



CENTRO UNIVERSITÁRIO MÁRIO PALMÉRIO –
UNIFUCAMP - CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PRISCILA ANTÔNIA DE ALMEIDA SOUZA

**A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE NA MENSURAÇÃO DE
RESULTADOS EM EMPRESAS DE E-COMMERCE**

**MONTE CARMELO
2022**

PRISCILA ANTÔNIA DE ALMEIDA SOUZA

**A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE NA MENSURAÇÃO DE
RESULTADOS EM EMPRESAS DE E-COMMERCE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Centro Universitário
Mário Palmério – UNIFUCAMP para a
disciplina de TCC ministrada pela
Prof.^a Me. Simone Teles da Silva Costa
como requisito para obtenção do título
de Bacharel em Ciências Contábeis.

**MONTE CARMELO
2022**

A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE NA MENSURAÇÃO DE RESULTADOS EM EMPRESAS DE E-COMMERCE

Priscila Antônia de Almeida Souza
Simone Teles da Silva Costa

RESUMO

Este estudo se define por uma análise sobre a importância da Contabilidade para as empresas de E-commerce. Nesse sentido, a pesquisa debate o conceito e o significado de Contabilidade ao longo do tempo, de como ela é vista nos dias atuais e como ela se relaciona nas questões relativas às empresas de comércio eletrônico. Este artigo se assenta no método de discussão bibliográfica e debate analítico e descritivo, e se propõe a discutir os principais conceitos e ideias acerca das relações entre a ciência contábil e as empresas de E-commerce. Os resultados apontam para a importância da presença da Contabilidade e das demonstrações contábeis para o E-commerce.

PALAVRAS-CHAVE: Contabilidade; Mensuração de Resultados; E-commerce.

ABSTRACT

This study is defined by an analysis of the importance of Accounting for E-commerce companies. In this sense, the research discusses the concept and meaning of Accounting over time, how it is seen today and how it relates to issues related to e-commerce companies. This article is based on the method of bibliographic discussion and analytical and descriptive debate, and proposes to discuss the main concepts and ideas about the relationship between accounting science and e-commerce companies. The results point to the importance of the presence of Accounting and financial statements for E-commerce.

KEYWORDS: Accounting; Measurement of Results; E-commerce.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa procura analisar a importância da contabilidade como ferramenta para empresas de e-commerce. Este artigo se utiliza de pesquisas materiais escritas, revistas e artigos nas plataformas digitais, como Scielo e Google Academia, dando um caminho de base teórico-metodológica e investigação científica, analisando como se dá o funcionamento das empresas em vista a sistemas direcionados às atividades internas e externas dados pelos avanços tecnológicos, problematizando os modelos da natureza societária, as formas comuns de tributação das empresas, e analisando os paralelismos das obrigações fiscais e tributárias de empresas físicas e digitais.

É mister a constatação de que mercado digital cresce exponencialmente, abrindo possibilidades comerciais para as empresas, com foco na produção de produtos especializados no gosto dos clientes. Para que as empresas possam manter um desenvolvimento ascendente e significativo, é necessário que estas se adequem às novas premissas tecnológicas. Em que profissionais capacitados e tecnologia de ponta possam ofertar às empresas uma estrutura de desenvolvimento seguro (KOTLER, 2017).

A importância dessa pesquisa vai além das questões do simples mercado digital, mas de sua modificação em função da presença do distanciamento social durante a Pandemia da covid-19. A partir do distanciamento social, o e-commerce se viu diante de um novo cenário próspero, mas ao mesmo tempo desafiador. Entretanto, o cerne dessa pesquisa está calcado na análise da exploração no mercado digital no cenário pós-Covid, suas consequências e possibilidades a partir de 2022.

Como objetivo geral, este artigo propõe examinar a importância do controle do vasto número de informações e medição de resultados, levando em conta a importância do nível de gestão qualificada de um negócio digital norteado por métodos e conhecimentos próprios do universo da contabilidade. Analisa-se, portanto, a dinâmica das relações de natureza gerencial de entidades virtuais, e a decorrência dos processos da readaptação das comunidades no pós covid-19, levando em conta suas premissas ainda anteriores de legalidade e sustentabilidade.

A problemática da pesquisa é alicerçada no debate bibliográfico que possa aprofundar a discussão do tema, em forma de questão (MAZUCATO, 2018).

Dessa forma, e mais precisamente: quais os valores podem ser explorados na contabilidade ao figurar como ferramenta indispensável em um ambiente comercial,

dado sua quantidade significativa de trânsito informacional e a mensuração de resultados? Em relação à questão do método adotado nesta pesquisa, partiu primeiramente da necessidade em investigar as vicissitudes técnicas informacionais para o público acadêmico e também para a prática do exercício do cruzamento funcional entre Ciências Contábeis e o e-commerce – facilitando aos futuros pesquisadores e aos interessados nessa relação profícua – Contabilidade e E-commerce – a possibilidade de terem um estudo que seja ancorado em métodos científicos que visam estabelecer a ligação entre teoria e prática.

É preciso enfatizar que esta pesquisa caminha em um híbrido entre discussão teórico-metodológica e visão estratégica, ao analisar as práticas e ferramentas, bem como o universo teórico e prático acerca da temática, transformando-se, objetivamente, em um estudo que possa colaborar com a gestão financeira e empresarial inseridas em um contexto de comércio eletrônico.

A pesquisa se pretende estabelecer de forma analítico-descritiva, se valendo de diversos estudos divididos, entre os clássicos estudos sobre e-commerce e os artigos mais recentes que examinam tanto o seu valor e o valor das ciências contábeis nesse ramo, quanto o momento pelo qual passamos durante a Pandemia do covid-19 e de sua atuação nesse contexto histórico. Os principais artigos estão sendo coletados nas plataformas digitais do Scielo, Google Academy e outras plataformas institucionais (como páginas de universidades), de congressos, estudos de caso e debates acerca do tema.

O objetivo ou fim principal desse estudo se ancora na análise de discussões que estudam a contabilidade como ferramenta indispensável para gerir uma empresa no universo virtual, pensando a relevância da utilização das ciências contábeis na gestão financeira e empresarial de empresas do mundo virtual.

Quanto à questão da fundamentação teórica, este estudo ainda se corrobora no encontro dos pontos principais da investigação do tema. Torna-se, assim, uma análise estrutural que faz um balanço teórico de tudo que foi atualmente publicado por diversos analistas que abordam essa temática.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é utilizado para a confirmação ou contradição inserida no

âmbito da problemática aqui elencada, lembrando sempre que o estudo teórico também deve ser crítico às falas e conceitualizações dos autores.

Qualquer análise acadêmico-científica precisa que haja bases teóricas sólidas, mesmo que colhidas de forma virtual e/ou matéria, pois isto facilita o mergulho quantitativo e qualitativo de qualquer estudo. E este não foge ao propósito. (AMORIM, 2016).

2.1. A Contabilidade

Quando se tenta conceituar a contabilidade, vários autores entendem que ela é uma forma de manipular, interpretar e identificar fatos e atos contábeis ocasionados através de transações e decorrências do patrimônio de uma entidade (MONTOTO, 2018).

Os patrimônios empresariais podem ser classificados como bens e direitos que são representados pelo resultado da soma de ativos e passivos. Desta forma, a contabilidade tem como premissa a prática dos entendimentos contábeis através de registros e demonstrações de resultado de exercício, a auxiliar empresas em suas mais diversas situações, e analisar fatos e atos advindos das operações das empresas em um determinado espaço de tempo (LYRIO, 2015).

De acordo com Montoto (2018) a Contabilidade é uma ciência social que se destina a estudar o patrimônio de um ente econômico-administrativo, pessoa física ou jurídica, objetivando encontrar registros classificados e sintetizados dos fenômenos que transcorrem de determinadas situações.

Ao atuar no patrimônio de forma direta, a contabilidade carrega a premissa de analisar como e onde os recursos são empregados, e também o seu retorno visando a lucratividade de determinada empresa ou entidade. Ainda, a Contabilidade fiscaliza, identifica e classifica as mais diversas informações financeiras (LYRIO, 2015).

Ainda de acordo com Montoto (2018), contabilidade é imprescindível para a saúde financeira das empresas, pois estuda seus negócios diretamente relacionados ao patrimônio. Qualquer bom empreendimento é baseado na apresentação da lucratividade e do retorno do investimento primário, de forma ampla e orgânica, tornando-se possível através da implementação do conhecimento adquirido do profissional formado na área das ciências contábeis (MONTOTO, 2018).

O profissional em ciências contábeis deve ter a capacidade de trabalhar diretamente com os números e as informações patrimoniais de uma empresa, tornando-

se o responsável em identificar e analisar os dados provenientes das transações e operações que produzem efeitos no patrimônio das empresas, em toda área econômica e patrimonial. Além do mais, o profissional em contabilidade deve apresentar relatórios que privem pela transparência a respeito das informações fiscais das atividades praticadas pela pessoa jurídica (MONTOTO, 2018).

Lyrio (2015) enfatiza que a contabilidade se responsabiliza pela análise dos custos, receitas obtidas, despesas, e a lucratividade, objetivando a saúde financeira de determinada empresa, baseada em demonstrações de ativos e passivos. Além disso, as análises tecidas a partir da contabilidade devem ir além da interioridade da empresa, identificando fatores externos que influenciam direta ou indiretamente na natureza de sua atuação, analisando e verificando o funcionamento da entidade.

2.2 A importância das informações nas demonstrações contábeis

A elaboração dos relatórios contábeis pode orientar os gestores para as decisões viáveis dos seus negócios, além de se tornar um ponto de referência a se destacar frente aos concorrentes. Além disso, os relatórios contábeis orientam e analisam todas as informações financeiras a respeito do patrimônio, tornando viável a elaboração de estratégias a curto, médio e longo prazo. Contudo, a importância destes relatórios é muitas vezes ignorada pelos gestores. (DAVID et al., 2016).

Neste sentido, há fatores que podem promover um gerenciamento mais efetivo: a ausência de controle financeiro; a questão de estoque; a precariedade de planejamento estratégico; a falta de conhecimento das leis relacionadas com a contabilidade; a distinção precária dos ativos da entidade; entre outros (DAVID et al., 2016).

Para além destas questões, o profissional de contabilidade deve levar em conta a necessidade de outros fatores para somar à eficácia do controle nas demonstrações. Entre estes fatores estão a análise de indicadores financeiros e econômicos; a análise horizontal e vertical; a análise sobre o retorno dos investimentos; análise das demonstrações das origens e aplicações de recursos; dos fluxos de caixa e da demonstração de valor adicionado (MOURA, FRANZ, CUNHA., 2015).

Todas estas questões precisam ser elencadas e praticadas a fim de se obter êxito no processo das demonstrações contábeis. Embora a contabilidade tenha uma importância cabal para a tomada de decisões, ainda há profissionais e empresas que desconhecem as funcionalidades que os relatórios contábeis podem servir de apoio e direcionamento para processos decisórios (MOURA, FRANZ, CUNHA. 2015).

Colocadas estas premissas, é preciso que a contabilidade seja encarada como um item primordial na organização empresarial, e não ser vista unicamente como um

instrumento para as obrigações fiscais ou arquivistas. As demonstrações contábeis podem ser utilizadas como ferramenta de apoio imprescindível para o crescimento e manutenção empresarial (MORAIS; BARRETO JÚNIOR, 2019).

Outros fatores que devem ser levados em conta para um equilíbrio de uma entidade através das demonstrações contábeis são: a informações de longo prazo relativo às receitas e despesas; a destinação de investimentos financeiros; o planejamento estratégico por meio de relatórios para tomada de decisão; o controle do seu estoque; e o desempenho do fluxo de caixa das entradas e saídas, entre outros (ARAÚJO, 2018).

Desta forma, torna-se mister compreender que uma empresa pode se tornar mais eficiente e objetiva em seu desenvolvimento e sua manutenção financeira quando leva em conta a importância das demonstrações contábeis como ferramentas de gestão em tomada de decisões, proporcionando que a empresa cresça constantemente no mercado e aumente exponencial e responsabilmente seus lucros. Desta forma, pode-se quebrar o paradigma tradicional existente, baseado na ideia de que a contabilidade é adotada exclusivamente para obrigações fiscais, ampliando seu espaço de ação (ARAÚJO, 2018).

2.3. As Empresas de E-commerce

O e-commerce pode ser identificado como o nome em inglês que define as modalidades de comércio eletrônico, classificados como plataforma digital de comércio ou designados simplesmente como uma venda não presencial. Este tipo de modalidade se caracteriza por ser um mecanismo de vendas otimizado por meio de um instrumento eletrônico - smartphones, computadores ou tablets (SILVESTRE 2020).

O e-commerce surgiu no interior dos desenvolvimentos tecnológicos advindos da presença da internet, a propiciar dinamismo nas interações entre produtores consumidores (TEIXEIRA, 2015).

Há diversos pontos positivos a respeito da utilização do comércio tecnológico. A exemplo deles se destaca a praticidade fornecida aos usuários e clientes, a dinâmica de tempo e custos de se criar e distribuir anúncios, e observação direta e célere dos procedimentos com base em resultados imediatos, trabalhando ainda para a rápida e concreta captação de clientes (PARENTE, 2000).

De acordo com Teixeira (2015), o acesso à internet se expandiu notoriamente nos últimos tempos, e isso foi imprescindível para a expansão do comércio eletrônico

de forma global e regional, no caso do Brasil.

O mundo do comércio, bem como de outras atividades humanas, teve um salto qualitativo e quantitativo depois do processo conhecido como a era da Revolução Digital. Dada a comodidade e rapidez dos processos modernos de comércio, cada vez mais os indivíduos passaram a fazer muitas de suas atividades online, e utilizar a internet como facilitador para tal. No mundo do comércio isso não foi diferente, e o e-commerce conseguiu quebrar os paradigmas práticos do modelo tradicional, em que se utilizava a presencialidade como forma indispensável para o comércio. Com o e-commerce torna-se possível otimizar os pedidos de produtos e recebê-los em seus lares ou estabelecimentos (CLARO, 2013).

De acordo com Mata (2021) há variados modelos de e-commerce, e eles são utilizados levando em conta o que cada empresa considera a partir da relação entre a entidade e o cliente, além do perfil dos envolvidos.

Os principais tipos de comércio eletrônico utilizados no Brasil, dada sua natureza ou relacionamento são: Business to Business (B2B): Este método se baseia na relação entre corporações. Em geral é caracterizado pela venda de insumos entre empresas. Business to Consumer (B2C): Esse é o modelo mais comum. Através dele, uma empresa disponibiliza produtos ou serviços para o consumidor final. Consumer to Consumer (C2C): Esse modelo se estrutura através da venda entre consumidores, tanto de produtos quanto de serviços. Os exemplos mais comuns são Mercado Livre, Olx e Enjoei. Business to Government (B2G): Esse método de comércio se caracteriza pelo fornecimento de suprimentos advindos das empresas em que o consumidor é o governo, e se dá através de leilões, por exemplo. M-commerce: O mobile commerce se caracteriza pelo comércio que acontece exclusivamente através de smartphones ou tablets. S-commerce: O social commerce se baseia no método de comércio em que a loja virtual atua diretamente nas redes sociais.

Há diversos outros tipos de e-commerce, mas os mais praticados no Brasil são estes acima citados. (MATA, 2021).

3. METODOLOGIA

A pesquisa bibliográfica é um método muito utilizado no meio acadêmico. Seu principal objetivo é o aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas (SOUSA; OLIVEIRA; ALVES, 2021).

A pesquisa científica começa através da pesquisa bibliográfica. Nela, o pesquisador vai de encontro a obras já publicadas que são relevantes para conhecer e problematizar o tema da pesquisa a ser realizada. Ela auxilia o pesquisador desde o início de seu trabalho, pois tem o objetivo de identificar os trabalhos científicos já produzidos sobre o assunto, auxiliando na escolha do problema e de um método efetivo. Ao consultar os trabalhos já publicados, o trabalho científico advindo das análises da produção é fundamental para a construção de uma pesquisa (ANDRADE, 2020).

A abordagem é de caráter quali-quantitativa. Quando se pensa o universo da Contabilidade e seu cruzamento com o E-Commerce é preciso que se leve em conta aspectos não simplesmente contábeis, mas também emocionais, comportamentais e culturais (PEREIRA et al., 2018).

Os métodos qualitativos e quantitativos não se auto excluem, e sua combinação pode ser fortuita a promover um melhor entendimento dos fenômenos em estudo (YIN, 2015).

Além disso, o método da pesquisa bibliográfica precisa também da efetiva seleção das fontes, pois é através dela que o pesquisador vai selecionar e eleger as fontes que darão base teórica e metodológica para o desenvolvimento da pesquisa. Nesta etapa, o pesquisador precisa construir uma leitura crítica com o intuito de separar as partes da obra ou a obra por completo. Dessa forma, o pesquisador seleciona as fontes de acordo com o tema e o problema a ser pesquisado (SOUSA; OLIVEIRA; ALVES, 2021).

Sousa, Oliveira e Alves (2021) também chamam a atenção para o fato de a leitura crítica ser uma grande aliada do pesquisador, pois o ajuda a selecionar e investigar quais as possíveis questões acerca da temática, sem perder de vista o olhar clínico do analista bibliográfico. A leitura exploratória e seletiva pode também somar para a seleção de obras e artigos relacionados ao estudo do problema da pesquisa.

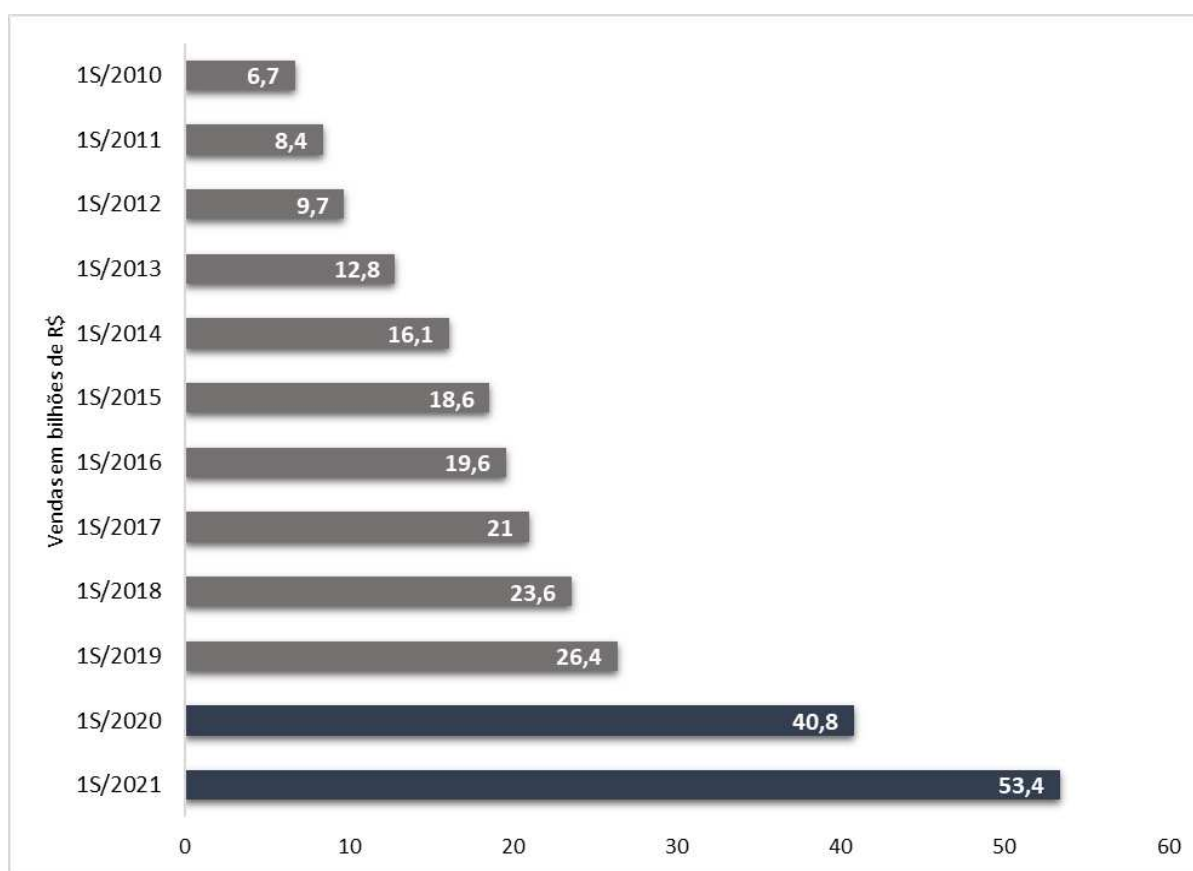
4. DISCUSSÃO

Dentro do contexto do E-commerce a contabilidade exerce duas funções primordiais. Função econômica e administrativa. Essas funções trabalham no sentido de fomentar informações a respeito do controle e do planejamento das operações, informações de caráter financeiro, patrimonial e econômico (PORTUGAL et al., 2015).

As grandes empresas de E-commerce têm um patamar muito próximo às

empresas físicas, mas o comércio eletrônico pode favorecer maior lucratividade se for ancorado pelos métodos contábeis. A exemplo de outros tipos de negócios, o e-commerce exige cuidado e zelo pelos clientes, tanto na elaboração e administração de seus métodos quanto na previsão e apontamento de seu funcionamento. Em um universo digital de comércio, o cliente tem que se sentir seguro nas plataformas virtuais tanto quanto se sente em uma loja física. Assim, a plataforma digital precisa ser também organizada para que o cliente se sinta representado na transação comercial. (SAULLO, 2016).

Este gráfico abaixo representa o crescimento do E-commerce em um período de 11 anos.



Evolução do faturamento em bilhões de reais, 1º semestre vs 1º semestre de 2010 a 2021.

Fonte: (MINJORO, 2021) adaptado de dados observados na 44ª edição do relatório “Webshoppers”, da Ebit Nielsen 2021.

O gráfico demonstra o faturamento do E-commerce ao longo de um período de 11 anos, começando em 2010 e terminando em 2021. A partir dele, pode-se perceber como se deu o crescimento deste tipo de comércio nos últimos tempos.

Ainda sobre a questão da importância da contabilidade é preciso observar que

mesmo com toda a estrutura técnica que atrai e mantém o cliente, sem o amparo da Contabilidade o comércio eletrônico não funciona adequadamente. Inserida no contexto do comércio eletrônico, a Contabilidade exerce um papel primordial, pois o sistema contábil é uma estrutura fundamental quanto ao direcionamento de dados, configurando como um real banco de informações que trabalha diretamente nos processos de decisão e planejamento (SILVA, 2021).

Desta forma, o profissional de contabilidade precisa estar sempre atento às novas formas de tecnologia e aprimoramento do comércio no mundo digital, baseado na premissa de que se faz necessária a atitude de absorção do impacto do e-commerce nas empresas e em sua própria atuação (CARMO; LIMA; OTERO, 2012).

No moderno universo do comércio eletrônico é necessário que o profissional de contabilidade, através dos métodos demonstrativos e relatórios contábeis, possa fornecer informações necessárias e sempre atualizadas para garantir que o ciclo das transações comerciais esteja sempre revisado e aprimorado. Desta forma, os relatórios contábeis precisam ser sempre visíveis e atentos a toda a organização, fornecendo informações que garantam mensurações e melhorias para que a empresa de e-commerce possa planejar e executar ações que estejam integradas a todas as áreas da empresa, no intuito de observar o negócio empresarial integralmente, com a finalidade de tornar os ciclos gerenciais mais dinâmicos e organizados (CARMO; LIMA; OTERO, 2012).

Um dos aspectos mais importantes no planejamento contábil para e-commerces é a definição de um regime tributário adequado à empresa. Este é um ponto muito importante, pois auxilia o empreendedor a pagar menos tributos sem ficar dado à ilegalidade. Assim, a regularização é o primeiro aspecto a ser observado (SILVA, 2021).

Além da questão tributária, é necessário que haja um direcionamento das empresas quanto a seu planejamento geral, construindo planos de contas e calculando gastos. Para tanto, o contador desempenha uma função primordial dentro de qualquer empresa, pois ele é responsável por sua capacidade organizativa (RINCAWESKI, 2014).

Há o pensamento que o Contador tem a função única de tributação de empresas, e também existe o imaginário que apenas grandes empresas precisam de um profissional de contabilidade. Mas a verdade é que toda e qualquer empresa, incluindo as empresas de e-commerce, necessitam de um profissional que garanta seu sucesso

através do planejamento (SILVA, 2021).

É função do contador analisar o balanço patrimonial, calcular e planejar resultados, além de apresentar o índice de endividamento da empresa, sua capacidade de liquidez quanto aos pagamentos, entre outros. Para uma análise de sucesso por parte do contador, é preciso trabalhar com dados temporais comparativos constantes, sejam anuais, semanais, semestrais e outros (SILVA, 2021).

O contador é, antes de tudo, um investimento que a empresa faz em sua capacidade de gestão e planejamento. E as pequenas empresas ou empresas do mundo virtual ainda precisam ter consciência de que a construção de metas, por exemplo, é um ponto de partida primordial para o sucesso empresarial. E isto se dá efetivamente com a participação do contador (LAWRENCE, 2019).

Uma pequena empresa ou empresa de e-commerce tem no contador seu maior aliado, pois este constrói relatórios através dos quais se podem elaborar as tomadas de decisão para se vislumbrar atingir objetivos efetivos (SILVA, 2021).

O contador é um aliado fundamental para o desenvolvimento de uma empresa. Com base nos relatórios construídos é possível definir as tomadas de decisões e de proporcionar as linhas para alcançar um determinado objetivo, seja ele de curto ou longo prazo (MUTTI, 2019).

Quanto à importância do contador para o mundo do e-commerce, pode-se dizer que ela é imprescindível. O contador é responsável por encontrar as soluções mais efetivas e, a partir daí, direcionar as contas empresariais, evitando surpresas e dinamizando os lucros (SILVA, 2021).

5. CONCLUSÃO

Este estudo trouxe à tona um debate que se assenta na relação de importância entre a Contabilidade e as Empresas de E-commerce. Ao longo desse balanço bibliográfico foi possível encontrar autores diversos que apontam para os aspectos mais importantes que permeiam esta relação em questão.

O mercado digital cresceu de forma rápida, e este fenômeno ainda não foi totalmente observado quanto a sua importância na relação de sua expansão com a adoção das demonstrações de resultados advindas da contabilidade.

Em um primeiro momento, este estudo trouxe a discussão do que significa a

Contabilidade, da importância que há nas demonstrações de resultados e de sua interação com o universo do E-commerce.

A definição do que são as empresas de E-commerce também foi propícia para se observar os caminhos através dos quais pode-se perceber a importância da Contabilidade para este segmento.

Os tipos mais comuns de E-commerce utilizados e citados na pesquisa podem auxiliar outros pesquisadores a criar um espaço de diálogo e entendimento sobre esse patamar de comércio.

Este estudo também observa que o Contador é indispensável no sucesso de qualquer tipo de empresa, sobretudo nesse novo tipo de comércio que se apresenta promissor.

O cruzamento de dados obtidos nessa pesquisa ajudou a dimensionar o debate acerca da necessidade de aprofundar essa discussão tanto no mundo do comércio quanto no universo acadêmico. Porém, ainda há muito espaço teórico e prático a ser investigado para que E-commerce e a Contabilidade sejam vistos como parceiros, para que se vejam todos os pontos de aproximação entre esse novo tipo de comércio e a utilização das demonstrações contábeis, além de poder perceber os traços mais importantes da relação aqui estudada.

REFERÊNCIAS

AMORIM, A. P. A. **Metodologia do trabalho científico**. Bahia: IMES, Instituto Mantenedor de Ensino Superior Metropolitano S/C Ltda., 2016.

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, SP: Atlas, 2000.

ARAÚJO, J., G. da S, L.V. **Pequenas empresas e as práticas gerenciais**: contribuições a partir da observação das revistas brasileiras. *Estúdios Gerenciais*, 34(149), 457-46, 2018. Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/col/000129/017098.html> Acesso: 15 ago 2022.

CARMO, C.R.S. LIMA, I.G. OTERO, J.P. **Os reflexos do comércio eletrônico para a profissão contábil enquanto ferramenta de apoio à tomada de decisões**. *Revista Mineira de Contabilidade*. Belo Horizonte, Ano 13, nº 46, p. 16-21, abr/mai/jun. 2012. Disponível em: <https://revista.crcmg.org.br/rmc/article/download/257/86/865> Acesso em: 15 ago 2022.

CLARO, A. **Comércio eletrônico**. São Paulo: Know How, 2013.

DAVID, F.; ABREU, R.; FORMIGONI, H.; SEGURA, L. C.; **Relatório contábil-financeiro**: instrumento fundamental para qualidade da gestão; Redeca, v.3, n.2. Jul-dez. 2016 p. 46-57.

KOTLER, P. et al. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LYRIO, E. F. **Gestão contábil**: aspectos introdutórios. Rio de Janeiro: NPG/UERJ, 2015.

LAWRENCE, S. **O poder da execução de metas**: o guia definitivo para criar metas e o objetivos eficientes que dão resultados. 2019.

MATA, K.B.C. **E-commerce: Análise de dados sobre o Comércio Eletrônico no Brasil**. Trabalho de conclusão de curso da ECE – PUC – GO. 2021

MAZUCATO, Z. et al. (orgs.) **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico**. Penápolis: FUNEPE, 2018.

MINJORO, M.S. **A Evolução do E-Commerce no Brasil e como a Pandemia do Covid-19 impactou este processo**. Anima Educação. 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/19012> Acesso em: 29 ago. 2022.

MONTOTO, E. **Contabilidade geral e avançada esquematizado**. 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

MORAIS, R. A. C.; BARRETO JÚNIOR, A. C.; **A Importância Da Contabilidade Gerencial Para Microempresas E Empresa De Pequeno Porte**; Id online Rev. Mult. Psic. V.13, N. 43, p. 903- 921, 2019.

MOURA, G. D.; FRANZ, L; CUNHA, P. R; **Qualidade da informação contábil em empresas familiares**: influência dos níveis diferenciados de governança da BM&FBovespa, tamanho e independência do conselho de administração. Contad. Adm, Ciudad de México, v. 60, n. 2, p. 423-446, jun. 2015.

MUTTI, M. A. **Contabilidade para empreendedores**. Visau, 2019.

PORTUGAL, G. T.; LYRIO. E.F.; ALMEIRA, S. **Gestão contábil: aspectos**

introdutórios. [recurso eletrônico]. Rio de Janeiro, 2015.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil:** gestão e estratégia. Editora Atlas, 2000.

PEREIRA, A; SHITSUKA, D.M., PARREIRA, F.J; SHITSUKA, R.. **Metodologia da pesquisa científica.** 1. ed. Santa Maria, RS: UFSM, 2018.

RINCAWESKI, I. **Contador e empreendedor uma dupla perfeita:** conversando sobre o mundo da contabilidade. Blumenau, Santa Catarina, 2014.

SAULLO, E. **E-commerce de sucesso: como criar e desenvolver lojas virtuais que vendem.** ed. 03, Casa do Escritor, São Paulo, 2016.

SILVA, R.L. **O papel do contador no E-commerce nos dias atuais.** Revista Núcleo do Conhecimento. 2021. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/contabilidade/contador-no-e-commerce>
Acesso em: 23 ago. 2022

SILVESTRE, L. **O que é e-commerce: para que serve e como funciona?** 2020. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-commerce/> Acesso em: 22 jun, 2022.

SOUSA, A.S.; OLIVEIRA, G.S.; ALVES, L.H. A Pesquisa Bibliográfica: princípios e fundamentos. Cadernos da Fucamp, v.20, n.43, p.64-83/2021. Disponível em: <https://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/download/2336/1441>
Acesso em:22 jun, 2022.

TEIXEIRA, T. **Comércio eletrônico: conforme o marco civil da internet e a regulamentação do e-commerce no Brasil.** São Paulo: Saraiva, 2015.

YIN, R. **Planeamento e Métodos.** 5ª Edição, Porto Alegre. Bookman, 2015