

AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

Estudos organizacionais e sociedade

Elói Martins Senhoras
(Organizador)


Ano 2021



AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

Estudos organizacionais e sociedade

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

 **Atena**
Editora

Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Daphynny Pamplona

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Amanda Kelly da Costa Veiga
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: estudos organizacionais e sociedade 3 /
Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-664-2

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.642211711>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins
(Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

A evolução do pensamento administrativo tem sido apreendida no tempo como uma evolução incremental e contínua de debates sobre soluções e agendas estratégicas que podem otimizar processos, produtos e serviços ou resolver aqueles problemas que afetam a Sociedade e as Organizações.

O objetivo deste livro é caracterizar o campo científico da Administração em sua riqueza de agendas temáticas, por meio da apresentação de um conjunto diversificado de estudos que valoriza a reflexão sobre a realidade organizacional que é complexa, sem perder a praticidade de uma linguagem amplamente acessível ao grande público.

Neste sentido, a estruturação do presente livro fundamenta-se em um conjunto de 26 capítulos, os quais abordam, tanto as agendas teóricas e discursivas no campo epistemológico da Administração, quanto, a realidade empírica organizacional e da gestão estratégica, ilustradas no formato de estudos de caso.

A natureza exploratória, descritiva e explicativa dos capítulos do livro combina distintas abordagens quali-quantitativas, recortes teóricos e procedimentos metodológicos de levantamento e análise de dados, corroborando assim para a apresentação de uma genuína agenda eclética de estudos.

Resultado de um trabalho coletivo desenvolvido por meio de uma rede de autores brasileiros e estrangeiros, esta obra apresenta uma visão panorâmica sobre a realidade organizacional a partir de uma abordagem que valoriza a pluralidade de pensamento sobre a realidade dos desafios e problemas correntes.

Conclui-se para apreciação de leitura que uma panorâmica visão da do campo de Administração é fornecida ao público leitor, fundamentada em relevantes análises de estudos de casos que corroboram teórica e conceitualmente para a produção de novas informações e conhecimentos sobre a fluida realidade das organizacional no período contemporâneo.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

TRÊS ABORDAGENS DE ECONOMIA POLÍTICA INTERNACIONAL: UM DEBATE HIPOTÉTICO ENTRE EMINENTES PENSADORES SOBRE CRISES ECONÔMICAS INTERNACIONAIS

Virgilius de Albuquerque

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117111>

CAPÍTULO 2..... 16

OS IMPACTOS DA ECONOMIA CIRCULAR SOB A PERSPECTIVA DA OFERTA E DO CONSUMO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Dênio Almeida Carneiro

Miguel Norberto Mendes Soares

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117112>

CAPÍTULO 3..... 35

DIFFERENCES BETWEEN A TRADITIONAL SUPPLY CHAIN AND AN INTEGRATED SUPPLY CHAIN

Bertha Molina Quintana

María Berta Quintana León

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117113>

CAPÍTULO 4..... 44

NEED TO SHARE - A NOVA TENDÊNCIA, SEUS MECANISMOS E RISCOS

Danielle Sandler dos Passos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117114>

CAPÍTULO 5..... 51

EL RECURSO HUMANO COMO FACTOR CLAVE PARA LA CERTIFICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE MEJORA EN ISO 9001

Rebeca Teja Gutiérrez

Verónica Loera Suárez

Nidia López Lira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117115>

CAPÍTULO 6..... 62

GESTÃO HUMANIZADA E LIDERANÇA: O PAPEL DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Daniele Campos do Nascimento

Deniz Helena Pereira Abreu

Elizabeth Luiza da Silva “*in memorian*”

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117118>

CAPÍTULO 7..... 76

TEORIA DE HOFSTEDE: UMA ANÁLISE DA DIMENSÃO LTO X STO E A CULTURA BRASILEIRA

Juliana Ferreira Ribeiro Miguel

Eric Cohen

Andreia Freitas

Michele Braga dos Santos Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117117>

CAPÍTULO 8..... 100

TRABALHO VOLUNTÁRIO: RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E APROPRIAÇÃO DO TRABALHO

Edgard Gonçalves da Costa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117118>

CAPÍTULO 9..... 118

ANÁLISIS ESTRATÉGICO: UN CASO PRÁCTICO

Alma Elizabeth Miranda Quiñones

María Magdalena Trejo Lorenzana

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117119>

CAPÍTULO 10..... 130

FORU COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO UTILIDAD DENTRO DE LAS EMPRESAS

Mtro. David Pérez Gómez

Agustín Ortiz Romero

Xochitl Patricia Ortega Angulo

Emiliano Pérez Romero

Andrea Guadalupe Silva Méndez

Mauricio Armando Vélez Tello de Meneses

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171110>

CAPÍTULO 11..... 139

ROBOTIZAÇÃO APLICADA A ORGANISMOS VEGETAIS: INOVAÇÃO EM SERVIÇOS

Maria Teresa Rodrigues Pessoa

Clara Rose Zacharias de Oliveira Ferreira da Cruz

Marco Aurélio Pinhel Peixoto

Luciano Mendes Camillo

Marcos Paulo Braga de Lima

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171111>

CAPÍTULO 12..... 148

LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR COMO GENERADORA DE VALOR DE MARCA PARA EL COMERCIO DETALLISTA

Valentin Gallart Camahort

Yeamduan Narangajavana Kaosiri

Luis Callarisa-Fiol
Javier Sánchez-García

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171112>

CAPÍTULO 13..... 163

AGRONEGÓCIO E A CADEIA PRODUTIVA DO LEITE: DESAFIOS, COMPORTAMENTO DOS PRODUTORES RURAIS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ariosto Sparemberger
Pedro Luís Büttendender
Luciano Zamberlan
Darles Michel Assmann

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171113>

CAPÍTULO 14..... 180

PROJETOS COMPLEXOS: ESTUDO DE CASO SOBRE A COMPLEXIDADE DOS PROJETOS DE ENGENHARIA EM UMA EMPRESA DO SETOR DE ÓLEO E GÁS

Frederico Gonzaga Lafeté
Carlos Frederico de Oliveira Barros
Paulo de Oliveira Coelho Dutra Leal

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171114>

CAPÍTULO 15..... 193

ANÁLISE DE FALHAS DE MATERIAIS COMPÓSITOS EM CONSTRUÇÕES POPULARES

Thiago Leônidas de Souza Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171115>

CAPÍTULO 16..... 204

COMUNICAÇÃO INTERNA E PROPOSTAS PARA ALINHAMENTO DAS INFORMAÇÕES: O CASO DE UMA EMPRESA DE BOA VISTA-RR

Talita Hávila Lopes Silva
Jacqueline Alves Machado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171116>

CAPÍTULO 17..... 211

O USO DA PLATAFORMA P91 COMO ESTRATÉGIA DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E SUAS APLICAÇÕES NO TRABALHO REMOTO DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

Talita de Souza Costa
Weslei Alvim de Tarso Marinho
José Geremonte Garcia
Rafael Lucas Silva
Marcelo Santos Carielo
José Augusto de Lima Prestes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171117>

CAPÍTULO 18.....217

VICTIMIZATION OF COMPANIES, FROM THE POINT OF VIEW OF THE BUSINESSMEN AND ENTREPRENEURS OF THE PORT OF ACAPULCO, GRO., MEXICO

Moisés Carmona Serrano

José Adolfo Martínez Castellanos

Julio Cesar Cortez Jaimes

Remigio Marin Ibarra

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171118>

CAPÍTULO 19.....227

POSSÍVEIS INTERAÇÕES ENTRE CONHECIMENTOS EXTERNOS E INTERNOS NOS PROCESSOS DE INOVAÇÕES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Mauricio Henrique Benedetti

Alexandre Nabil Ghobril

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171119>

CAPÍTULO 20.....246

ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE O PROCESSO DE PRECIFICAÇÃO EM MICRO E PEQUENOS EMPREENDIMENTOS

Edda Jaqueline Sousa de Oliveira

Ingrid Cristina da Cruz Espindola

Edna Torres de Araújo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171120>

CAPÍTULO 21.....265

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ARTESANATO NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS E A INFLUÊNCIA DA FORMALIZAÇÃO

Denise Medianeira Mariotti Fernandes

Raquel Barragan Minosso

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171121>

CAPÍTULO 22.....278

LA MICROEMPRESA COMO ACTOR (OFERENTE Y DEMANDANTE) EN UN MODELO FINANCIERO A DESARROLLAR EN EL ESTADO DE COLIMA, MÉXICO

Julio Humberto Ríos Romo

Elvia Lorena Torres Alejandre

María Sánchez Losoya

Nayeli Viridiana Osorio Hernández

IbnerMora Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171120>

CAPÍTULO 23.....286

IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA PARA OS TRANSPORTADORES DE PEQUENA ESCALA: ESTUDO DE CASO MOTOCICLISTAS DO 9º BAIRRO MUNHAVA CENTRAL-BEIRA-MOÇAMBIQUE (2018-2019)

Maria Albertina Lopes da Silva Barbito

Inácio Augusto Belo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171123>

CAPÍTULO 24..... 298

OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NEGRAS EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE RIO GRANDE-RS

Simone Silva Porto Machado

Kettle Duarte Paes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171124>

CAPÍTULO 25..... 317

A ASCENSÃO DA MULHER NA GESTÃO E A TRANSFORMAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO NO CONTEXTO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO

Andréia Duarte Aleixo

Sabrina Bueno Fernandes

Ozana Rodrigues Boritza

Maria Bernadete Junkes

Suzenir Aguiar da Silva

Nilza Duarte Aleixo de Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171125>

CAPÍTULO 26..... 328

O MARKETING DIGITAL E A CAMPANHA INSTITUCIONAL #REPENSE: ANÁLISE FINANCEIRA E ESTRATÉGICA DE UMA ARENA ESPORTIVA PARA INCLUSÃO DO PÚBLICO FEMININO NO CENÁRIO DO FUTEBOL

Gustavo Samuel Cunha

Wanessa Leticia de Oliveira Miranda

Helena Belintani Shigaki

José Edson Lara

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171126>

SOBRE O ORGANIZADOR..... 350

ÍNDICE REMISSIVO..... 351

ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE O PROCESSO DE PRECIFICAÇÃO EM MICRO E PEQUENOS EMPREENDIMENTOS

Data de aceite: 25/10/2021

Edda Jaqueline Sousa de Oliveira

Ingrid Cristina da Cruz Espindola

Edna Torres de Araújo

RESUMO: A globalização impôs aos negócios a obrigação de evoluir. Neste contexto, as MPEs tornaram-se vulneráveis, pois não conseguem acompanhar as transformações demandadas pela globalização. Diante disso, o estudo “O Processo de Precificação em Micro e Pequenos Empreendimentos” com o objetivo geral de demonstrar de que modo as MPEs precificam bens e serviços para se manterem competitivas e com o intuito de responder ao problema de pesquisa: quais elementos são considerados no ato da precificação? -recorreu à pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico como metodologia. Assim, o corpus da pesquisa fora integralmente constituído por análises de teses, artigos, trabalhos de conclusão de curso, livros, materiais eletrônicos, leis etc., publicados especialmente entre 2015-2020. As análises processadas permitiram concluir que as micro e pequenas empresas identificadas juridicamente por limites de faturamento anual, reconhecidas pelo baixo potencial de empregabilidade, baixo investimento em tecnologia/ inovação, contratação de mão de obra desqualificada e gestão com perfil pouco inclinado ao empreendedorismo, comumente entram em falência em função de problemas de

precificação. Elas precificam tomando por base o preço modal ou o preço médio de mercado, ou formulam preços imprecisos por falta de análises próprias. Deste modo, pode-se constatar que apesar das MPEs serem as principais produtoras de riqueza no Brasil, empregarem um número significativo de trabalhadores, representarem mais de 90% de CNPJs ativos, serem as principais dinamizadoras da economia, o problema de precificação as conduz à mortalidade. Muitas não sobrevivem aos primeiros 5 anos de vida, porque não possuem planejamento nem política de precificação adequados. Fixam preços sem fazer controle de variáveis externas, pois não dispõem de contabilidade organizada, não planejam preços, não apuram custos/despesas, não avaliam o mercado, não estudam público-alvo, não possuem sistemas de controle de informações contábeis, ou seja, formulam preços sem bases confiáveis fundados apenas no empirismo e senso comum. Precificam desvinculando preço da análise de aspectos qualitativos, quantitativos, mistos e de demandas. Isso as fragiliza diante do cenário de competitividade. Portanto, este estudo concluiu que a precificação em MPEs se concretiza de forma a comprometer seu processo de integração e permanência no mercado globalizado, isso porque, aplicam métodos de precificação parcial ou totalmente desprovido de técnica contábil.

PALAVRAS - CHAVE: Micro e pequenas empresas; Preço; Contabilidade de custos

ABSTRACT: Globalization has forced businesses to evolve. In this context, MSEs have become vulnerable, as they cannot keep up with the

changes demanded by globalization. Therefore, the study “The Pricing Process in Micro and Small Enterprises” with the general objective of demonstrating how MSEs price goods and services to remain competitive and in order to answer the research problem: which elements are considered in the act of pricing? -used a qualitative bibliographic research as a methodology. Thus, the corpus of the research was entirely constituted by analyzes of theses, articles, course conclusion works, books, electronic materials, laws, etc., published especially between 2015-2020. The analyzed analyzes allowed us to conclude that micro and small companies legally identified by annual revenue limits, recognized for their low employability potential, low investment in technology/innovation, hiring of unskilled labor and management with a profile not inclined to entrepreneurship, commonly enter bankrupt due to pricing problems. They price based on the modal price or the average market price, or formulate inaccurate prices due to a lack of their own analysis. Thus, it can be seen that although MSEs are the main producers of wealth in Brazil, employ a significant number of workers, represent more than 90% of active CNPJs, are the main drivers of the economy, the pricing problem leads them to mortality. Many do not survive the first 5 years of life, because they do not have adequate planning or pricing policy. They set prices without controlling external variables, as they do not have organized accounting, do not plan prices, do not calculate costs/expenses, do not assess the market, do not study the target audience, do not have accounting information control systems, that is, they formulate prices without reliable bases founded only on empiricism and common sense. They price by detaching price from the analysis of qualitative, quantitative, mixed and demand aspects. This weakens them in the face of the competitive scenario. Therefore, this study concluded that pricing in MSEs takes place in such a way as to compromise their integration process and permanence in the globalized market, because they apply pricing methods that are partially or totally devoid of accounting technique.

KEYWORDS: Micro and small companies; Price; Cost accounting.

1 | INTRODUÇÃO

O mundo da Era globalizada ergueu a competitividade a nível extremo. Mas como falar em competitividade para micro e pequenas empresas, quando elas não conseguem, se quer, se consolidar em consequência da negligência em seus processos de precificação?

Sobre este tema, Dubois; Kulpa; Souza (2009) destacam que a competitividade implica na qualidade/quantidade fundidas de modo a oferecer simultaneamente preços baixos, custos compatíveis e salto de qualidade, ou seja, a contenção de custos, despesas, controle de fatores internos/externos, controle operacional e gestão de qualidade são, pois, ações unificadas que contribuem para elevação de resultados e para adequada precificação. Apesar disso, dados do IBGE (2003), IPEA (2012), SEBRAE (2016), revelam total despreparo na gestão de preços e alto índice de falência em MPEs.

Diante dessa realidade, o estudo: “O Processo de Precificação em Micro e Pequenos Empreendimentos” com intuito de responder à problemática: quais elementos são considerados no ato da precificação? estabeleceu como objetivo geral: demonstrar

de que modo as MPEs precificam bens e serviços; e definiu como objetivos específicos: identificar os diferentes métodos de precificação; apontar se tais métodos favorecem o crescimento delas; e esboçar os elementos considerados na fixação dos preços. Para alcançar tais objetivos, aplicou o método de pesquisa bibliográfico a partir do qual debateu o tema à luz de várias perspectivas literárias publicadas especialmente entre 2015-2020.

O presente estudo supõe que: i. a limitação das MPEs deve-se especialmente à inadequação de práticas de precificação decorrentes da ausência de apuração de custos, despesas, avaliação de mercado e não controle de informações contábeis”; ii. sem sistemas de informação e sem contabilidade organizada, MPEs fixam preços baseadas exclusivamente na concorrência; iii. a falta de controle de informações e contabilidade limitam o processo de precificação.

Desta forma, cabe corroborar que apesar da importância para o dinamismo da economia entre, elas imperam a decadência e a mortalidade (REVISTA BASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO, 019). Posto assim, estudos que se propõem a compreender a precificação em empresas de micro e pequeno porte são necessários, oferecem possibilidades de debates inerentes à precificação, à falência e à permanência no mercado. Ademais produzem informações que auxiliam poder público, privado, empreendedores, gestores, sócios, administradores etc., à criação de políticas de apoio às MPEs. Por fim, a nível acadêmico, contribuem para consolidação de novos postulados teóricos/práticos. Portanto, o significativo papel deste estudo se revela na possibilidade de servir de instrumento de orientação para MPEs no que concerne precificação, de modo que garanta continuidade delas na cadeia produtiva.

2 I MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPES)

A literatura costuma conceituar as MPEs utilizando critérios de definição bipartite, onde imperam critérios quantitativos e qualitativos para o seu reconhecimento.

2.1 Definição de MPEs a partir de critérios qualitativos

Os critérios qualitativos subjetivos estão voltados para o perfil da gestão e demonstram a forma como as decisões são tomadas internamente; como a empresa acessa o mercado; e como se estruturam. Sobre isto, Couto Neto (2012), Barbosa; Costa (2020), Ramos; Medeiros (2020) afirmam que os critérios qualitativos ilustram um perfil de MPEs pouco inclinado ao empreendedorismo em decorrência da ausência de planejamento operacional, tático, estratégico; ausência de controle contábil e inexistência de políticas de precificação.

Para estes autores, tal perfil é forjado pela tendência à gestão personalista/monopolista, uma vez que, neste tipo de empreendimento, as decisões são tomadas exclusivamente pelo dono, que por sua vez promove a ruptura com o princípio da

entidade; continuidade e contabilidade, pois mescla os interesses da pessoa física com os da pessoa jurídica e assenta decisões desprovidas de técnica contábil. Desta forma, promove contratação de mão-de-obra a partir de laços consanguíneos ou afetivos (ainda que sem qualificação); toma decisões sem avaliar riscos e oportunidades, promove pouco investimento em inovação, tecnologia, sistemas de controle e realizam uma gestão para baixa competitividade/produktividade/eficiência.

Portanto, embora dados estatísticos comprovem que as MPEs representam quase 90% do total de empresas constituídas legalmente no país, sejam responsáveis por 27% do produto interno bruto (PIB); e gerem 54% do total de empregos formais; mais de 50% delas são descontinuadas em decorrência das características descritas, o que denota um pré-condicionamento à insolvência (IBGE, 2003; COUTO NETO, 2012; IPEA, 2012; EVERTON JÚNIOR, 2017; SEBRAE, 2018).

2.2 Definição de MPEs a partir de critérios quantitativos

Os critérios quantitativos de ordem objetiva, percebem as MPEs pelo baixo potencial de empregabilidade; capital de giro pouco expressivo; lucratividade limitada e núcleo administrativo restrito (LEONE, 2012; MARTINS, 2014; COSTA; LEANDRO, 2016). Fundada no parâmetro quantitativo, a Lei Geral 123/20061 estabelece como critério de reconhecimento das MPEs limites de faturamento anual conforme se pode observar no Quadro 3: Classificação das Micro e Pequena Empresas pelo faturamento anual.

Porte do empreendimento	Faturamento anual
Microempresas	Faturamento anual de até R\$ 360.000,00
Pequenas Empresas	Faturamento anual acima de R\$ 360.000,00, até o limite de R\$ 4.800.000,00

Quadro 3: Classificação de Micro e Pequenas Empresas pelo faturamento anual

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras com base em dados da Lei Geral 123/2006.

Conforme descrito no quadro 3, as MPEs limitam-se ao faturamento anual de R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil) quando microempresa e quando pequena mantem seu faturamento acima de R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil) e não ultrapassa R\$4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos).

Ainda sobre critérios quantitativos o SEBRAE (2013) prefere a classificação das MPEs a partir do potencial de empregabilidade conforme descrito no Quadro 4: Classificação

1 Além, de fixar receitas brutas anuais na identificação das MPEs, a Lei Geral 123/2006, dá a esses empreendimentos a prerrogativa de participar de um regime tributário diferenciado: Simples Nacional ou Super Simples. Nele a política de arrecadação reúne em um único documento "DAS" os principais tributos e contribuições federais, estaduais e municipais como: IRPJ; IPI; CSLL; COFINS; PIS; INSS; ICMS; ISS. Por consequência, simplifica as obrigações principais e acessórias desses tipos de empresas junto ao fisco.

das MPEs a partir do número de empregados.

Porte do empreendimento	Número de empregados	Setor
Microempresas	no máximo 9	Comércio e/ou serviço
Microempresas	no máximo 19	Indústria e/ou construção
Pequenas Empresas	mais de 10 e menos de 49	Comércio e/ou serviço
Pequenas Empresas	com mais de 20 e menos de 99	Indústria e/ou construção

Quadro 4: Classificação de Micro e Pequenas Empresas pelo número de empregados

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras com base em dados do SEBRAE (2013)

De acordo com o Quadro 4, as MPEs não superam a marca de 9 ou 19 colaboradores (quando microempresa), nem superam 49 ou 99 funcionários (quando empresa de pequeno porte). Portanto, tanto o SEBRAE (2013), quanto a Lei 123/2006 estabelecem padrões quantificáveis de parametrização das MPEs, a fim de resguardá-las o direito de acesso a tratamento diferenciado, facilitado, favorecido e participação às políticas de amparo, desburocratização e estímulo empresarial. Além dos padrões de reconhecimento das MPEs, é importante destacar suas origens e evolução, para isto seguir-se-á ao próximo subcapítulo.

2.3 Origem e Evolução Histórica das MPEs

As MPEs, no Brasil, têm sua fase embrionária atrelada às práticas de venda e cultivo de manufaturas desenvolvidas pelos povos indígenas, todavia não se limitavam à subsistência, estendiam-se também ao mercado externo. Assim, embora as atividades econômicas do período colonial não se efetivassem de forma organizada, realizavam-se de forma expressiva em âmbito nacional e internacional desde os anos de 1500 (PALÁCIOS, 2002; SOUZA; MACHADO; OLIVEIRA, 2007).

De forma organizada, vão ocorrer somente com a indústria do açúcar, que pensada como alternativa de ocupação e desenvolvimento do novo mundo, estruturou uma cadeia produtiva, em torno da qual estabeleceu-se inúmeros pequenos negócios. Neste período, muitas MPEs já atuavam na produção agrícola, nas manufaturas, no extrativismo, no setor de serviço e comércio e se intensificaram com a chegada da família real (PRADO JUNIOR, 1945; PALACIOS, 2002).

A vinda da realeza para o Rio de Janeiro, no início do século XIX, causou o aumento demográfico e estimulou mais ainda as atividades voltadas à produção de alimentos. Isso levou pequenos produtores, roceiros, sitianteiros, agricultores e artesãos a comporem um “sistema de abastecimento”. Esta integração otimizou as atividades empresárias e colocou

micro e pequenos empreendedores como principais atores da economia no séc. XIX. Desta forma, na medida em que o Brasil crescia demograficamente, as MPEs acentuaram sua participação, atuando não só na produção e comércio de alimentos, mas também, em vários outros setores (LAPA, 2002; PALÁCIOS, 2002; SOUZA; MACHADO; OLIVEIRA, 2007).

No séc. XXI, ganham status de principal instrumento dinamizador da economia, pois consolidaram seu protagonismo a tal ponto que em 2018, para efeito de ilustração, foram responsáveis por 53,4% do PIB no setor de comércio; 22,5% do PIB no setor industrial; 36,3% do PIB no setor de serviço (IBGE, 2003; SOUZA; MACHADO; OLIVEIRA, 2007; IPEA², 2012; REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO, 2019).

Apesar de todo este percurso, as MPEs não conseguiram atingir status de empreendimentos autossustentáveis, o que se revela contraditório, irracional e ilógico. Portanto, no próximo subcapítulo debater-se-á sobre o Paradoxo das MPEs: principais causa mort's.

2.4 Paradoxo das MPEs: principais causa mort's

Apesar das MPEs terem adquirido status importante, suas contribuições não as salvaguardaram das ameaças de falência. Paradoxalmente revelam-se frágeis e vulneráveis às oscilações do mercado. Em decorrência desta vulnerabilidade, decretam falência em curto período. Assim, quando se confronta os índices de natalidade X mortalidade das MPEs, nota-se que mais de 45% morrem logo nos dois primeiros anos de vida. Como se observa no Gráfico 1 elaborado pelo SEBRAE (2016).



Gráfico 1: Mortalidade e sobrevivência de empresas

Fonte: SEBRAE, 2016

Conforme Gráfico 1, as chances de sobrevivência das MPEs são inferiores a 30%, pois a mortalidade segue até os primeiros cinco anos de vida das MPEs, nos 2 primeiros anos atinge 45% e segue comprometendo a existência de 20% de MPEs mesmo no seu terceiro, quarto e quinto anos de atividade (SEBRAE, 2016; CONCEIÇÃO; SILVA, 2017;

² Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

OLIVEIRA, 2017; PEREIRA, 2019; REVISTA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO, 2019).

Por isso, não se deve presumir que sua intensa participação na economia seja consequência de um perfil potencialmente competitivo, este seria um pensamento débil. Há de se compreender que os fenômenos associados às MPEs são reflexo de um paradoxo compreendido a partir da metáfora da dança das cadeiras, onde, o número de mortalidade acaba compensado pelo alto índice de natalidade.

Sobre isto, tem-se em Velden (2004), Chiavenato (2008), Couto Neto (2012), Conceição; Silva (2017), Oliveira (2017), Pereira (2019), Barbosa; Costa (2020), Ramos; Medeiros (2020), a demonstração de que a mortalidade das MPEs é um fenômeno histórico, permanente, associado a fatores endógenos e exógenos: estes associados a riscos externos (fora do alcance da empresa); aqueles ligados a problemas internos (autogerenciáveis).

Para estes autores, as principais causas de mortalidade estão atreladas à incompetência, inexperiência e falta de habilidade por parte do empreendedor, que gerencia sem planejamento, sem mão-de-obra qualificada; sem investimento em sistemas de controle de informações; sem método adequado de precificação. Eles creditam ainda que, a elevada carga tributária, a dificuldade na captação de créditos e financiamentos, o excesso de burocracia e obrigações junto ao fisco, a ineficácia das políticas públicas etc.; associadas aos efeitos da globalização contribuem para a dissolução de MPEs.

Neste contexto, Velden (2004), SEBRAE (2014), Oliveira (2017), Pereira (2019), Barbosa; Costa (2020), Ramos; Medeiros (2020), concluem que de 100% das MPEs abertas, 50% já iniciam em risco de falência em decorrência de problemas autogerenciáveis, na medida em que optam pelo achismo, senso comum, subjetivismo, arbitrariedade e negligência.

2.5 Normatização das MPEs

As MPEs recebem tratamento normativo desde 1984, quando foi instituído o primeiro Estatuto das Microempresas que as concedia tratamento diferenciado, dispensas fiscais e facilidades creditícias. Dado o alto grau de informalidade das MPEs na época, este estatuto ofereceu poucos ganhos, mas constituiu importante marco, pois pela primeira vez estabeleceu tratamento distinto para pequenas empresas (IBGE, 2003; EVERTON JÚNIOR, 2017).

Outro marco importante foi a promulgação dos Art. 170 e 179 da Constituição Federal de 1988³ que garantiu amparo constitucional às MPEs e resguardou a elas o direito a tratamento diferenciado, simplificado, facilitado, eliminação ou redução de obrigações

3 O Art. 170 básico, no inciso IX, tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte. Embora, em 1995, essa redação tenha sido alterada, pela emenda constitucional nº 6 de 15.8.1995, para «IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede administração no País.», Observa-se que, a essência do Art. 170 fora mantida, assegurando o tratamento favorecido às MPEs e se aprofunda no Art. 179, onde União, Estados, Distrito Federal e Municípios são obrigados a dispensar às microempresas e às empresas de pequeno porte, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei.

administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias. A promulgação destes dois artigos se tornou principal amparo jurídico. Estes artigos serviram para promulgação de outros atos normativos, que ajudaram a resguardar a integridade das MPEs. (OLIVEIRA, 2017; PEREIRA, 2019; BARBOSA; COSTA, 2020).

3 | PREÇO

Dada a natureza polissêmica do termo preço, este estudo se focará na definição apontada pela ciência contábil. Por muito tempo, o processo de precificação fora visto pela contabilidade como uma equação focada apenas no lucro, na qual eram somados: despesas, custos e percentual de lucro pretendido: $P = (C + D + \%L)$. Essa equação, satisfazia sempre que o preço era fixado acima ou igual à somatória dos três elementos da equação. Nessa vertente, o preço ficava limitado à apuração de informações internas e traduzia-se em mero transferidor de expectativas de lucros. Para estes autores, havendo o controle dos custos, havia a elaboração de preço revertido de confiabilidade. Todavia, demais autores discordam dessa tese (MARTINS, 2014; JUNG; DALLAGNOL, 2015).

Embora, este modelo de precificação ainda seja praticado como única ferramenta de precificação, tem-se em Nichele e Milan (2006), Rocha Junior (2012), Jung; DallAgnol (2015) o destaque de que ela é ineficiente, se adotada isoladamente. De acordo com estes autores, o preço não deve servir de mero transferidor de lucros, deve ser reflexo das análises das contingências internas e externas e partir da apuração de custos, apreciação dos objetivos, finalidades, marketing, mercado, demanda, concorrência e clientela.

Isto porque, ele sofre a interferência das variáveis: tempo, espaço, natureza do empreendimento, condições de mercado; e visa o alcance de diferentes finalidades, tais como: participação de mercado; liquidez; cobertura dos custos; retorno sobre ativos e investimentos... (BRUNI; FAMÁ, 2012; ROCHA JUNIOR, 2012; MACHADO; FIORENTIN; SCARPIN, 2015; JUNG; DALLAGNOL, 2015).

Portanto, a gestão de custos é importantíssima para precificação, todavia, o preço não é mero produto dessa ferramenta, mais que isso, é um processo intimamente interligado à política, ao planejamento, às estratégias e aos objetivos pré-definidos e requer a análise de todos os cenários, sejam eles internos ou externos. Deste modo, há a necessidade do monitoramento dos eventos endógenos e exógenos, pois na medida em que as variáveis se alteram, o preço deve mudar para satisfazer as novas contingências (NICHELE; MILAN, 2006; ROCHA JUNIOR, 2012).

O preço costuma ser classificado pela literatura em 4 grupo: i) preços quantitativos; ii) preços qualitativos; iii) preços mistos; iv) preços de demanda. E em 3 correntes teóricas de precificação: i) teoria econômica; ii) teoria de custos; iii) teoria de mercado.

3.1 Preços baseados em aspectos quantitativos

Sob o enfoque quantitativo, Novis, Faria (2015), Souza (2018) afirmam que estão os preços vinculados à informações mensuráveis e monetárias, como: lucro, faturamento de vendas, custos e despesas. O preço de venda é, pois, produto da equação matemática que gira em torno dos custos incorridos (apurados pelo método de: absorção, variável, ABC, entre outros) acrescidos da margem mark-up. Visto que parte da fórmula:

$$\text{mark-up} = 100/[100 - (DV + DF + LP)]$$
$$PV = \text{custo da mercadoria vendida} \times \text{mark-up}$$

Fórmula do preço pelo mark-up

Nele, DV corresponde a despesas variáveis, DF despesas fixas e LP lucro presumido, PV preço de venda. Neste caso, o produto de todos os custos, despesas e impostos incorridos são acrescidos da margem mark-up (margem de lucro estimada pela empresa). O objetivo da precificação neste método é fixar preço que cubra todos os gastos marginais e estruturais e ainda apresentar uma margem de lucratividade para que o capital da empresa seja remunerado. (NOVIS; FARIA, 2015; SOUZA, 2018). Sobre esta classe de preço, tem-se em Bruni; Famá (2004), Novis; Faria (2015), Souza (2018), o debate sobre a limitação deste método se adotado isoladamente.

3.2 Preços baseados em aspectos qualitativos

Sob o enfoque qualitativo estão os preços fixados a partir de informações não monetárias, de ordem social, tais como: diagnóstico do mercado, concorrência, perfil dos clientes; satisfação; gestão de qualidade; marketing; metas sociais. Neste tipo de preço o risco de perda de capital é grande, pois acabam fixados aquém da margem de contribuição, causando a degeneração dos valores cobrados, em função do desconhecimento dos custos (BRUNI; FAMÁ, 2004; NOVIS; FARIA, 2015; SOUZA, 2018).

3.3 Preços baseados em aspectos mistos

Sobre a análise de aspectos mistos, tem-se em Nagle; Holden (2003), Bruni; Famá (2004), Megliorini (2007), Novis; Farias (2015), a ideia de que o preço misto proporciona à empresa visão ampla, precisa e conduz a uma tomada de decisão mais eficaz. Mescla análise qualitativa e quantitativa. Funde elementos de custo e de mercado fazendo o preço extrapolar a ideia da equação $P = D + C + \%L$. Ele parte, pois, da oferta, demanda, concorrência. Portanto, métodos qualitativos e quantitativos não são divergentes, são complementares e devem ser considerados simultaneamente a fim de garantir melhor gestão de preços.

3.4 Preços baseados na demanda

Preços baseados na demanda são fixados a partir da procura e são dados pela relação de proporcionalidade. Quanto maior a preferência do cliente, maior a demanda, melhor a precificação. Nesta relação de proporcionalidade impera o entendimento de “valor”, pois o próprio cliente determina quanto está disposto a pagar em função da confiança, da economia de tempo, da comodidade, da presteza, do atendimento e da satisfação das suas necessidades etc. Por isso, variam de acordo com os benefícios: funcionais; sociais; pessoais e experimentais que podem proporcionar (PADOVEZE, 2003; MEGLIORINI, 2007; LORANDI; BORGES, 2011; PINTO, 2011; ROCHA JUNIOR, 2012; BRUNI; FAMÁ, 2012; MACHADO; FIORENTIN; SCARPIN, 2015; NOVIS; FARIA, 2015).

Portanto, o preço é fruto do valor percebido pelo consumidor, avaliador do custo/benefício da aquisição, julgador dos custos temporais, psicológicos. Para Bruni; Famá (2012), Machado; Fiorentin e Scarpin, (2015), Novis; Faria (2015), esse tipo de preço é focado no cliente e na sua satisfação, por isso há necessidade de investimento em marketing, estudos sociológicos e psicológicos na busca traçar o perfil do público-alvo e elevar sua marca.

3.5 Preços baseados nas teorias de precificação

A classificação dos preços também costuma seguir a divisão tripartite das correntes teóricas da precificação, segundo a qual os preços podem ser categorizados em: i. Teoria econômica; ii. Teoria dos custos; iii. Teoria de mercado (MACHADO; FIORENTIN; SCARPIN, 2015; SOUZA, 2018).

3.5.1 Teoria econômica

O modelo de precificação orientado pela teoria econômica parte da procura e oferta e do modo como estes dois fenômenos interferem na elasticidade do preço para se autorregular. Leva em conta a produção, os custos de produção e as oscilações do mercado. Nele se segue a premissa de que para maximizar lucro é necessário que a escala de produção, o preço de venda, a oferta e a demanda atinjam pontos de equilíbrio capazes de compensar, pois a receita de 1 unidade vendida deve superar ao custo marginal de 1 unidade produzida (MEGLIORINI, 2007; ROCHA JUNIOR, 2012; MACHADO; FIORENTIN E SCARPIN, 2015; SOUZA, 2018).

Padoveze (2003), Pinto (2011), Machado; Fiorentin; Scarpin (2015) reiteram o fato da concorrência e demanda interferirem diretamente nesta modalidade de preço, por isso o marketing, a sociologia e a psicologia são considerados, pois proporcionam o entendimento do perfil consumidor, a curva de demanda, as reações e projeções do mercado a fim de interpretar as variantes que atuam sobre a oferta/demanda.

3.5.2 Teoria dos custos

Na teoria de custos, os preços são projetados a partir do monitoramento das informações internas: custos, despesas, produção e lucratividade. Por isso, é a teoria mais aplicada na indústria pela adequação temporal e pela segurança (LUNKES, 2003; PADOVEZE, 2003).

Tem-se, em Lunkes (2003). Machado; Fiorentin e Scarpin (2015), Souza (2018), a afirmação de que esta teoria deve partir de duas premissas: 1) deve supor que o preço calculado com base nos custos será recepcionado pelo mercado; e 2) deve supor que o percentual de lucratividade cobrirá todos os custos incorridos e remunerará o capital empregado.

3.5.3 Teoria de mercado

O preço de venda proposto pela teoria de mercado é estruturado a partir da competitividade, onde as tendências do mercado demarcam a amplitude da precificação. Tem-se em Machado; Fiorentin; Scarpin (2015), a informação de que nesta teoria, o preço pode ser similar; superior, inferior ou seguir o padrão dominante. Conforme demonstra Quadro 5, a seguir:

Preço Similar	Preço Superior	Preço Inferior	Preço Dominante
preço fixado de acordo com a média do mercado.	preço fixado acima da média do mercado.	preço fixado abaixo da média do mercado.	preço fixado de acordo com o preço dominante no mercado.

Quadro 5: Formas de precificação baseadas na teoria de mercado

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras com base em dados disponíveis em Machado; Fiorentin; Scarpin (2015)

De acordo com essa classificação, o uso de preço similar e dominante revela ingerência, pressupõem que o gestor não fez controle contábil, apenas seguiu tendências aplicando preço médio, ou preço modal. De forma distinta, o uso de preço inferior ou superior pressupõem estratégia de precificação, já que quando se aplica preço inferior (promoções) reconhece-se o intento de ampliar carteira de clientes, quando se majora preço percebe-se a desvinculação do mercado no intento de valorar a marca (MACHADO; FIORENTIN e SCARPIN, 2015).

4 | CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custos produz informações relevantes para a tomada de decisão. De acordo com, Padoveze (2003), Martins (2011), Souza (2018), ela permite que operações como: faturamento, lucratividade, prejuízo, margem de contribuição, custos e ponto

de equilíbrio sejam avaliados, controlados e projetados nas três dimensões temporais: passado, presente e futuro. Mas para a implantação sua implantação fundamental é o conhecimento pleno de todos os fatos e atos da empresa, na medida em que não é possível gerar avaliações, controles, projeções sem uma contabilidade rigorosamente organizada e sem o controle dos custos, despesas, gastos, desembolsos etc. Os métodos de apuração de custos podem ser divididos em custeio por absorção e custeio variável, conforme demonstrado.

4.1 Custeio por Absorção x Custeio Variável

Custeio por absorção e custeio variável são métodos de apuração de custos, que se assemelham quanto ao objetivo, mas distinguem-se quanto a metodologia e finalidade. O primeiro, parte da equação $CP = CV + CF = e$ e aloca todos os custos incorridos ao custo do produto. Embora, seja o único método aceito pela legislação brasileira para efeito fiscal, não produz informações relevantes do ponto de vista gerencial, em razão de aplicar a técnica do rateio. Ao alocar valores rateados atribui aos produtos custos não consumidos, o que gera informações distorcidas e levam a tomada de decisões equivocadas (PADOVEZE, 2003; MARTINS, 2011).

O segundo método, de forma distinta, não é aceito pelo fisco, mas se apresenta como importante ferramenta gerencial. Ele aloca ao custo do produto apenas valores diretamente consumidos (custos e despesas variáveis), isso evita distorções de informação e garante análise mais precisa (PADOVEZE, 2003; MARTINS, 2011).

Diante do exposto, pode se concluir que tais métodos de apuração de custos são complementares, um oferece adequação legal e o outro informações gerenciais valiosas na tomada de decisão. Logo, a contabilidade de custos deve estar presente na rotina administrativa de todo e qualquer empreendimento, apesar disso, a maioria das MPEs não aplicam essa ferramenta por razões específicas: elas não possuem controle de informação de apuração de custos; não tem domínio pleno e organizado das despesas e custos; não fazem controles de vendas; não buscam orientação de profissionais contábeis; e não possuem conhecimento técnico suficiente para implementar a gestão de custos. Portanto, em MPEs não há precificação eficiente, porque também não são ativadas ferramentas de apuração de custos (VELDEN, 2004; CHIAVENATO, 2008; COUTO NETO, 2012; SEBRAE, 2014; SEBRAE, 2016; CONCEIÇÃO; SILVA, 2017; OLIVEIRA, 2017; PEREIRA, 2019).

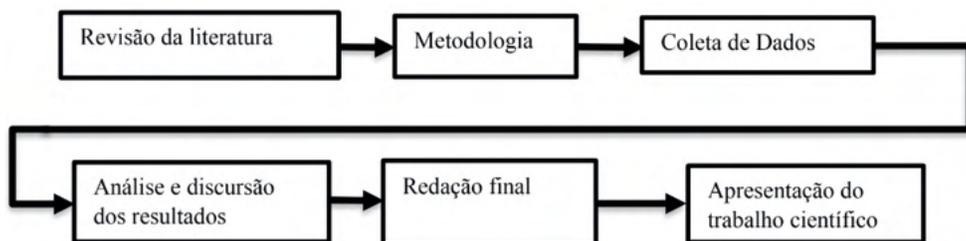
5 | METODOLOGIA DA PESQUISA

Tem-se em Vergara (2000), Fonseca (2002), a informação de que a pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico visa dissecar o objeto de estudo por intermédio do levantamento de ideias já consolidadas. Baseado nisso, este estudo optou pelo método de investigação qualitativo bibliográfica para debater os processos de precificação em MPEs

à luz de postulados teóricos positivados por outros estudiosos a fim de demonstrar de que forma literatura percebe: MPEs, métodos de precificação e gerência de custos.

Desta forma delimitou-se o corpus à materiais publicados preferencialmente entre 2015-2020 e utilizou-se como fontes de informação leis, sites oficiais do governo, revistas, blogs, palestras, artigos científicos, periódicos, teses, teorias de diversas correntes de pensamento fossem eles impressos ou digitais. Pois como indica Barros, Leheld (2020), Lakatos, Marconi (2017), Gil (2008) a verdade de um objeto só é passível de compreensão se submetido a um cuidadoso método de investigação, a uma constante análise de observação e ao confronto de ideias.

A coleta de dados se deu com intento de formular novas interpretações, por isso após coletados, resumidos e estruturados foram para análise e reconstrução de novos entendimentos do objeto de estudo. Assim, as etapas do presente estudo deram-se conforme fluxograma a seguir:



Através da pesquisa qualitativa bibliográfica este estudo pode chegar a inúmeros resultados sobre o processo de precificação em micro e pequenos empreendimentos, resultados apresentados no próximo capítulo: considerações finais.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A expansão dos mercados somadas a forte integração econômica deram origem a um mundo turbulento, onde grandes, médios, pequenos e micro negócios, tornaram-se obrigados a acompanhar a avalanche de transformações. Conforme defende Drucker (1999) a “Era de descontinuidade” que se caracteriza pela mudança acelerada sem etapas sucessivas e sem lógicas, exigiu e exige a constante adaptação aos novos meios tecnológicos de gestão.

Neste contexto, as MPEs muito mais que outros portes de empreendimento sofrem pressão, pois reconhecem a necessidade de se adaptar, mas não dispõem de estrutura financeira, administrativa, operacional para atender às transformações demandadas pelo novo cenário.

Diante disso, o estudo “O Processo de Precificação em Micro e Pequenos Empreendimentos”- com o objetivo geral de demonstrar de que modo as MPEs precificam

bens e serviços para se manter competitivas no cenário globalizado e com o intuito de responder ao problema de pesquisa: “quais elementos são considerados no ato da precificação?”- constatou por meio de estudo bibliográfico que a precificação em MPEs se concretiza de forma a comprometer seu processo de integração e permanência no mercado globalizado, isso porque, aplicam métodos de precificação parcial ou totalmente desprovido de técnica contábil.

As suposições levantadas confirmaram-se, pois se pôde comprovar que o processo de precificação em MPEs se efetiva de forma limitada, posto que se operacionaliza sem: controle de variáveis externas/internas; sem contabilidade organizada; sem plano de precificação; sem apuração de custos, despesas, avaliação de mercado; sem entendimento do público-alvo. O efeito desta limitação é presente em mais de 50 % de MPEs que desvinculam preço de aspectos qualitativos, quantitativos, mistos e de demandas, e formulam preços sem bases confiáveis.

A ausência destas análises leva-as à reprodução de preços modais ou médios ou à formulação de preços sem base confiável, em função do total desconhecimento da contabilidade de custos, fundados apenas em apurações parciais, indevidas e inadequadas. Isso, conseqüentemente impede o preço de se constituir como ferramenta estratégica de gestão e leva à formulação de preços pautados no senso comum.

Assim, embora, a literatura destaque que o preço esteja para atender os objetivos, metas e finalidades do empreendimento e apesar de reconhecer sua importância na gestão, o estudo revelou que micro e pequenos empreendedores não se atentam a esta importância acastelam práticas de precificação pautadas no empirismo, senso comum.

Neste cenário, as MPEs, surgidas no Brasil no período colonial, comumente reconhecidas por limites de faturamento e pelas vantagens burocráticas, creditícias, fiscais, governamentais, entram em falência principalmente em decorrência de fatores internos associados à precificação.

Sobre isso, esta pesquisa constatou que as MPEs se constituem como suicidas e o preço é a arma que atenta contra o próprio empreendimento, pois ELE e a ausência de planejamento, apresentam-se constantemente como causas de falência. Neste sentido, não planejar preços, não planejar estratégias de venda, não formular objetivos gerenciais de precificação, não definir previamente metas a alcançar é lugar comum, na medida em que MPEs iniciam sem saber onde, quando, como, porque empreender e sem saber quanto, como, porque precificar.

Os debates teóricos sobre precificação revelaram que o preço não é simplesmente valores monetários cobrados ou pagos em uma transação de compra e venda, na perspectiva contábil, ele representa elemento de gestão subordinado à demandas, e como tal é representado pela literatura pela diversidade de métodos e análises que devem ser consideradas de forma conjunta e simultânea para que seja fixado de modo a atender as contingências empresariais, porém MPEs não aplicam essa ferramenta a forma a favorecer

a gestão do empreendimento.

Portanto, micro e pequenos empreendedores não acompanharam as mudanças paradigmáticas mercadológicas, as tendências de globalização sobre preço, não se adaptaram à nova tecnologia de gestão de preço e ainda acastelam velhas rotinas, voltadas apenas para a conservação dos processos antes incorporados. Com pouca atenção às questões de gestão e controle, perdem mercado e entram em falência por assumirem ações defasadas e inadequadas para os tempos atuais, isso demonstra pouco rigor na formulação do preço e total descaso e falta de qualificação para a precificação, evidente na ausência da contabilidade de custos.

Isso ilustra que nem o passado histórico, nem as constantes reformulações legais têm conseguido garantir sobrevivência à maioria das MPEs, porque o problema se localiza não só nos fatores exógenos, mas também endógenos, na desinformação, na desqualificação, na falta de planejamento para uma boa política de precificação. Sobre isso, Couto Neto (2012) e Oliveira (2017) defendem que as MPEs, só sobreviverão quando assumirem perfil empreendedor, criarem estratégias de precificação, estabelecerem metas, estudarem público-alvo, desenvolverem sistemas de controle de custos, avaliarem o mercado e colocarem em prática conhecimentos técnicos e teóricos sobre precificação, gestão, marketing e extrapolarem a senso comum de ver preço como mero transferidor de lucro.

Isso significa que, a morte prematura das MPEs que tem frustrado a permanência delas ao longo do tempo, só será mitigado na medida em que houver a busca por modernização operacional, contábil, estratégica, planejamento, e principalmente uso de métodos adequados de precificação.

Assim, fazendo uma adaptação da lei de Darwin, pode-se concluir que a globalização imprimiu aos negócios a obrigatoriedade à evolução, todo e qualquer negócio que se recuse à mudança tende a desaparecer, somente os mais potencialmente adaptáveis sobreviverão. Nesta vertente, se as MPEs seguirem na recusa à evolução tecnológica em todos os seus sistemas operacionais e especialmente no seu sistema de precificação, lamentavelmente os altos índices de mortalidade permanecerão, tanto porque a competitividade e cenário atual não toleram mais o atraso técnico, quanto porque constituem um seguimento naturalmente mais vulnerável à globalização. Deve, portanto, buscar caminhar no ritmo dos grandes negócios, se quiser sobreviver.

Logo, para que a modernização em MPEs se efetive de fato na Era da globalização, fundamental é dar continuidade à produção acadêmica para que se possa conhecer este objeto de estudo a partir de novas perspectivas e novos ângulos. Neste sentido, sugere-se que, a partir do estudo aqui realizado, produzam-se outras pesquisas e projetos que demonstrem o processo de precificação em micro e pequenos empreendimentos por outros vieses.

Sugere-se, por exemplo, um estudo bibliográfico comparativo do processo de

precificação adotado em MPEs e o adotado em médias/grandes empresas, a fim de identificar em quais aspectos se parecem e se divergem. Outra indicação é desenvolver estudo de caso de MPEs que adotem método de precificação eficiente, a fim de demonstrar como se comportam frente a precificação. Por fim, esta pesquisa também pode ser usada para fundamentar e justificar a necessidade de criação de projetos que mitiguem a mortalidade das MPEs através da implementação de políticas públicas de orientações, capacitação e formação técnica sobre precificação para este porte de empreendimento.

REFERÊNCIAS

BARROS, A. J. S. e LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia: Um Guia para a Iniciação Científica**. 2 Ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

BARBOSA, João Marcelo A.; COSTA, Gizelly De Araújo. **A Importância Da Educação Financeira Nos Micros E Pequenos Empreendimentos**. Belém/Pa, 2020.

BRASIL. **Lei complementar. Lei nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em: 13 de fev. de 2020.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços. Com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. São Paulo: Atlas, 2004. 3. ed.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CONCEIÇÃO, Ariane Fernandes da; SILVA, Evandro Júnior Pereira da. **Os Principais Fatores Condicionantes da Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas nos seus Primeiros anos de existência**. In: *Ágora: A revista científica da FaSaR*. Ano I, nº02. dezembro, 2017.

COSTA, Aline Pereira Neves da; LEANDRO, Luiz Alberto de Lima. **O Atual Cenário das Micro e Pequenas empresas no cenário do Brasil**. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos16/14924134.pdf>>. Acesso em: 01 de fev. 2020.

COUTO NETO, Milton Henrique do. **Micro e Pequenas Empresas**. 2012. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/miltonh/micro-e-pequenas-empresas-201201>>. Acesso em 15 fev. de 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de Custos e Formação de Preços: Conceitos, Modelos e Instrumentos: Abordagem do Capital de Giro e da Margem de Competitividade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DRUCKER, Peter F. **Administrando em Tempos de Grandes Mudanças**. São Paulo: Pioneira, 1999.

EVERTON JÚNIOR, Antônio. **MPE: avanços importantes para as micro e pequenas empresas 2017-2018**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2017.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HANSEN, Don R.; MOWEN, Maryanne M. **Gestão de custos: contabilidade e controle**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003

IPEA- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento**. Org. Anselmo Luís dos Santos, José Dari Krein, Andre Bojikian Calixtre. Rio de Janeiro: Ipea, 2012.

JUNG, Patrícia; DALLAGNOL, Roberto M. **Formação de Preços em Hotelaria: Um Estudo de Caso**. Fronteira Sul, 2015. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056059006.pdf>> Acesso em: 18 de mai. de 2020.

LAPA, Jose Roberto do Amaral. **O Interior da Estrutura**. In: SZMNECSANYI, Tamás. (Org.). **História Econômica do Período Colonial**. São Paulo: Hucitec, 2002, v. , p. 163-171.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LEONE, R. J. G.; LEONE, N. M. C. P. G. **Pequenas e médias empresas: contribuições para discussão sobre por que e como medir o seu tamanho**. In: Revista do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar – RaUnP. Rio Grande do Norte, 2012.

LORANDI, Joisse Antonio; BORGES, Thaianne Flor. **Processo de precificação estratégica em indústria de roupas de acessórios de neoprene**. In: IV Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade. Florianópolis, 2011. Disponível em: <<http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/anais/4CCF/20101109072645.pdf>>. Acesso em: 17 de out. de 2019.

LUNKES, R. J. **Uma contribuição à formação de preços de venda**. In: Revista Brasileira de Contabilidade. n. 141, p. 51-57, mai./ jun., 2003.

MACHADO, Débora Gomes; FIORENTIN, Marlene; SCARPIN, Jorge Eduardo. **Formação de preços: Um Estudo em Empresas do Setor Metalúrgico do Estado de Santa Catarina**. In: Revista de Administração e Contabilidade- CNEC Edigraf- Ano 14 - n. 28 - jul/dez, 2015.

MARTINS, J. G. F. **Proposta de Método para Classificação do Porte das Empresas**. 2014.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 2. ed. rev. ampl.

NAGLE, T.T.; HOLDEN, R.K. **Estratégias de preços**. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

NICHELE, M.; MILAN, G. S. **Fundamentos estratégicos e decisões de preço**. In: MILAN, G.S.; BRANCHI, N. V. L. (org.). *Administração mercadológica: teoria e pesquisas*. Volume 2. Caxias do Sul: EDUCS, 2006. cap. 7, p. 151-180.

NOVIS, Anna Teresa Moraes; FARIA, Carolina Jorge de. **Análise dos métodos de precificação aplicados ao setor de educação: um estudo de caso**. Rio de Janeiro, 2015.

OLIVEIRA, Victor. **Relevância e Principais Causas de Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas de São Paulo**. 2017. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/relevancia-e-principais-causas-de-mortalidade-das-micro-e-pequenas-empresas-no-estado-de-sao-paulo>> Acesso: em 04 de Abr. 2020.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Curso Básico Gerencial de Custos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

PALACIOS, Guilherme. **A Agricultura Camponesa e Plantations Escavistas no Nordeste Oriental Durante o Século XVIII**. In: SZMNECSANYI, Tamás (Org.). *História Econômica do Período Colonial*. São Paulo: Hucitec, 2002.

PEREIRA, Rodrigo Carlos Marques. **Fatores de Mortalidade de Micro e Pequenas Empresas: um estudo sobre o setor de serviços**. 2019. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/195_Mortalidade_nas_MPEs.pdf><http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/5943>> Acesso em: 20 de mai. de 2020.

PINTO, Leonardo José Seixas. **Formação do Preço de Venda e Estratégias de Precificação: o Caso da Leader Magazine**, 2011.

PRADO JR., Caio. **História Econômica do Brasil**. 1ª edição de 1945. São Paulo: Brasiliense, 1995.

RAMOS, Angélica Beatriz Ferreira Bizerra; MEDEIROS, Kayo Wenner Santana Da Silva. **Os Fatores que Influenciam a Gestão de Estoque em Micro e Pequenas Empresas**. Belém/Pa, 2020.

Revista Brasileira de administração: Âncoras da Economia, nº130, Maio/Junho de 2019 Disponível em:<<https://online.flippingbook.com/view/1003310/34/>>. Acesso em: 22 de abr. 2020.

ROCHA JÚNIOR, Cristiano Batista. **Precificação estratégica: um estudo de caso em prestadoras de serviços automotivos**. In: Monografia - Curso de Ciências Contábeis, Departamento de Centro Sócio Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: <[https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/103707/Cristiano Batista da Rocha Junior.pdf?sequence=1](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/103707/Cristiano%20Batista%20da%20Rocha%20Junior.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 30 jan. 2020.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**. São Paulo, 2013. 6ª edição. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf> Acesso em: 22 e jan. de 2020.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Causa Mortis: O Sucesso e o Fracasso da Empresa nos Primeiros 5 anos de Vida.** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf> Acesso: em 22 de Jan. 2020.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sobrevivência das Empresas no Brasil, 2016.** Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>>. Acesso em 15/01/2020

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Perfil das microempresas e empresas de pequeno porte, 2018.** Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RO/Anexos/Perfil%20das%20ME%20e%20EPP%20-%2004%202018.pdf>> Acesso em: 10 de mai. de 2020.

SOUZA, José Henrique; MACHADO, Lindinalva Candida; OLIVEIRA, Cilene Aparecida Silva de. **As Origens da Pequena Empresa no Brasil. In: Revista da Micro e Pequena Empresa.** Campo Limpo Paulista, v.1, n.1, p.53-65, 2007.

SOUZA, Alison Aires de. **A Abordagem do Valor na Formação do Preço de Venda: wuxm Estudo no Ambiente Business-to- Business Brasileiro.** São Paulo, 2018.

VELDEN, Marcelo Sabino de Oliveira Vander. **Causas da Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil.** Ed. UNICAMP- Universidade Estadual de Campinas: IE-Instituto de Economia/ Monografia. Campinas, 2004.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 3, 1, 62, 68, 74, 75, 87, 97, 99, 113, 114, 116, 117, 163, 178, 191, 222, 239, 240, 243, 246, 247, 257, 258, 259, 260, 271, 272, 293, 295, 309, 310, 311, 321, 322, 329, 332, 345

Agronegócio 6, 140, 141, 142, 143, 163, 164, 166, 167, 168, 169, 177, 178, 179

B

Big Data 48

Blockchain 206, 207, 209, 210, 211

Brasil 8, 12, 44, 64, 74, 75, 85, 86, 91, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 107, 108, 111, 113, 115, 129, 146, 163, 164, 166, 168, 169, 177, 178, 186, 207, 241, 245, 246, 254, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 263, 264, 268, 271, 272, 282, 283, 291, 292, 294, 296, 297, 298, 310, 311, 312, 314, 316, 321, 324, 341, 342

C

Cadeia de abastecimento 31, 35

Cadeia Produtiva 6, 163, 164, 169, 172, 176, 177, 235, 237, 238, 243, 245

Capitalismo 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 299, 309, 321

Cliente 57, 73, 127, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 158, 159, 189, 234, 235, 250, 325, 326, 327, 329, 330, 331, 337, 338, 339, 342

Comércio 2, 8, 9, 11, 12, 14, 245, 246, 256, 271, 308, 316, 317

Complexidade 6, 27, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191

Comunicação 45, 68, 71, 104, 105, 139, 190, 207, 227, 284, 287, 320, 321, 325, 328, 329, 330, 331, 332, 334, 337, 339, 345

Confiança 48, 186, 222, 226, 230, 232, 233, 234, 238, 250, 315, 318, 322

Conhecimento 2, 19, 44, 45, 46, 48, 50, 62, 63, 67, 72, 73, 79, 80, 89, 96, 141, 165, 170, 171, 176, 186, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 252, 267, 270, 285, 286, 288, 291, 314, 317, 328, 334

Consumidor 5, 18, 30, 32, 84, 105, 133, 148, 150, 151, 152, 153, 158, 159, 164, 165, 169, 172, 177, 250, 319, 326, 327, 330, 331, 338

Consumo 4, 3, 4, 16, 17, 18, 19, 22, 29, 30, 31, 32, 46, 77, 85, 91, 93, 104, 168, 169, 236, 237, 327, 338

Covid-19 6, 103, 115, 120, 206, 207, 209, 210, 211

Cultura 5, 44, 46, 47, 49, 56, 58, 60, 66, 67, 68, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 87, 89, 91, 93, 95, 97, 98, 101, 114, 115, 127, 172, 176, 227, 264, 311, 313, 322

D

Desafios 3, 6, 8, 17, 31, 64, 116, 163, 168, 182, 207, 210, 293, 294, 300, 301, 303, 305, 307, 308, 309, 311, 312, 313, 315, 317, 318, 320

Desenvolvimento Regional 6, 85, 163, 172, 178

E

Economia 4, 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 25, 31, 34, 81, 92, 103, 107, 109, 115, 168, 175, 177, 178, 179, 224, 241, 243, 246, 247, 250, 258, 259, 260, 263, 264, 269, 272, 280, 281, 284, 293, 311, 319, 345

Empreendedorismo 7, 25, 88, 90, 241, 243, 256, 263, 264, 271, 284, 293, 294, 297, 298, 299, 302, 304, 309, 310, 311

Empresa 6, 180, 240, 258, 259, 267, 271, 316, 322

Estado 7, 1, 3, 5, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 32, 48, 51, 60, 65, 71, 72, 90, 91, 102, 107, 108, 110, 118, 129, 136, 139, 165, 194, 203, 229, 257, 258, 262, 263, 273, 275, 277, 279, 297, 298, 299, 316, 333

Estratégia 6, 24, 28, 71, 84, 108, 110, 184, 206, 207, 236, 251, 263, 327, 329, 345

F

Feminismo 293, 294, 295, 296, 309, 310, 311

Finanças 1, 9, 173, 281, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 340

FORU 5, 130, 133, 134, 135

Futebol 8, 323, 324, 325, 332, 339, 340

G

Gestão 3, 4, 7, 8, 12, 19, 20, 24, 27, 28, 44, 45, 50, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 78, 83, 84, 87, 88, 89, 101, 102, 104, 105, 107, 108, 113, 114, 116, 117, 118, 163, 165, 166, 170, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 190, 191, 192, 206, 208, 209, 210, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 235, 236, 237, 238, 240, 241, 242, 243, 244, 248, 249, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 291, 292, 310, 311, 312, 313, 315, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 325, 329, 345

Governança corporativa 76, 79, 80, 86, 87, 88, 89, 90, 94, 96, 97, 99

I

Incerteza 81, 82, 95, 180, 182, 183, 184, 186, 187, 189

Informação 44, 45, 46, 47, 48, 49, 81, 91, 104, 140, 189, 206, 207, 210, 230, 232, 234, 243, 251, 252, 253, 265, 267, 270, 281, 282, 283, 284, 287, 326, 330

Inovação 5, 28, 31, 66, 88, 89, 94, 139, 143, 144, 166, 168, 206, 210, 222, 223, 224, 225,

226, 227, 228, 229, 230, 231, 233, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 244, 263, 264, 272, 345
Inteligência emocional 4, 62, 63, 70, 71, 72, 73, 74

L

Liberal 1, 2, 5, 10, 14, 15

Liderança 4, 8, 62, 63, 64, 66, 68, 69, 71, 72, 73, 226, 284, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322

M

Marca 5, 60, 105, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 158, 159, 245, 250, 251, 332

Marketing 8, 24, 26, 29, 33, 97, 105, 114, 116, 131, 136, 137, 149, 151, 152, 160, 161, 162, 168, 178, 212, 236, 248, 249, 250, 255, 304, 316, 323, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 334, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344

Mercado 8, 1, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 31, 52, 54, 57, 63, 66, 68, 69, 72, 73, 78, 85, 99, 101, 105, 107, 121, 124, 125, 128, 131, 139, 144, 145, 151, 164, 165, 166, 169, 172, 173, 176, 177, 186, 224, 225, 234, 241, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 254, 255, 257, 261, 264, 265, 266, 268, 269, 272, 276, 284, 288, 293, 294, 295, 297, 298, 301, 302, 306, 308, 310, 312, 313, 314, 316, 317, 319, 320, 322, 324, 328, 332, 337

Moçambique 7, 281, 282, 283, 284, 285, 289, 291

Mulher 8, 82, 175, 293, 294, 295, 296, 297, 302, 305, 308, 309, 312, 313, 314, 316, 317, 318, 320, 321, 322, 323, 324, 339

N

Nacional-Intervencionista 1, 2, 14

Need to know 46, 47, 50

Need to share 4, 44, 45, 50

O

Organização 11, 14, 47, 68, 104, 186, 207, 295, 311

P

Pandemia 6, 52, 57, 103, 115, 206, 207, 210, 211

Privacidade 44, 47, 48, 49, 50

Projetos 6, 89, 100, 101, 103, 109, 111, 112, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 224, 226, 234, 237, 255, 256, 257, 259, 341

R

Responsabilidade Social 5, 100, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 114, 116

S

Segurança 17, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 64, 83, 86, 111, 172, 188, 190, 196, 198, 201, 208,

210, 251, 266, 270, 282, 285, 300, 314, 345

Serviços 3, 5, 7, 11, 15, 49, 66, 102, 104, 106, 107, 109, 110, 139, 143, 144, 145, 189, 210, 211, 223, 224, 227, 229, 241, 243, 254, 256, 257, 258, 281, 282, 283, 284, 285, 289, 290, 294, 295, 297, 302, 303, 310, 314, 326, 328, 332

Socialismo 1, 2, 5, 13, 14

Socialista 1, 2, 6, 13, 15

Sociedade 1, 3, 2, 5, 6, 10, 13, 14, 45, 48, 49, 76, 77, 80, 82, 83, 85, 87, 92, 96, 98, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 113, 117, 264, 283, 284, 285, 291, 293, 295, 298, 302, 303, 305, 308, 309, 311, 332, 345

Sustentabilidade 16, 17, 18, 19, 27, 29, 79, 87, 97, 106, 174, 176, 177, 327

T

Trabalho 3, 5, 6, 8, 1, 3, 4, 7, 12, 18, 19, 24, 45, 63, 64, 66, 69, 72, 73, 76, 78, 79, 81, 83, 85, 86, 90, 91, 92, 93, 95, 98, 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 139, 140, 175, 182, 184, 185, 187, 190, 195, 206, 207, 209, 210, 226, 228, 229, 234, 235, 237, 257, 258, 261, 264, 265, 270, 271, 272, 288, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313, 314, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 326, 333

V

Valor 5, 5, 7, 17, 29, 30, 31, 32, 45, 49, 55, 56, 57, 82, 87, 92, 96, 99, 124, 130, 136, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 157, 158, 159, 175, 177, 189, 224, 225, 227, 231, 234, 250, 259, 264, 289, 294, 304, 308, 325, 327, 330, 331, 333, 337, 338, 339

Varejista 8, 164, 312, 313, 317, 318, 320

Voluntariado 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117

AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

Estudos organizacionais e sociedade

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

**Atena**
Editora

Ano 2021

AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

Estudos organizacionais e sociedade

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Atena
Editora

Ano 2021