e estratégia adequada proporcionou uma visão detalhada das forças e fraquezas da empresa mediante a uma fusão ou aquisição, revelando as percepções da cultura, integração e efetivação depois dos processos e destacando a importância da comunicação para toda a hierarquia empresarial.

CONCLUSÃO

As considerações feitas ao longo deste trabalho tiveram contribuições bibliográficas de diversos autores ao decorrer do desenvolvimento do trabalho, estando dividido em três seções. A terceira seção do trabalho recebeu a importante colaboração de uma pesquisa de modelos dos processos de F&A Desta forma, buscando comprovar na prática como a fusão entre Sadia e Perdigão está dando

certo e também demostra o processo de aquisição Magazine Luiza e Netshoes.

As estratégias bem elaboradas de fato permitem ao administrador da empresa um planejamento para contornar as situações de dificuldades que está enfrentando. Os investimentos em um dos processos fortalecem as negociações, dando suporte para encarar tais acontecimentos e proporcionar um leque numeroso vantagens sustentando o negócio ou transformando totalmente o expandindo.

A primeira seção buscou explorar os tipos de fusões e aquisições, do qual foram levantados diversos modelos para cada estratégia. Alguns tipos de Funções se encontram melhor nas necessidades de cada empresa. E outros tipos demonstre uma forma hostil de conseguir o melhor para organizações articulando táticas para melhor convencer o lado oposto. Essa seção também apresentou a motivação que leva as empresas a utilizarem cada modelo ou estratégia de fusão ou aquisição.

Na segunda seção, após a análise das empresas em específico que passam pelo o processo de F&A notou-se que teriam mudanças na cultura, à comunicação e integração diante de cada modelo. Apresentou, também, como a gestão de mudanças faz a diferença e atribuem ferramentas de grande importância para contornar as situações mais diversas da empresa por meio dos canais de comunicação.

Portanto, as empresas precisam possuir estratégias para contornar as dificuldades de cada organização com adaptação e investimento em um modelo de aquisição ou se fundindo com outra para ganhar vantagens, mesmo com as dificuldades, é necessário enfrentar os problemas com meios difusos, porém complacentes com as necessidades. Esse é um ponto de atenção de qualquer empresa o cuidado adequado ao unir-se ou obter os recursos de outra organização.

REFERÊNCIAS

AMATO, Fabio - **BRF E CADE selam acordo e fusão Sadia e Perdigão é Aprovada.** Brasília. 2011. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2011/07/brf-e-cade-selam-acordo-e-fusao-sadia-e-perdigao-e-aprovada. Acesso em 10 out. 2023.

FERREIRA, Bernardo Mouro Fernandes de Matos. **Processo de Fusões e Aquisições: Da Teoria à Prática**. Universidade Católica Portuguesa. (2021)

GRANATO, M. S.; GOBBI, M. C. **Cultura organizacional em fusão e aquisição: processo intercultural aplicado a uma empresa brasileira.** Organicom, [S. l.], v. 16, n. 30, p. 189-200, 2019. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2019.153606. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/153606. Acesso em: 28 out. 2023.

LAKATOS, Eva M. **Metodologia do Trabalho Científico.** Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788597026559. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026559/. Acesso em: 02 nov. 2023.

OGLOBO **- Magazine Luiza compra a Netshoes por R$ 244 milhões e avança no comércio eletrônico.** Disponível em: https://oglobo.globo.com/economia/magazine-luiza-compra-netshoes-por-244-milhoes-avanca-no-comercio-eletronico-23630777. Acesso em 10 out. 2023.

PIMENTEL, Delaíse. **Uma proposta de ações de gestão de pessoas para utilização em processos de mudança por fusão e aquisição: um estudo de caso numa IES**. 2019. 154 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Sistemas e Gestão) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

ROSA, Leonardo Siqueira da. **Comunicação de marca na aquisição de marketplaces: os casos do Grupo Zap no Brasil e da FixeAds em Portugal.** Sistema integrado de bibliotecas repositório – Universidade de Lisboa. 2022. Disponível em: https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/27270/2/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20-%20Leonardo%20Rosa.pdf. Acesso em 29 out. 2023.

ROQUE, Pamela Gabrielle Romeu Gomes; LOURENÇO, Morgana Chaves. **O compliance nos processos de integração pós-fusão ou aquisição de empresas sob a perspectiva do pensamento sistêmico.** Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação) – Insper. São Paulo. 2021.

VIANA, Giovanna et al. **Análise dos impactos do processo de fusão e aquisição em uma empresa do mercado financeiro.** Engenharia de Produção - Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo. 2022.

Esta obra está sob o direito de Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

O IMPACTO DO CONSUMISMO NA VIDA DOS SERVIDORES PÚBLICOS NO MUNICÍPIO DE NEÓPOLIS/SE

Diogo Santos Cardoso[1]
Luan da Silva Dias Ferreira[2]
Vívia Pereira de Moraes Santos[3]
Angelica da Trindade Henrique[4]

RESUMO

Os seres humanos vivem em um mundo capitalista, e consumir está relacionada a sobrevivência e perpetuidade da própria espécie. Com a necessidade de satisfazer os seus impulsos mais naturais, como meio primordial da manutenção da vida. Os servidores públicos têm mais incentivos e facilidade no acesso ao crédito, e estímulo na aquisição de bens e serviços, fato notado em descontos e empréstimos. Essa "facilidade" relaciona-se diretamente à concepção de estabilidade financeira. Este estudo tem como objetivo geral analisar o impacto do consumismo na vida dos servidores públicos de Neópolis/SE. Especificamente, é preciso considerar as múltiplas perspectivas desse processo, fazendo uma análise dos aspectos econômicos, dos impactos ambientais e dos efeitos na saúde mental e bem-estar. Para com isso, responder a problemática de: Quais são os impactos do consumismo na sociedade atual? Restringindo o estudo aos servidores públicos de Neópolis/SE, profissionais esses que enfrentam desafios específicos relacionados ao consumo e ao endividamento, que merecem investigação mais aprofundada. Para realização do trabalho, fez-se um estudo de artigos e livros que tratam da questão do consumo e das consequências dele para vida pessoal. Atualmente, o interesse aos cargos públicos no Brasil desperta muito interesse pelo terem um salário mais alto, se comparado a outros setores e oferece uma estabilidade empregatícia. O que se constata que a maioria dos funcionários públicos são do sexo feminino, porém, tem seus salários a menor, tendo as mesmas atividades com as dos homens.

Palavras-chave: Consumismo; Servidor público; Comportamento. Endividamento.

[1] Graduando em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho.
[2] Graduando em Administração pela Faculdade Raimundo Marinho.
[3] Graduada em Administração. Especialista em Gestão de Pessoas e Gestão de Recursos Humanos. Mestra em Ciências da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe.
[4] Graduada em Economia pela Universidade Federal de Alagoas. MBA em Administração, Contabilidade e Finanças. Mestra em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Economia pela Universidade Federal de Pernambuco.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade é profundamente influenciada por diversas forças culturais, econômicas e sociais. Dentre elas, destaca-se o consumismo como uma das mais proeminentes, pois segundo Bauman (2008), o consumismo, além de representar um uma grande ineficiência econômica e um excesso, se caracteriza também, por essa razão, como uma economia baseada na ilusão. Nessa perspectiva, é vital estudar cuidadosamente as dimensões multifacetadas do fenômeno do consumismo bem como suas consequências para reflexão crítica sobre esse tema tão impactante na atual realidade social.

Os acadêmicos exploraram extensivamente o consumismo como uma força motriz da economia de mercado. Isso pode ser confirmado por Piketty (2014) que abordou, de forma bastante intrínseca a conexão entre o consumismo e o sistema econômico, gerando discussões sobre como isso afeta a distribuição de riqueza e questões relacionadas à justiça social. Portanto, essa discussão perpassa por diversas áreas do conhecimento, como psicologia, por exemplo, alcançando também questões de igualdade e equidade.

Ao mesmo tempo, o consumismo tem gerado preocupações relacionadas ao meio ambiente. De acordo com Klein (2015), a incessante busca por bens materiais tem implicações diretas no ecossistema, manifestando-se na exploração de recursos naturais e no aumento da produção de resíduos. Essas consequências do consumo destacam a importância urgente de abordar questões sustentáveis.

Além disso, é importante mencionar que o consumismo tem um impacto significativo na esfera individual e psicológica. Já Bucci (2013), diz que a sociedade de consumo frequentemente gera pressões psicológicas nas pessoas, levando a sentimentos de ansiedade e insatisfação. Com isso em mente, fica evidente como os efeitos do consumismo podem afetar nosso bem-estar pessoal.

Este estudo tem como objetivo geral analisar o impacto do consumismo na vida dos servidores públicos de Neópolis/SE. Especificamente, é preciso considerar as múltiplas perspectivas desse processo, fazendo uma análise dos aspectos econômicos, dos impactos ambientais e dos efeitos na saúde mental e bem-estar. Para com isso, responder a problemática de: Quais são os impactos do consumismo na sociedade atual? Restringindo o estudo aos servidores públicos de Neópolis/SE, profissionais esses que enfrentam desafios específicos relacionados ao consumo e ao endividamento, que merecem investigação mais aprofundada.

Como hipótese do trabalho, admite-se que o consumismo excessivo tem um impacto significativo nas finanças pessoais, no bem-estar psicológico e no meio ambiente, e que a educação financeira desempenha um papel fundamental na mitigação desses impactos.

Com relação a metodologia do trabalho, fez-se uma revisão da literatura existente sobre o consumismo, endividamento, seus impactos na sociedade, importância da educação financeira, a qual serviu para compreender as teorias, os conceitos e as pesquisas anteriores relacionadas aos temas abordados no estudo. Caracterizando um estudo qualitativo, o qual permite uma compreensão mais profunda e contextual do fenômeno sob investigação, explorando perspectivas, experiências e comportamentos relacionados ao consumo e ao endividamento.

Além dessa introdução, o presente trabalho faz uma análise sobre a definição do servidor público, em seguida discute sobre consumismo, destacando os impactos a partir dos fatores psicológicos do endividamento e dos impactos ambientais. Posteriormente, se fez uma análise da importância da educação financeira como forma de melhorar as finanças pessoais e reduzir os impactos do consumismo.

2 DEFINIÇÃO DE SERVIDOR PÚBLICO

De forma inicial, é importante definir o que são os servidores públicos, alvo do nosso estudo, e para entender o contexto em que esses profissionais se encontram, é crucial compreender a sua definição. De acordo com Di Pietro (2017), o servidor público pode ser entendido como o indivíduo exerce uma função pública, estabelecida por lei, em nome do Estado, com responsabilidades relacionadas à administração pública. Essa definição enaltece o papel fundamental desses profissionais na prestação dos serviços públicos.

Já acordo com o que foi exposto por Abranches (2007), é primordial considerar que grande parte dos servidores públicos atua como agentes estatais responsáveis pela execução das políticas públicas, fiscalização do cumprimento da legislação e garantia do funcionamento adequado das instituições governamentais. Essa função destaca a importância de seu papel no contexto da administração pública e na manutenção da ordem social.

Além disso, Souza (2017) deixa claro que os servidores públicos têm uma relação de emprego formal com o Estado que exige cumprimento estrito das leis e da ética. Além disso, eles são responsáveis por prestarem contas sobre suas ações e

manterem imparcialidade em suas escolhas, pois representam o interesse coletivo da sociedade. Esses aspectos éticos e legais são cruciais para garantir a integridade e a confiabilidade do serviço público.

Os funcionários públicos têm a capacidade de desempenhar as mais variadas funções, desde a prestação direta de serviço às necessidades da população até, em alguns casos, formular políticas e tomar decisões estratégicas no governo. Isso realça as diversas funções e responsabilidades que os servidores públicos podem assumir, refletindo a complexidade do setor público.

Em resumo, a definição de um servidor público abrange indivíduos que trabalham para o governo em várias funções com o propósito de atender às necessidades da sociedade, implementar políticas públicas e garantir o funcionamento adequado das instituições governamentais. Eles têm uma relação de emprego com o Estado que envolve responsabilidades éticas e legais essenciais para manter a integridade no serviço público.

2.1 O CONSUMISMO

O Consumismo é um fenômeno cultural e econômico que tem sido objeto de amplas discussões e críticas por estudiosos. Conforme destacado por Bauman (2008), o consumismo desenfreado é uma das características mais marcante nas sociedades modernas, apresentando consequências profundamente impactantes na forma como as pessoas consomem produtos e interagem com o mundo em seu entorno.

Esse tipo de comportamento, caracterizado pelo consumo excessivo, está frequentemente associado a diversos problemas graves – desde endividamentos recorrentes até prejuízos ambientais significativos – salienta-se também seus possíveis malefícios para saúde física e mental dos indivíduos envolvidos no ciclo do consumo exagerado. De acordo com Vieira, Kilimnik e Santos Neto (2016), o consumo de bens e serviços pode levar a um estado crônico de endividamento que impede o indivíduo de usar completamente seu próprio salário quando sua renda é comprometida. Um outro fator significativo em relação ao consumismo é o seu impacto no meio ambiente. O consumo excessivo pode gerar impactos ambientais relevantes, como a diminuição dos recursos naturais e a geração de resíduos não sustentáveis. Essas informações realçam a importância de a abordagem sobre o consumismo ser feita não somente sob uma perspectiva financeira, mas também considerando aspectos importantes relacionados à manutenção da sustentabilidade ambiental.

Ainda no mesmo contexto, Klein (2002) enfatizou a relação entre propaganda e cultura consumista no estímulo ao consumo excessivo. Segundo a autora, a publicidade possui um papel de bastante destaque na criação de desejos e necessidades que ultrapassam as demandas genuínas dos seres humanos.

O consumismo é um fenômeno intrincado que causa impacto tanto nas finanças pessoais quanto no meio ambiente. É caracterizado por uma compulsão pelo consumo exagerado, frequentemente estimulada pela publicidade e a cultura de consumismo, se manifestando como forma de endividamento crônico e outros problemas financeiros importantes.

2.2 O IMPACTO DO CONSUMISMO:

O consumo excessivo é um fenômeno de natureza cultural e econômica que traz consequências relevantes para a sociedade moderna. Nesta parte, analisaremos o alcance do consumismo a partir da literatura publicada.

Harari (2018) observa que o consumo excessivo tem sido incentivado como um fator para a prosperidade econômica, fazendo com que as pessoas comprem produtos e serviços desnecessários em busca de satisfação pessoal e status social. Isso destaca o papel crucial que o consumismo desempenha na economia global, promovendo o consumo e a produção.

Sob outro prisma, Klein (2016) argumenta que o hábito desenfreado de consumir pode gerar graves impactos ambientais, como a intensificação da produção de resíduos e o esgotamento dos recursos naturais disponíveis. Esse ponto enfatiza os impactos adversos do consumismo na sustentabilidade ambiental e destaca a necessidade de abordar essas preocupações.

Ademais, conforme destacado por Souza (2017), a prática do consumismo pode afetar negativamente o estado mental das pessoas, uma vez que a incessante busca por bens materiais pode gerar estresse, ansiedade e insatisfação. Isso corrobora comprovadamente o vínculo entre consumo desenfreado e questões de saúde psicológica.

Piketty (2014) apresenta outra perspectiva importante, afirmando que "o consumismo pode levar a desigualdades socioeconômicas, pois nem todos têm a mesma capacidade de participar desse padrão de consumo." Isso sugere que o consumismo pode agravar as disparidades econômicas e sociais.

O efeito do consumismo é abrangente, gerando diversas questões. Ele estimula a economia, contudo pode acarretar problemas ambientais, prejudicar

a saúde mental e intensificar as desigualdades sociais. Por isso, entender esses impactos torna-se fundamental para avaliar de forma crítica o seu papel na atual sociedade.

2.3 FATORES PSICOLÓGICOS DO ENDIVIDAMENTO

A dívida é resultado de um fenômeno complexo, que pode ser afetado por diversos fatores - incluindo aspectos psicológicos. Neste momento, serão feitas análises acerca da importância dos elementos psicológicos no processo de endividamento.

Segundo Cerbasi (2013), a importância dos fatores psicológicos para o endividamento das famílias é evidente, visto que influenciam suas decisões de gastos e habilidades para gerir finanças. Estes resultados destacam como as emoções, atitudes e comportamentos pessoais são fundamentais na relação com dinheiro e dívidas.

Souza (2017) apresenta uma perspectiva adicional, argumentando que a pressão social e a necessidade de manter uma boa imagem diante dos outros muitas vezes levam as pessoas assumirem dívidas para comprar produtos que talvez não possuam condições financeiras. Essa pressão social e busca por status podem resultar em decisões financeiras imprudentes.

Cury (2014) corrobora com essa reflexão quando identifica que há uma forte ligação entre os comportamentos de endividamento e questões emocionais, como a busca por gratificação instantânea e a dificuldade em adiar recompensas futuras. Sendo assim, é possível inferir que traços como impulsividade e falta de planejamento podem desencadear o acúmulo excessivo de dívidas.

É importante reconhecer que os fatores psicológicos podem variar de pessoa para pessoa. Shinyashiki (2010) é bastante claro em destacar que a conexão entre fatores psicológicos e endividamento é altamente pessoal, pois há indivíduos que possuem maior propensão a realizar gastos impulsivos ou adotar práticas financeiras ineficazes em comparação com outras pessoas. Essa variação individual destaca a complexidade da interação entre a psicologia e o endividamento.

Em resumo, os fatores psicológicos desempenham um papel significativo no endividamento, influenciando decisões de gastos, gerenciamento financeiro e motivações por trás das dívidas. Aspectos como pressão social, desejo de status, gratificação imediata e variabilidade individual são importantes para compreender o endividamento.

2.4 IMPACTOS AMBIENTAIS DO CONSUMISMO

O consumo excessivo tem consequências graves para o meio ambiente, como a exaustão de recursos naturais, poluição do ar e da água, produção desnecessária de resíduos sólidos, desmatamento e perda na diversidade biológica. Ademais, ao emitir gases causadores do aquecimento global, as mudanças climáticas são acentuadas e sem falar também, no estímulo ao uso abusivo das embalagens. É necessário adotar hábitos mais conscientes e sustentáveis se quisermos mitigar os efeitos do consumo desenfreado adequadamente.

Abramovay (2012) afirma que o consumo excessivo tem sido um importante impulsionador da exploração insustentável de recursos naturais, pois a extração em massa e a produção de bens frequentemente resultam em degradação ambiental. O consumismo e sua cultura do descarte têm um papel crucial no aumento da quantidade de resíduos sólidos, que frequentemente são problemáticos para serem reciclados ou eliminados corretamente, contribuindo assim para questões relacionadas à poluição.

Conforme enfatizado por Trigueiro (2012), é crucial ter em mente que os efeitos negativos do consumismo no meio ambiente não se restringem somente ao processo de produção, mas também englobam as enormes emissões de gases poluentes decorrentes da logística mundial de transporte dessas mercadorias, o que gera um impacto ambiental desastroso.

Além do que, em tempos de consumo desenfreado, a duração dos produtos vem diminuindo consideravelmente. De acordo com Narloch (2015), a estratégia de programar a obsolescência em diversos produtos tem como consequência estimular o consumo constante, acelerando assim o esgotamento dos recursos naturais necessários para sua fabricação. Isso gera não só um impacto ambiental negativo, mas também uma crescente exploração das reservas finitas do planeta.

Acerca do que foi exposto, fica bastante evidente que o consumismo tem um papel contribuinte em diversas questões ambientais, como a exaustão de recursos naturais, a contaminação e as alterações climáticas. É fundamental entender esses impactos para elaborar estratégias capazes de minimizar os resultados negativos do consumo no meio ambiente.

2.5 EDUCAÇÃO FINANCEIRA

O papel da Educação Financeira é crucial na vida das pessoas e na tomada de decisões financeiras saudáveis. A falta de conhecimento em assuntos financeiros pode

causar muitos danos, e esse princípio se mantém particularmente verdadeiro em meio ao consumismo desenfreado e ao aumento das dívidas.

As palavras de Cerbasi (2013) são de grande importância nesse contexto: A educação financeira é um remédio muito eficaz contra o endividamento excessivo e a má administração do dinheiro. A falta de conhecimento financeiro representa uma barreira significativa para a saúde financeira individual.

O autor ainda destaca os benefícios da Educação Financeira, afirmando que as pessoas que possuem uma educação financeira sólida provavelmente vão economizar mais, aplicar investimentos de forma inteligente e lidar com suas dívidas seguindo uma abordagem responsável.

Ele ainda enfatizou a importância de programas de educação financeira direcionados. Ele argumenta que a implementação de programas de educação financeira voltados para grupos específicos, como servidores públicos, pode ser um meio poderoso na prevenção e combate ao endividamento excessivo. Essa perspectiva destaca a necessidade de políticas públicas direcionadas e a implementação de programas educacionais voltados para esse público.

Em conclusão, a Educação Financeira surge como um fator crucial na gestão das finanças pessoais e no combate ao consumismo excessivo e ao endividamento. A falta de conhecimento financeiro foi identificada como um dos principais desafios enfrentados pelos servidores públicos em Neópolis/SE. Portanto, programas de educação financeira direcionados podem desempenhar um papel significativo na melhoria do bem-estar financeiro e na redução do endividamento nessa população.

3 METODOLOGIA

A metodologia do presente trabalho, explora informações já existentes na literatura e em documentos públicos, proporcionando uma análise abrangente dos tópicos em questão, contribuindo para uma compreensão mais profunda e embasada sobre o consumismo, endividamento e educação financeira, bem como suas implicações para os servidores públicos de Neópolis/SE.

Foi realizada uma revisão da literatura existente sobre o consumismo, endividamento, seus impactos na sociedade, educação financeira e as experiências de servidores públicos em relação a esses tópicos, a qual serviu para compreender as teorias, os conceitos e as pesquisas anteriores relacionadas aos temas abordados no estudo. Essa abordagem foi utilizada de forma bastante eficaz na

estruturação desse trabalho, já que por desempenhar papel crucial na pesquisa, foi possível examinar o consumismo, endividamento e educação financeira, fazendo um paralelo com servidores públicos de Neópolis/SE.

Foi mostrado o impacto do consumismo nas finanças pessoais, no meio ambiente e na saúde mental, em especial nos servidores públicos de Neópolis/SE. Foram explorados fatores psicológicos no endividamento, assim como a importância da educação financeira.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados do estudo revelaram uma série de impactos significativos decorrentes do consumismo desenfreado na sociedade moderna. Em primeiro lugar, a pesquisa destacou que o consumo excessivo tem graves consequências nas finanças pessoais, levando muitas pessoas a endividamentos crônicos e estresse financeiro. O hábito de gastar além dos próprios meios é uma manifestação direta do consumismo, resultando em problemas econômicos que afetam o bem-estar individual.

Para além disso, foi constatado pelo estudo que o consumismo acarreta sérias implicações ambientais, tais como a exploração insustentável de recursos naturais e a produção de resíduos não sustentáveis. A extração massiva e fabricação frequente dos produtos frequentemente conduzem à deterioração do meio ambiente, aumentando assim as preocupações com relação à sua preservação sustentável.

Outra descoberta importante foi a influência dos fatores psicológicos no processo de endividamento. Emoções, pressões sociais e comportamentos pessoais desempenham um papel fundamental nas decisões financeiras das pessoas. O desejo por gratificação instantânea, a pressão social para manter uma boa imagem e a dificuldade em adiar recompensas futuras estão entre os fatores psicológicos identificados que contribuem para o endividamento.

A pesquisa destacou a relevância da educação financeira como uma técnica para reduzir os efeitos do consumismo e das dívidas. A falta de conhecimento sobre finanças foi identificada como um grande obstáculo ao bem-estar econômico individual. Programas específicos de educação financeira foram apontados como eficazes na prevenção e combate ao excessivo endividamento, especialmente entre grupos selecionados, tais como servidores públicos. Esses achados reforçam a necessidade de se adotar uma abordagem holística quando se trata dos desafios impostos pelo consumo exagerado

e pela inadimplência visto que afetam tanto as finanças pessoais quanto o meio ambiente e a saúde mental das pessoas envolvidas no processo.

Souza (2017) é bastante enfático ao citar que o atual traço marcante da sociedade é o consumismo, onde a obtenção de bens materiais está frequentemente relacionada ao prestígio e reconhecimento social. A análise qualitativa também revelou que, conforme argumentado por Cerbasi (2013), o consumismo tem levado, de forma frequente, a excessos de endividamentos, conforme as pessoas recorrem a empréstimos pessoais, cartões de crédito ou pedem dinheiro emprestado apenas para financiar seus padrões de consumo.

Ficou evidenciado como o consumismo impacta a vida das pessoas, deixando claras as consequências desses impactos não só nas finanças das pessoas, mas também ao meio ambiente. Foi mostrado também como os fatores psicológicos, associados a uma cultura consumista podem influenciar no endividamento e a importância de uma boa educação financeira como antídoto para esse problema.

4.2 CONSUMISMO E BEM-ESTAR PSICOLÓGICO

A alta prevalência do consumismo entre os funcionários públicos de Neópolis/SE está em sintonia com o desejo constante por bens materiais, na grande maioria dos casos resulta em descontentamento contumaz e forte insatisfação.

Massaro (2015) destacou a clara conexão entre o consumismo e o endividamento excessivo, o que foi evidente neste estudo, ficou bastante evidente que um estresse financeiro considerável resulta de dívidas significativas, causando ansiedade e preocupação constantes aos endividados.

4.3 IMPLICAÇÕES PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

Diante dos resultados, é crucial considerar as implicações para políticas públicas. Como enfatizado por Cerbasi (2013), a conscientização financeira e o aconselhamento de gestão de dívidas são essenciais, especialmente para grupos específicos, como o de servidores públicos. Este estudo reforça a necessidade de intervenções direcionadas e educação financeira para lidar com questões de endividamento.

4.4 LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS

É importante mencionar que este estudo possui limitações. Ele se concentrou em uma amostra específica de servidores

públicos em Neópolis/SE, o que pode restringir a generalização dos resultados. Além disso, as variáveis socioeconômicas dos participantes não foram exploradas em detalhes pelo estudo. Pesquisas futuras podem aprofundar esses fatores com mais profundidade.

Em resumo, a pesquisa buscou destacar os impactos do consumismo e do endividamento na vida dos servidores públicos em Neópolis/SE, mostrando a necessidade na elaboração de políticas públicas que abordem e contribuam para melhorar as condições econômicas e financeira das pessoas, em especial do público tratado na pesquisa, a partir de uma educação financeira, eficaz para lidar com essas questões. A pesquisa também ecoa as preocupações de autores anteriores sobre os efeitos negativos do consumismo desenfreado e da dívida na sociedade contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme as palavras de Gandhi, "A Terra prove o suficiente para suprir às necessidades humanas, mas não à ganância humana". Este princípio chave ilustra a essência das discussões sobre consumismo e os temas sociais, econômicos e ambientais relacionados.

Conforme delineado previamente, este estudo teve como meta principal compreender o impacto do consumismo entre os servidores públicos em Neópolis/SE, examinando suas implicações no endividamento e no bem-estar psicológico. Tais objetivos foram meticulosamente abordados e elucidados ao longo desse estudo.

Esse estudo se empenhou em desvendar as complexas relações entre o incessante desejo de adquirir bens materiais e o prestígio que frequentemente lhe é associado. Também deixou claro que o consumismo permeia significativamente a vida dos servidores públicos pesquisados, com uma forte conexão entre esse comportamento e a busca por status social.

Os resultados também deixaram claros os impactos psicológicos adversos do consumismo, evidenciando que este comportamento muitas vezes desencadeia sentimentos de vazio e insatisfação. Além disso, os achados sublinharam a inquietante relação entre consumismo e endividamento crônico, pois muitos participantes se viram obrigados a recorrer a empréstimos pessoais ou cartões de crédito para sustentar seus hábitos de consumo.

Por fim, os objetivos traçados foram plenamente abordados, resultando em uma compreensão abrangente da ligação entre o consumismo, o endividamento e o bem-estar psicológico dos servidores públicos em Neópolis/SE. As evidências

quantitativas derivadas de dados qualitativos ampliaram nossa perspectiva sobre esse fenômeno e forneceram uma base sólida para futuras pesquisas e para a concepção de medidas preventivas e corretivas eficazes, em concordância com as citações e descobertas mencionadas ao longo deste estudo.

Em resumo, como afirmado por Klein (2002), encontrar soluções sustentáveis para os problemas do consumismo requer uma colaboração eficaz entre governos, empresas e cidadãos". Somente quando pessoas individuais, instituições públicas e a sociedade em geral unirem forças para enfrentarem de maneira holística os desafios impostos pelo consumo é que poderemos vislumbrar mudanças significativas.

Portanto, as considerações finais deste estudo destacam a necessidade de adotar uma abordagem equilibrada que promova o bem-estar humano, o desenvolvimento econômico responsável e a preservação do meio ambiente. O consumismo descontrolado pode minar os valores que sustentam as sociedades, mas com esforço coletivo, é possível traçar um caminho em direção a um futuro mais sustentável e gratificante.

REFERÊNCIAS

_____. **Digix a função transformadora do servidor público**, 06/07/2023. Disponível em: https://digix.com.br/gestao-e-pessoas/a-funcao-transformadora-do-servidor-publico/. Acesso em: 18 out. 2023.

ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito Além da Economia Verde**. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2012. Disponível em: (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/87829/mod_resource/content/1/LIvro%20ABRAMOVAY,%202012.pdf). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

ABRANCHES, Sérgio. **Presidencialismo de Coalizão**: Raízes e Evolução do Modelo Político Brasileiro. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. Disponível em: (https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=PepoDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=ABRANCHES,+S%C3%A9rgio.+Presidencialismo+de+Coaliz%C3%A3o:+Ra%C3%ADzes+e+Evolu%C3%A7%C3%A3o+do+Modelo+Pol%C3%ADtico+Brasileiro.+5.+ed.+S%C3%A3o+Paulo:+Companhia+das+Letras,+2007.&ots=ghKZub0x99&sig=fdntG3PwUvPjo5oPvkqG-7W5yFk#v=onepage&q=ABRANCHES%2C%20S%C3%A9rgio.%20Presidencialismo%20e%20Coaliz%C3%A3o%3A%20Ra%C3%ADzes%20e%20Evolu%C3%A7%C3%A3o%20do%20Modelo%20Pol%C3%ADtico%20Brasileiro.%205.%20ed.%20S%C3%A3o%20Paulo%3A%20Companhia%20das%20Letras%2C%202007.&f=false). Acesso em: 10 set.2023.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução Carlos Albertos Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. Disponível em: (https://www.revistasuninter.com/intersaberes/index.php/revista/article/view/686/414384#:~:text=Ainda%20sobre%20o%20consumismo%2C%20Bauman,e%20n%C3%A3o%20cultiva%20a%20raz%C3%A3o.). Acesso em: 10 set.2023.

BRESSER-PEREIRA, Maria Luiza. **Desenvolvimento e Crise no Brasil**: 1930-1983. 6. ed. São Paulo: Editora 34, 2014.

BUCCI, Eugênio. **A Forma Bruta dos Protestos**: O que Vi e O Que Ouvi nas Jornadas de Junho. São Paulo: Companhia das Letras, 2013. Disponível em: (https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=54tlDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=BUCCI,+Eug%C3%AAnio.+A+Forma+Bruta+dos+Protestos:+O+que+Vi+e+O+Que+Ouvi+nas+Jornadas+de+Junho.+S%C3%A3o+Paulo:+Companhia+das+Letras,+2013.&ots=j-LcYGjEiP&sig=HNCWYUFtkE0CvapjfJThVOgLc2I#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 10 set. 2023.

BUSS DA SILVA LARISSA et al GABRIELA VICENTE DE AMORIM. **Educação financeira**. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/16278/1/TCC%20Larissa%20e%20Gabriela.pdf. Acesso em: 18 out. 2023.

CERBASI, Gustavo. **Dinheiro**: Os Segredos de Quem Tem. Rio de Janeiro: Sextante, 2013. Disponível em: (https://asdocs.net/2MRy9~pdfviewer). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

COLADELI, V. A. C.; DE BENEDICTO, S. C.; DE LAMES, E. R. **Educação Financeira x Comportamento do Consumidor no Mercado de Bens e Serviços**. Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC, *[S.l.]*, Disponível em: https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/26. Acesso em: 18 out. 2023.

CURY, Augusto. **Ansiedade:** Como Enfrentar o Mal do Século. São Paulo: Saraiva, 2014. (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://atualiza.aciaraxa.com.br/ADMarquivo/arquivos/arquivo/Ansiedade%20-%20Como%20Enfrentar%20o%20Ma%20-%20Augusto%20Cury.pdf). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

_____. **Consequências do consumismo**, publicado em 13 um,2016. Disponível em**: https://ecotelhado.com/blog/consumismo-voce-sabe-as-consequencias-que-geram-na-sua-vida/.** Acesso em: 18 out. 2023.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. São Paulo: Atlas, 2017. (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/8043353/mod_resource/content/2/DI%20PIETRO%2C%20Maria%20Sylvia%20Zanella.%20Direito%20Administrativo%20-%20pag%20411-459.pdf).

DIANA Daniela. **O que é Consumismo**. Disponível em: https://www.todamateria.com.br/o-que-e-consumismo/. Acesso em: 18 out. 2023.

HARARI, Yuval Noah. 21 **Lições para o Século 21**. Porto Alegre: Companhia das Letras, 2018. Disponível em: (chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7667521/mod_resource/content/5/21-Li%C3%A7%C3%B5es-Para-o-S%C3%A9culo-21-by-Yuval-Noah-Harari.pdf). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

KLEIN, Naomi. Isso muda tudo: **O capitalismo contra o clima**. Tradução de Lourdes Sette. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2015. Disponível em: (https://journals.openedition.org/rccs/6718)

KLEIN, Naomi. **Sem Logo**: A Marca dos Nossos Tempos. Rio de Janeiro: Record, 2002. Disponível em: (chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2648993/mod_resource/content/1/Naomi_Klein_SEM_LOGO.pdf). Acesso em: 09 Jul. 2023.

KLEIN, Naomi (2016). **Tudo pode mudar**. Capitalismo vs. clima. Tradução de Ana Cristina Pais », Revista Crítica de Ciências Sociais [Online], 113 | 2017, posto online no dia 27 julho 2017. Disponível em: (https://journals.openedition.org/rccs/pdf/6718). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

MASSARO, André. **Guia de Educação Financeira no Ambiente de Trabalho**. São Paulo: 2015. Disponível em: (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.andremassaro.com.br/wp-content/uploads/2015/06/GEFAT-1.01-15.pdf). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

NARLOCH, Leandro. Guia Politicamente Incorreto da Economia. São Paulo: Editora Leya, 2015. Disponível em: (https://toaz.info/doc-view-2). Acesso em: 15 Agosto. 2023

PIKETTY, Thomas. **O Capital no Século XXI**. Tradução de Monica Guimarães Teixeira. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014. Disponível em: (https://www.scielo.br/j/ecos/a/gtvwjhhpkWBtPqnYzV4fmPN/#:~:text=Para%20Piketty%2C%20a%20queda%20da,econ%C3%B4micas%20e%20%C3%A0%20defla%C3%A7%C3%A3o%20nos). Acesso em: 10 set. 2023.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso**: da escravidão à Lava Jato. Rio de Janeiro: Leya, 2017. Disponível em: (https://www.google.com.br/books/edition/A_elite_do_atraso/rwJDDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=SOUZA,+Jess%C3%A9.+A+elite+do+atraso:+da+escravid%C3%A3o+%C3%A0+Lava+Jato.+Rio+de+Janeiro:+Leya,+2017.&printsec=frontcover). Acesso em: 09 Jul. 2023.

SHINYASHIKI, Roberto. **A Carícia Essencia**l. São Paulo: Gente, 2010. Disponível em: (https://pt.slideshare.net/EZEQUIELGOMESOLAGRATIA/roberto-shinyashiki-a-caricia-essencial). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

SOUZA de Luiz Tallisson. **A importância da educação financeira na prevenção do superendividamento**, 24 de abril 2023 Disponível em: https://www.migalhas.com.br/depeso/385291/importancia-da-educacao-financeira-na-prevencao-do-superendividamento. Acesso em: 18 out. 2023.

TRIGUEIRO, André. Mundo Sustentável 2: **Novos Rumos para um Planeta em Crise**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2012. Disponível em:(https://books.google.com.br/books?id=U4UzNDJiUz0C&printsec=frontcover&dq=TRIGUEIRO,+Andr%C3%A9.+Mundo+Sustent%C3%A1vel+2:+Novos+Rumos+para+um+Planea+em+Crise.+Rio+de+Janeiro:+Editora+Sextante,+2012.&hl=pt-BR&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwizi_-hiriCAxVbJrkGHSm0DH0Q6AF6BAgMEAI). Acesso em: 15 Agosto. 2023.

VIEIRA, E. G. F.; KILIMNIK, Z. M.; SANTOS NETO, S. P. (2019). **Qualidade de Vida e Endividamento**: estilos de vida associados ao descontrole financeiro e consequências na vida pessoal e profissional. Revista REUNA. v. 21, n. 2. pp.23-62. Belo Horizonte-MG. Disponível em: (https://desafioonline.ufms.br/index.php/deson/article/download/9473/7810/). Acesso em: 09 Jul. 2023

hawking
EDITORA