



**UEPB**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – ESTUDO DE CASO**

**STEVEN SANTOS GUIMARÃES**

**TRANSAÇÕES COMERCIAIS EM COMÉRCIOS INFORMAIS: O CASO DE UMA  
EMPRESA DE CONFECÇÕES**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2016**

**STEVEN SANTOS GUIMARÃES**

**TRANSAÇÕES COMERCIAIS EM COMÉRCIOS INFORMAIS: O CASO DE UMA  
EMPRESA DE CONFECÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.  
Área de concentração: Finanças.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ma. Anne Isabelly Pereira das Neves.

CAMPINA GRANDE – PB  
2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

G963t Guimarães, Steven Santos  
Transações comerciais em comércios informais [manuscrito] :  
o caso de uma empresa de confecções / Steven Santos Guimarães.  
- 2016.  
28 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Ciências Sociais Aplicadas, 2016.  
"Orientação: Profa. Ma. Anne Isabelly Pereira das Neves,  
Departamento de Administração e Economia".

1. Transações comerciais. 2. Administração financeira. 3.  
Inovação. 4. Comercio informal. I. Título.

21. ed. CDD 658.15

STEVEN SANTOS GUIMARÃES

TRANSAÇÕES COMERCIAIS EM COMÉRCIOS INFORMAIS: O CASO DE UMA  
EMPRESA DE CONFECÇÕES ✓

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Graduação em Administração da  
Universidade Estadual da Paraíba, em  
cumprimento à exigência para obtenção do  
grau de Bacharel em Administração.  
Área de concentração: Finanças.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ma. Anne Isabelly Pereira  
das Neves.

Aprovada em: 19 / 09 / 2016.

BANCA EXAMINADORA



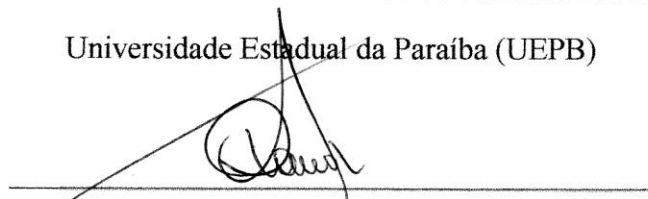
Prof.<sup>a</sup> Ma. Anne Isabelly Pereira das Neves

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.<sup>a</sup> Ma. Maria do Socorro Pinto de Carvalho Elisiário

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof.º Esp. Claudio de Oliveira Leôncio Pinheiro

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente a **Deus** por minha vida, família e amigos.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional. Agradeço a minha mãe, **Eliane Costa Santos Guimarães**, heroína que me deu apoio, incentivo nas horas difíceis, de desânimo e cansaço. Ao meu pai, **Ariberto Carlos Eleotério Guimarães** que apesar de todas às dificuldades me fortaleceu, incentivou me desde os princípios e sempre acreditou no meu potencial.

Obrigada a minha irmã, **Stefany Maria Santos Guimarães**, que nos momentos de minha ausência sempre percebeu minha dedicação aos estudos, sempre visando a entender a importância dos estudos dedicados no presente para o futuro da vida.

E não deixando de agradecer de forma grata e grandiosa avó, **Terezinha Porto**, a quem eu rogo todas as noites a minha existência.

Agradeço também a minha noiva e futura esposa, **Clara Aparecida Ferreira Cardoso**, que de maneira única me deu coragem e forças todos os dias, me apoiando nos momentos de dificuldades, mas sempre iluminando de maneira especial meus pensamentos me levando a buscar mais conhecimentos.

A minha orientadora **Anne Isabely**, pela paciência, orientação acadêmica e profissional no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos profissionais.

À minha banca, **Socorro Carvalho** e **Claudio Leôncio**, por terem colaborado com a construção profissional e acadêmica, obrigado por serem modelos de professores e profissionais para minha caminhada profissional e pessoal.

Agradeço a **todos os professores** por me proporcionar o conhecimento, não apenas racional, mas também pela instigação para caráter e afetividade da educação no processo de formação profissional. Que dedicaram a mim, não somente por terem me ensinado, mas por terem me feito aprender.

## TRANSAÇÕES COMERCIAIS EM COMÉRCIOS INFORMAIS: O CASO DE UMA EMPRESA DE CONFECÇÕES

Steven Santos Guimarães<sup>1</sup>  
Anne Isabelly Pereira das Neves<sup>2</sup>

### RESUMO

Diante do cenário econômico brasileiro muitas organizações revisam constantemente suas formas para manter-se no mercado. Perante a conjuntura atual a capacidade de geração de emprego vem diminuindo devido as novas políticas econômicas e pressões sociais, abrindo um horizonte para o desenvolvimento crescente do mercado informal. O objetivo dessa pesquisa constituiu em avaliar, qual a contribuição de um sistema de transação comercial como diferencial inovador para aumento das vendas em uma organização informal e mensurar quantitativamente e qualitativamente esses retornos. A pesquisa realizada caracterizou-se como pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa. O procedimento de coleta de dados constituiu na realização de uma entrevista com a gestora da organização. Na análise dos dados utilizou-se a técnica de análise de conteúdo. O resultado obtido apontou que a organização Alfa obteve ganhos expressivos após a adoção do sistema de transação comercial em estudo, promovendo desse modo uma inovação competitiva para a economia informal.

**Palavras-chave:** Sistema. Inovação. Informal.

### 1. INTRODUÇÃO

Perante o cenário econômico brasileiro muitas organizações vêm revisando suas formas para manter-se no mercado. A capacidade de geração de emprego vem diminuindo perante as novas políticas econômicas e pressões sociais, abrindo um horizonte para o desenvolvimento crescente do mercado informal. Esse dinamismo econômico e social, faz com que muitos indivíduos no mercado formal percam seus postos de trabalho devido a “reduções orçamentárias” nas organizações formais, seja ela de carácter público ou privada, gerando desse modo desemprego.

A busca por meios de geração de renda faz com que muitos indivíduos busquem a informalidade, sendo um dos campos com maior atenção nas políticas econômicas do Brasil<sup>3</sup>. O processo de informalidade não é uma característica recente na sociedade brasileira, seja no comércio, indústria ou por livre iniciativa, muitos trabalhadores acabam cedendo seus direitos na busca de renda para suprir suas necessidades básicas e sustentar seus lares. É significativo conceituar o termo informalidade, em poucas palavras pode ser definido como “atividades, trabalhos e rendas realizadas desconsiderando regras expressas em lei ou em procedimentos usuais” (CACCIAMALI, 2000).

---

<sup>1</sup> Graduando do curso de Administração da UEPB. E-mail: steven.geeks@gmail.com

<sup>2</sup> Prof.<sup>a</sup> Ma. do curso de Administração da UEPB. E-mail: anneisabelly@gmail.com

<sup>3</sup> OLIMPIA, Vera; ROLIM, Leonardo. Ações do governo federal para reduzir a informalidade no mercado de trabalho. Disponível em:

<[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5708/1/bmt\\_n.14\\_a%C3%A7%C3%B5es.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5708/1/bmt_n.14_a%C3%A7%C3%B5es.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2016.

Segundo a pesquisa realizada por Tavares (2013), mostra que a grande carga tributária é um dos motivos principais para estes trabalhadores continuarem na informalidade, segundo dados de diversas organizações internacionais, Cepal (Comissão Econômica para a América Latina e Caribe) e OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), onde 36% do PIB (Produto Interno Bruto) é correspondente a tributos. Logo a transição para a formalidade tornaria as atividades desenvolvidas pela informalidade possivelmente inviáveis.

Diante da neutralização da queda da economia informal após 12 anos, segundo dados da ETCO<sup>4</sup> (Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial), observa-se que a quantidade monetária que circula nesta economia não é pequena. Este mercado, em 2015 movimentou aproximadamente um trilhão de reais (mais precisamente: R\$ 932 bilhões), isso representou 16,1% do PIB brasileiro no mesmo ano. Observa-se então uma das justificativas para a criação de políticas públicas direcionadas a essa economia. Quanto maior essa economia, menos o estado arrecada e mais recursos públicos são destinados para mitigar este processo.

Com o contínuo avanço tecnológico, novos sistemas vêm sendo agregados e utilizados pelo mercado informal. A exemplo do: Paypal, PagSeguro, MercadoPago, BCash, Bitcoin, OLX, MercadoLivre entre outros. No entanto, no que refere a contribuições dos Sistemas de Transações Comerciais, existe uma lacuna a ser preenchida sobre um universo distinto: organizações informais, o que justifica a realização desse estudo, nesse caso abordando-se apenas um sistema, o PagSeguro.

Diante do contexto mencionado questiona-se, qual a contribuição de um sistema de transação comercial como diferencial inovador para aumento das vendas em uma organização informal. A ferramenta PagSeguro foi escolhida dado o seu grande uso, frente a sua facilidade em adquiri-la (método de compra por parte dos informais, facilidade no seu uso e transporte).

Será utilizada a palavra ALFA para denominar a empresa utilizada no estudo, com o objetivo de resguardar o nome dessa organização informal. Ao observar a condição jurídica da organização ALFA, é necessário estruturar algumas técnicas da administração financeira de um modo mais simplificado, para a melhor compreensão dos entrevistados desta organização.

Este trabalho é estruturado em quatro partes. Inicialmente será apresentado os principais argumentos teóricos sobre a informalidade, finanças e tecnologia e inovação; Em seguida será apresentado os aspectos metodológicos para elencar os dados, escolha do procedimento, bem como suas justificativas; Consequente a sondagem será feita a análise dos dados e caracterizados os fatores em potenciais. Em síntese será apresentado mapeamento geral do trabalho, seus possíveis estudos futuros e referencial teórico.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Informalidade no Brasil**

Aqui veremos alguns aspectos sobre este mercado, quais são fatores que favorecem o seu crescimento, bem como seus frutos, positivos e negativos. A princípio, o que é a informalidade? Dentre os pesquisadores sobre economia informal Cacciamali (2000) define informalidade como “empregado sem carteira assinada, ou de atividades econômicas [...], ou de empresas que operam com um número pequeno de empregados, ou de trabalhadores que auferem baixos rendimentos”. Ao observar tal setor, sobre uma ótica mais liberal, verifica-se que o mesmo possui pontos positivos para os indivíduos nele inserido, como cita Vasconcelos (2012) ainda que o mesmo seja irregular, gera oportunidades de trabalho, receita e aquece a economia local.

---

<sup>4</sup> Redução da Economia Informal. Disponível em: <<http://www.etco.org.br/temas/reducao-da-informalidade-economia-subterranea/>>. Acesso em 20 mar. 2016.

De acordo com Names e Bugarin (2003), existem fatores que incentivam o aumento da informalidade. Dentre os mais citados está o aumento da carga tributária sobre os mercados formais (impostos: federais, estaduais, municipais; taxas: contribuições de melhoria, especiais e compulsórias; e outros). Já Tiryaki (2008), destaca três fatores que mais surtem influência: “impunidade quando obrigações legais não são cumpridas, elevados custos de operação no setor formal e normas sociais”.

O argumento anterior é reforçado quando analisamos as premissas de alguns programas criados pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), dentre eles o MEI (Microempreendedor Individual)<sup>5</sup> criado para facilitar o ingresso do trabalhador informal na formalidade, simplificando suas obrigações (tributária e burocrática).

A informalidade gera diversos efeitos colaterais na sociedade e na economia. Dentre os positivos, segundo Costa (2010) “ela é geradora de elevado nível de renda para muitos empreendedores informais”. Já os negativos o maior deles está a evasão fiscal (comumente conhecida como sonegação).

## 2.2 Administração Financeira

Para uma gestão eficiente e eficaz as organizações necessitam de gestores que detenham informações cruciais para alcançar a finalidade organizacional, geração de lucro. Para um entendimento mais claro do objeto de estudo, é necessário conceituar alguns termos básicos da ciência financeira, dentre eles: o que são finanças, suas finalidades nas organizações.

Dentre os mais renomados autores Gitman (2008, p. 4) abstrai em poucas palavras a definição de finanças “como a arte e a ciência da gestão do dinheiro”. Quando equiparado as palavras de Groppelli e Nikbakht (2007, p.3) conceituando como “a aplicação de uma série de princípios econômicos e financeiros para maximizar a riqueza ou o valor total de um negócio”.

Acerca das finalidades deste campo de estudo, Gitman (2008, p. 9) sintetiza em poucas palavras que caberá a responsabilidade do administrador financeiro elencar (onde captar recursos) e fundamentar previsões (onde ou em que investir), para posteriores tomadas de decisões nas organizações de modo eficiente, ou seja, sempre buscando a maximização do capital investido ao longo de um determinado período de tempo.

Em meio ao esclarecimento inicial, notasse que análise financeira será matriz da abordagem quantitativa deste estudo, uma vez que Groppelli e Nikbakht (2007, p. 3, grifo nosso) conceitua esse termo como “meios de tomar decisões de investimento **flexíveis** e corretas no momento **apropriado** e mais **vantajoso**”.

Verifica-se neste momento que algumas características devem ser levadas em consideração no momento de escolha do sistema a ser adotado, não se levando apenas os fatores quantitativos, mas estes serem auxiliados com base em aspectos qualitativos (mobilidade, praticidade e outros).

Dentre as técnicas a serem utilizadas para a análise estão a mensuração da: Rentabilidade, Ponto de Equilíbrio, Retorno do Investimento, Margem de Contribuição e Giro de Estoque.

### 2.2.1 Rentabilidade

Para Braga (2011, p. 30) a rentabilidade é tratada “como o grau de êxito econômico obtido por uma empresa em relação ao capital nela investido”. Em harmonia com está

---

<sup>5</sup> Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008.



definição Gitman (2008, p. 510) define como “a relação entre receitas e custos gerados pelo uso dos ativos – tanto circulante como permanentes – em atividade produtivas”.

Enquanto a lucratividade demonstra os ganhos imediatos do negócio em um período específico (um mês, um semestre, um ano, etc.), a rentabilidade nos dá qual é o retorno sobre o investimento que foi feito na empresa em longo prazo. Sua expressão é a seguinte:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

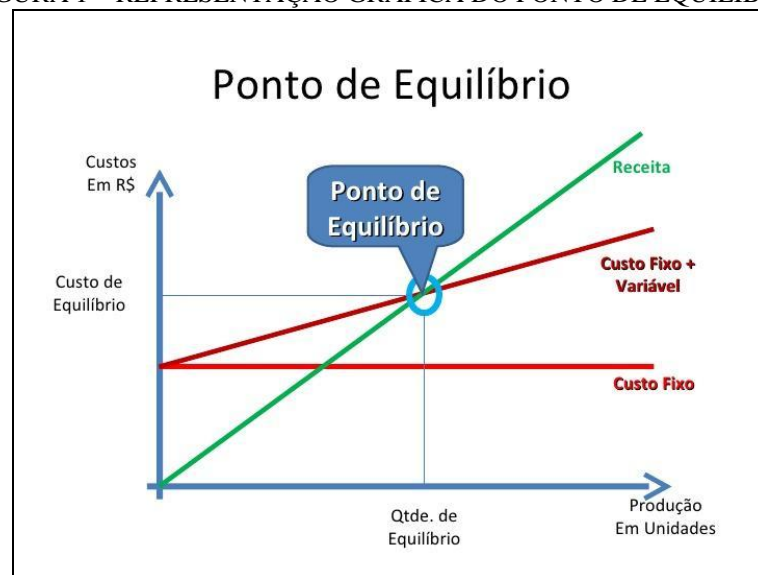
Onde o resultado é obtido da divisão do lucro líquido pela quantia de capital investido e posteriormente multiplicado 100, para obter seu percentual. Ou seja, o retorno da aplicação realizada na organização.

### 2.2.2 Ponto de Equilíbrio

Gitman (2008) descreve o ponto de equilíbrio como o momento em que a organização equipara seus montantes: custos e despesas à sua receita. Logo o ponto de equilíbrio pode ser verificado financeiramente e/ou quantitativamente referente ao montante de vendas (produtos) e/ou serviços prestados. Para Braga (2011, p. 192), sustenta o conceito anterior, definindo o ponto de equilíbrio como local “onde as receitas de vendas seriam suficientes para cobrir os desembolsos com custos operacionais, despesas financeiras e amortizações”.

Por consequência ao ultrapassar, ou seja, ficar acima do ponto de equilíbrio, a organização inicia o processo básico, a geração do **resultado positivo** (lucro). O ponto de equilíbrio pode ser estipulado através de projeções orçamentárias, ou seja, receita de vendas, mensuradas através do preço do produto ou serviço ofertados (unidades vendidas), bem como o custo fixo e variável unitário (unidade monetária). Logo o ponto de equilíbrio será o marco onde o lucro se encontrará nulo. Sua expressão gráfica pode ser interpretada do seguinte modo:

FIGURA 1 – REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DO PONTO DE EQUILÍBRIO.



Fonte: Assaf (2014, p. 292).

O método a ser utilizado na análise será através do Ponto de Equilíbrio Financeiro, dado que a organização não possui planos contábeis para uma verificação do Ponto de Equilíbrio Contábil. Sua expressão é a seguinte:

$$PEF = \frac{CF - (DND + A)}{(PV - CVu)}$$

Onde o PEF (Ponto de Equilíbrio Financeiro) será o resultado do CF (Custos Fixos) menos a DND (Despesas Não Desembolsáveis) somadas ao fator A (Amortizações), essas divididas pelo PV (Preço de Venda por unidade) subtraindo CV (Custo Variável unitário).

### 2.2.3 Retorno do Investimento

Assaf (2014) define o retorno sobre o investimento como sendo a taxa do resultado das atividades após a aplicação do recurso financeiro ou não financeiro. Ou seja, a razão entre lucro líquido alcançado subtraído o valor do investimento dividido pelo mesmo. Sua expressão é a seguinte:

$$ROI (\$) = \text{Resultado Obtido} - \text{Investimento}$$

A expressão acima é utilizada para mensurar o resultado monetários, caso necessário comparar quanto cada unidade monetária irá produzir de retorno, basta apenas utilizar a variável percentual. Expressão:

$$ROI (\%) = \left( \frac{\text{Resultado Obtido} - \text{Investimento}}{\text{Investimento}} \right) \times 100$$

Logo a informação se tornará mais clara para o próprio gestor para a tomada de decisão sobre o investimento, além de uma previsão mais precisa do valor esperado para aquele investimento realizado.

### 2.2.4 Margem de Contribuição

Assaf (2014, p. 289) declara que a margem de contribuição “é a diferença entre as receitas operacionais de vendas e os custos (e despesas) variáveis incorridos no período”. Ou seja, é o resto da receita após subtraídos todos os custos e despesas com o produto ou serviço.

Por tanto seu resultado pode ser expresso em termos percentuais ou em unidades monetárias. Sua expressão segundo Gitman (2008, p. 52) é a seguinte:

$$MC = \frac{\text{Receita de Vendas} - \text{Custos do produto vendido}}{\text{Receita de Vendas}}$$

Para o caso em estudo será adotada o método de margem de contribuição unitária, esta irá mensurar cada produto ou serviço da organização. Por consequência será realizado a mensuração com base nos três produtos mais vendidos pela empreendedora.

Onde a variável: Receita de Vendas, será representada pelo preço de venda do item e a variável seguinte: Custo do produto vendido, será desempenhado pela soma dos custos (direto e indiretos), despesas (fixas e variáveis) e amortizações ou depreciação. Resultando na seguinte expressão matemática:

$$MC = \frac{\text{Preço de Venda} - (\text{Custos} + \text{Despesas} + \text{Depreciações})}{\text{Preço de Venda}}$$

### 2.2.5 Giro de Estoque

A mensuração de algumas variáveis como o giro de estoque pode refletir, de modo claro o dinamismo da geração de riqueza de uma organização. Para Garcia e Campos (2009, p. 203) essa computação de dado refere a “quantas vezes, por unidade de tempo, o estoque se renovou ou girou”. Assim pode-se estimar o tempo médio de permanência de um determinado item no estoque, pois essa informação será notável no caso da indústria da moda, onde um produto sofrerá obsolescência após vencer o prazo da coleção ou estação. Sua expressão é a seguinte:

$$\text{Giro de estoques} = \frac{\text{Valor consumido no período}}{\text{Valor do estoque médio no período}}$$

Onde valor consumido no período será a soma de todas as saídas do estoque no período determinado e o valor do estoque médio no período com a soma, das entradas menos as saídas, divididos pelo período determinando. No caso em estudo será feito o cálculo anual de cada período anual, com base nas informações disponibilizados pela empreendedora.

### 2.3 Tecnologia e Inovação

Em um ambiente empresarial cada vez mais competitivo e exigente, novas tendências e habilidades vem sendo agregadas nas organizações. Essa nova economia segundo Albertin (2004, p. 107) nos afirma que “é a inovação, incluindo o comprometimento para uma renovação contínua de produtos, sistemas, processos, comercialização e pessoas”. Logo a inovação tecnológica é um fator a ser utilizado como diferencial competitivo.

Os sistemas eletrônicos transações de crédito advêm para simplificar ações e potencializar os negócios entre os usuários (empreendedor e cliente), seja em no ambiente virtual (e-commerce) ou presencial, através de suas ferramentas: leitores de cartões (crédito e débito). Cabe a organização decidir qual o meio mais se adequa as necessidades da empresa no âmbito operacional.

FIGURA 3 – ETAPAS DO PROCESSO DE COMPRA E VENDA ATRAVÉS DO SISTEMA PAGSEGURO.



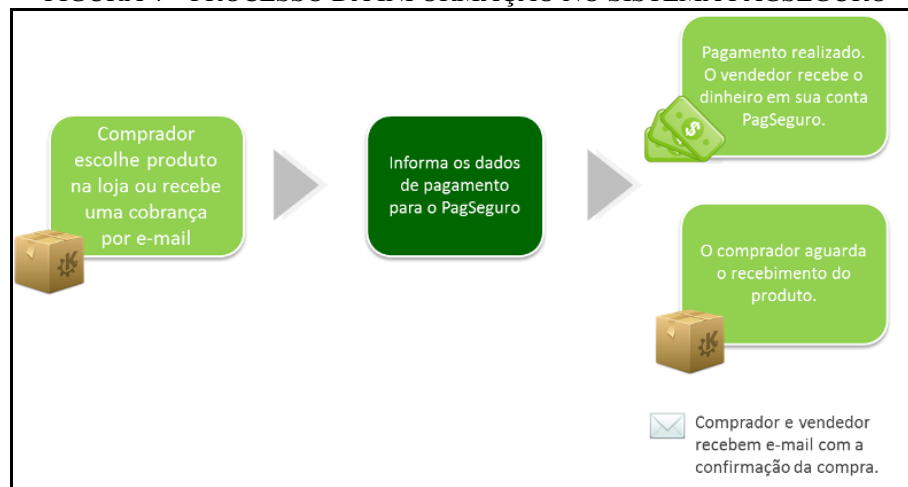
Fonte: [www.pagseguro.uol.com.br](http://www.pagseguro.uol.com.br) (2016).

O sistema a ser analisado será o PagSeguro<sup>6</sup> que segundo os seus desenvolvedores é “líder no mercado brasileiro de meios de pagamentos online [...] possui em seu portfólio

<sup>6</sup> Sobre o PagSeguro. Disponível em: < [https://pagseguro.uol.com.br/sobre\\_o\\_pagseguro.jhtml](https://pagseguro.uol.com.br/sobre_o_pagseguro.jhtml)>. Acesso em 27 mar. 2016.

soluções de pagamentos para o comércio eletrônico, atendendo lojas virtuais, e também para estabelecimentos comerciais”.

FIGURA 4 – PROCESSO DA INFORMAÇÃO NO SISTEMA PAGSEGURO



Fonte: [www.pagseguro.uol.com.br](http://www.pagseguro.uol.com.br) (2016).

Albertin (2004, p. 192, grifo nosso) elenca alguns fatores a serem considerados na escolha do sistema a ser adotado por uma organização, “as transações eletrônicas [...] somente podem ter sucesso se as trocas financeiras entre compradores e vendedores puderem acontecer em um ambiente simples, universalmente aceito, seguro e barato”.

Ressalta-se essas quatro características a serem adaptadas a realidade organizacional da empresa Alfa: simplicidade do sistema (rapidez, facilidade de uso e portabilidade), aceitação (sobre a perspectiva do cliente), seguro (confiabilidade dos dados pessoais dos clientes e organização) e custo baixo.

Após o levantamento dos dados, será analisado se as afirmações apresentadas por Schumpeter (1961 e 1997) sobre inovação, foram realmente consolidadas pela organização em estudo, gerando um aumento nas vendas (frutos econômicos), bem como a aceitação por parte dos clientes (mercado) na compra dos seus produtos e serviços ofertados pela organização Alfa.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de avaliar quais fatores levaram a organização Alfa a adotar tal sistema inovador no meio comercial, realizou-se uma pesquisa descritiva de caráter exploratório. Segundo Gil (2010), aponta que pesquisa exploratória têm finalidade proporcionar maior experiência com a problemática, com finalidade de torná-lo mais claro. O estudo apresenta-se como uma pesquisa qualitativa e quantitativa, caracterizando-se como estudo de caso Yin (2001).

No presente estudo, a pesquisa bibliográfica constituirá o referencial teórico, para conhecer a organização em estudo. Nas palavras Gil (2010, p. 29) define que a “pesquisa bibliográfica elaborada com base em material já publicado [...] como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos”. Já para Andrade (2007), dá importância essencial a pesquisa bibliográfica, pois está é a competência essencial para a realização das atividades de nível acadêmico.

De acordo com Cervo e Bervian (2002, p. 66) “a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los”. Logo a pesquisa descritiva tem como finalidade descrever aspectos de uma determinada amostra.

Na elaboração deste estudo, utilizou-se obras relacionadas com o tema, Informalidade, Administração Financeira e Tecnologia da Informação, com finalidade de adquirir conhecimentos sobre a situação da organização. Através das informações coletadas na durante a pesquisa bibliográfica, documentos e entrevista, será elaborado uma análise comparativa entre os dados, caracterizando-se como estudo de caso, com os conceitos e estudos já realizados apresentado na literatura. Para Andrade (2007, p. 123) o método comparativo “realiza comparações com a finalidade de verificar semelhanças e explicar divergências”.

As categorias analíticas serão com base no estudo de Gitman (2008) adaptadas a realidade da organização, com a finalidade de identificar que fatores contribuíram para a adoção dessa ferramenta, como: I – Rentabilidade; II – Ponto de Equilíbrio; III – Retorno do investimento; IV – Margem de Contribuição; e V – Giro de Estoques. Lembrando que essas informações serão adaptadas da perspectiva técnica científica para uma abordagem mais simples, levando em consideração o conhecimento do gestor da empresa ALFA. A coleta de dados foi realizada entre os dias 25 a 29 de Abril de 2016, com modelo do roteiro de entrevista e questionário que está esboçado conforme o Apêndice – A.

Foi utilizado, em conjunto ao roteiro de entrevista, um questionário com dez variáveis a serem analisadas. Sendo as mesmas classificadas conforme a escala de Likert, que segundo Costa (2011), aponta que seu uso proporciona maior facilidade de aplicação e entendimento, uma vez que ressalta maior clareza para o entrevistado emitir seu posicionamento acerca da afirmação, conforme o seu grau de concordância.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1 Caracterização da empresa

A empresa Alfa surgiu no ano de 2011 na cidade de Pocinhos - PB, onde a empreendedora do negócio, sentiu a necessidade de novos modelos de vestimenta, acessórios para bebês e para quarto de sua a filha. Consequente às primeiras peças produzidas, sem interesse em venda, os modelos chamaram a atenções de pessoas alheias onde desejavam adquirir as peças produzidas.

Veja abaixo, algumas fotos para a visualização dos três produtos mais vendidos da empreendedora:

FIGURA 5 – PRODUTOS MAIS VENDIDOS DA EMPRESA ALFA.



Fonte: Aatoria Própria (2016).

Hoje a empresa confecciona e vende seus itens na cidade de Soledade – PB, conta com um portfólio 21 itens e estima-se um investimento total de R\$10.000,00 (diretamente ligados a produção e venda).

#### **4.2 Formas de investimento**

Com um investimento inicial de pouco mais de R\$ 500,00 (desse total, R\$ 400,00 na compra de uma máquina de costura doméstica, sendo o remanescente para a compra de matéria-prima), Gitman (2008) aponta o investimento como capital aplicado com a finalidade de obter rendimentos, logo sua aplicação visa a escolha dos melhores rendimentos com relação custo/benefício.

No que se refere ao início das atividades, pode-se verificar que o entrevistado deu início as atividades como hobby, com um investimento inicial baixo se comparado a média do setor. Percebe-se que foi uma organização, sem prévio planejamento de negócios. Como relata o entrevistado quando questionado sobre a primeira indagação “comecei fazendo enxovais e acessórios para minha filha [...] em uma máquina de R\$ 400,00 e de material R\$ 100,00”.

#### **4.3 Ferramenta utilizada como meio de pagamento eletrônico**

Conforme Albertin (2004) ao elencar fatores a serem considerados na escolha do sistema a ser adotado por uma organização: simplicidade, universalmente aceito, seguro e barato. Logo a justificativa para a adoção da ferramenta segundo a entrevistada, a maior causa para a implantação da ferramenta “foi para a redução dos clientes inadimplentes com a empresa”. Logo a escolha da ferramenta PagSeguro foi feita com base em três fatores: quantidade operadores (empresas - Visa, MasterCard, Elo, HiperCard e outros) responsáveis pela comunicação entre o emissor do cartão, menor taxa cobrada e valor do investimento.

No portfólio oferecido pelo PagSeguroUOL (sociedade empresária responsável pelo serviço) oferece dois caminhos para a solução das vendas, no primeiro (vendas pela internet) ela oferece um único método de pagamento a distância via internet. Na segunda alternativa, vendas presenciais, existem três ferramentas (Maquininha GPRS, Leitor de crédito e Leitor de débito e crédito MINI).

A entrevista optou pela adoção do Leitor de crédito, levou além dos requisitos mencionados no questionamento anterior, a portabilidade, a facilidade uso do aparelho e dimensões. Esses argumentos são reforçados quanto ela relata que “atualmente uso apenas o leitor de crédito para celular, pois o preço na época para compra-lo era o menor dentre eles e oferecia a maior quantidade de cartões aceitos”.

#### **4.4 Fatores determinantes para a escolha e identificação da ferramenta**

Além dos fatores mencionados anteriormente, a entrevistada relata que tomou conhecimento do método através das propagandas feitas pelo PagSeguroUOL nos canais de propagandas, como: Televisivo, Redes Sociais e Sites de vendas. Verificou-se desse modo que as quatro características propostas por Albertin (2004) foram fundamentais para a tomada de decisão na escolha do melhor método que se adequa a realidade da empresa.

Observa-se que o conhecimento da ferramenta por parte do entrevistado, foi através do próprio ambiente de divulgação dos produtos, nas redes sociais (Facebook, principalmente e na própria página do PagSeguro).



#### 4.5 Percepção dos usuários no uso da ferramenta

Foi colocado pela entrevistada que anterior a possibilidade da implantação do sistema cogitou-se que os clientes não confiariam seus dados pessoais durante o ato da venda, dado que a ferramenta era desconhecida pela população local da empresa. Mas após a implantação e conscientização do cliente do funcionamento da ferramenta, garantindo-lhe que suas informações pessoais estavam sobre a responsabilidade da administradora da ferramenta (PagSeguroUOL).

Logo não houve resistência dos clientes em realizar o pagamento através da ferramenta, ao contrário do que se imaginava, aceitação foi realizada de modo natural, após os esclarecimentos anteriores e garantia de devolução do dinheiro caso houvesse o arrendimento de compra ou constatação de um defeito de fábrica do produto vendido.

#### 4.6 Vantagens e desvantagens da ferramenta adotada

Constatou-se três efeitos que afetaram em positivamente, entre eles estão: a redução do número de perdas estimadas de crédito de liquidação duvidosa, que afetavam a organização diretamente retirando dinheiro do caixa. A redução do prazo médio de pagamento, onde as duplicatas pagas pelos clientes eram feitas no respectivo dia do mês fixo, possibilitando desse modo um maior fluxo monetário no caixa da organização. Além da maior satisfação dos clientes, que possibilitou vendas com maiores valores e quantidades dado que foi possível realizar vendas parceladas em diversas bandeiras de cartões.

Como aspecto negativo foram elencados a necessidade de acesso à internet para a realização das vendas. Modelos específicos de celulares para compatibilidade do leitor de crédito, sendo estes com valores respectivos relevantes se comparado ao valor do acessório eletrônico. Em síntese, as taxas cobradas pelos serviços, sendo elas altas se comparadas a média do mercado com mesmas funcionalidades no mercado legal.

#### 4.7 Ciclo econômico

Constatou-se que a entrevistada possuía consciência da importância do giro de estoque, quando relata que “*sentia que minha mercadoria quando estava pronta, ficava muito tempo guardada e precisava de dinheiro para a comprar o material básico para a confecção das encomendas*”. Logo a dona do negócio reconheceu que mercadoria parada em estoque gerava um efeito negativo para os negócios.

A entrevistada aponta que anterior a implantação do sistema de transação comercial o tempo médio da mercadoria era de seis a oito semanas. Decorrente a implantação esse período foi reduzido à uma a três semanas, levando a uma redução da média em 60% ao mês. Como consequência do tempo do estoque ficar menor, o prazo de recebimento também foi reduzido, resultando em aumentando a disponibilidade do caixa.

Calculamos o giro de estoque para os três itens, deve-se destacar que a empreendedora não possuía controle das datas de vendas mensais e sua produção (entrada de itens), a ação ocorria por livre arbítrio. Logo a seguinte quadro foi elaborado, tomando como base a quantidade de itens vezes o seu custo:

QUADRO 1 – ESBOÇO DO ESTOQUE ENTRE O PERÍODO DE 2012 A 2015.

AÇÕES	ITEM		
	Frauda de Chupeta	Kit Coeirinho	Tiaras e Faixinhas
<b>2012</b>			
<b>Estoque Inicial</b>	R\$ -	R\$ -	R\$ -

<b>Entradas</b>	R\$	720,00	R\$	840,00	R\$	384,00
<b>Saídas</b>	R\$	330,00	R\$	420,00	R\$	160,00
<b>Estoque Final</b>	R\$	390,00	R\$	420,00	R\$	224,00
<b>Estoque Médio</b>	R\$	195,00	R\$	210,00	R\$	112,00
<b>2013</b>						
<b>Estoque Inicial</b>	R\$	390,00	R\$	420,00	R\$	224,00
<b>Entradas</b>	R\$	360,00	R\$	420,00	R\$	192,00
<b>Saídas</b>	R\$	450,00	R\$	630,00	R\$	240,00
<b>Estoque Final</b>	R\$	300,00	R\$	210,00	R\$	176,00
<b>Estoque Médio</b>	R\$	345,00	R\$	315,00	R\$	200,00
<b>2014</b>						
<b>Estoque Inicial</b>	R\$	300,00	R\$	210,00	R\$	176,00
<b>Entradas</b>	R\$	360,00	R\$	1.680,00	R\$	384,00
<b>Saídas</b>	R\$	600,00	R\$	1.400,00	R\$	400,00
<b>Estoque Final</b>	R\$	60,00	R\$	490,00	R\$	160,00
<b>Estoque Médio</b>	R\$	180,00	R\$	350,00	R\$	168,00
<b>2015</b>						
<b>Estoque Inicial</b>	R\$	60,00	R\$	490,00	R\$	160,00
<b>Entradas</b>	R\$	1.080,00	R\$	5.040,00	R\$	960,00
<b>Saídas</b>	R\$	1.080,00	R\$	4.200,00	R\$	960,00
<b>Estoque Final</b>	R\$	60,00	R\$	1.330,00	R\$	160,00
<b>Estoque Médio</b>	R\$	60,00	R\$	910,00	R\$	160,00

Fonte: Autoria Própria (2016).

É importante lembrar que normalmente o cálculo do giro é feito mensalmente, mas em vista a situação organizacional (falta de registros do fluxo do estoque) a computação dos dados foi feita anualmente. Posteriormente ao levantamento inicial e aplicação na expressão do giro de estoque, chega-se ao seguinte resultado na tabela abaixo:

TABELA 1 – GIRO DE ESTOQUE ANUAL.

<b>PERÍODO</b>	<b>Frauda de Chupeta</b>	<b>Kit Coeirinho</b>	<b>Tiaras e Faixinhas</b>
<b>2012</b>	1,7	2,0	1,4
<b>2013</b>	1,3	2,0	1,2
<b>2014</b>	3,3	4,0	2,4
<b>2015</b>	18,0	4,6	6,0

Fonte: Autoria Própria (2016).

Segundo Assaf (2014, p. 652) vemos que esse tempo médio que uma mercadoria, após a sua produção, fica em estoque deve ser o menor possível, gerando nessa analogia um giro (produção e reposição) constante. Uma vez que observar esse ciclo ajuda a controlar, de modo eficaz, o estoque da organização, dado que a não redução do volume resulta em menor geração de valor para a instituição, além de custos acrescidos posteriormente.

#### 4.8 Ponto de Equilíbrio e Preço de Vendas

Foi constatado os respectivos valores para os itens mais vendidos durante a entrevista:

TABELA 2 – PRODUTOS MAIS VENDIDOS DA EMPRESA ALFA.



ITEM	CUSTO	PREÇO DE VENDA
Frauda de Chupeta	R\$ 6,00	R\$ 15,00
Kit Coeirinho	R\$ 70,00	R\$ 140,00
Tiaras e Faixinhas	R\$ 8,00	R\$ 20,00

Fonte: Autoria Própria (2016).

Percebe-se que a margem de contribuição do resultado para os três itens são:

a) Item – Frauda de Chupeta:

$$MC_A = \frac{15 - 6}{15} \rightarrow MC = 60\% \text{ ou R\$ 9,00}$$

b) Item – Kit Coeirinho:

$$MC_B = \frac{140 - 70}{140} \rightarrow MC = 50\% \text{ ou R\$ 70,00}$$

c) Item – Tiaras e Faixinhas:

$$MC_C = \frac{20 - 8}{20} \rightarrow MC = 60\% \text{ ou R\$ 12,00}$$

Logo os resultados demonstram uma margem alta de contribuição para o resultado: R\$ 9,00 (60%); R\$ 70,00 (50%) e R\$ 12,00 (60%). A tabela abaixo representa mais claramente as informações para cada item:

TABELA 3 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA.

ITENS	MC unitária	
	R\$	%
Frauda de Chupeta	R\$ 9,00	60%
Kit Coeirinho	R\$ 70,00	50%
Tiaras e Faixinhas	R\$ 12,00	60%

Fonte: Autoria Própria (2016)

Dentre os custos fixos foram elencados aluguel (R\$ 300,00) e consumo com energia (R\$ 60,00), totalizando R\$ 360,00 que se rateados igualmente para os três itens para uma projeção de um ponto de equilíbrio, corresponderam cada a R\$ 120,00. Veja a sua tabulação:

TABELA 4 – CUSTO FIXO, CUSTO VARIÁVEL E PREÇO DE VENDA.

ITENS	CF	CV	PV
Frauda de Chupeta	R\$ 120,00	R\$ 6,00	R\$ 15,00
Kit Coeirinho	R\$ 120,00	R\$ 70,00	R\$ 140,00

Tiaras e Faixinhas R\$ 120,00 R\$ 8,00 R\$ 20,00

Fonte: Autoria Própria (2016)

Agora calculemos o Ponto de equilíbrio de cada item, utilizando seu custo fixo (R\$ 120,00) dividindo-o pela Margem de Contribuição monetária do item referido:

a) Item – Frauda de Chupeta:

$$PE = \frac{120}{9} \rightarrow PE = 13,33 \text{ unidades ou } PE = \frac{15}{13,33} \rightarrow PE = R\$ 200,00$$

b) Item – Kit Coeirinho:

$$PE = \frac{120}{70} \rightarrow PE = 1,71 \text{ unidades ou } PE = \frac{140}{1,71} \rightarrow PE = R\$ 240,00$$

c) Item – Tiaras e Faixinhas:

$$PE = \frac{120}{12} \rightarrow PE = 10 \text{ unidades ou } PE = \frac{20}{10} \rightarrow PE = R\$ 200,00$$

Posterior ao cálculo do ponto de equilíbrio dos três produtos, chega-se a seguinte tabela de dados:

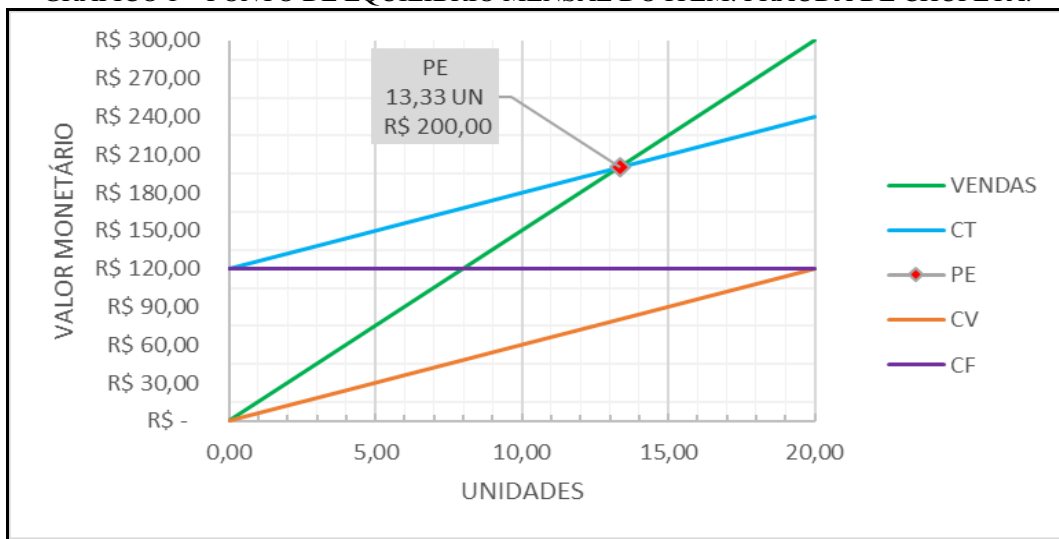
TABELA 5 – PONTO DE EQUILÍBRIO EM QUANTIDADE UNITÁRIA E MONETÁRIA.

ITENS	PEC	
	Q	R\$
Frauda de Chupeta	13,33	R\$ 200,00
Kit Coeirinho	1,71	R\$ 240,00
Tiaras e Faixinhas	10,00	R\$ 200,00

Fonte: Autoria Própria (2016)

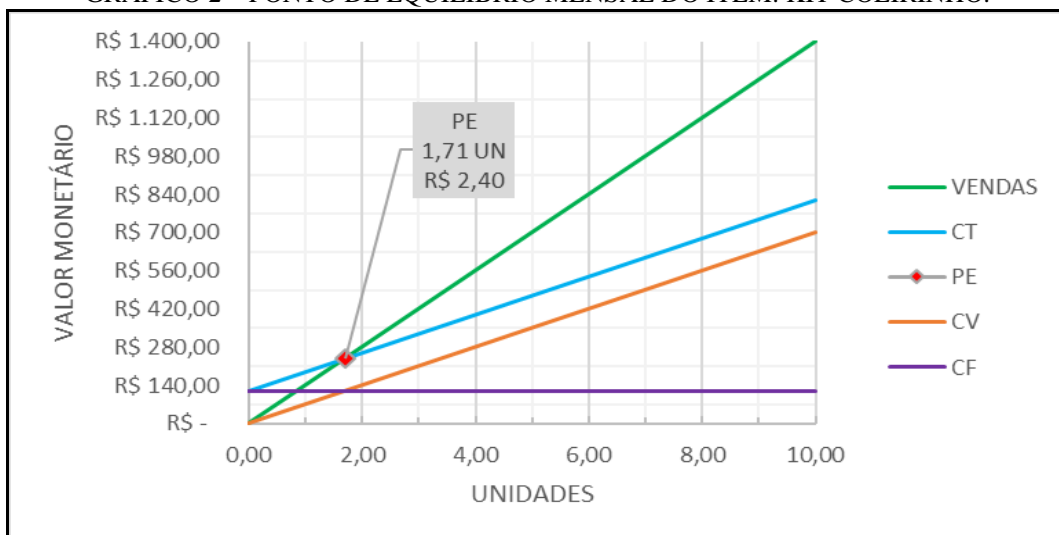
Após a elaboração dos cálculos chega-se as seguintes expressões gráficas a respeito dos Pontos de Equilíbrio mensal de cada item:

GRÁFICO 1 – PONTO DE EQUILÍBRIO MENSAL DO ITEM: FRAUDA DE CHUPETA.



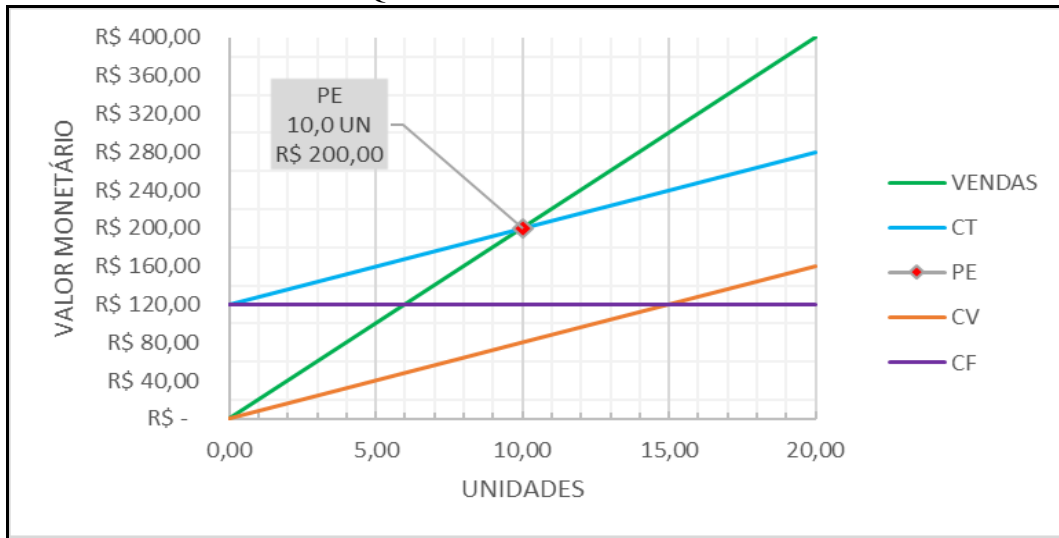
Fonte: Autoria Própria (2016)

GRÁFICO 2 – PONTO DE EQUILÍBRIO MENSAL DO ITEM: KIT COEIRINHO.



Fonte: Autoria Própria (2016)

GRÁFICO 3 – PONTO DE EQUILÍBRIO MENSAL DO ITEM: TIARAS E FAIXINHAS.



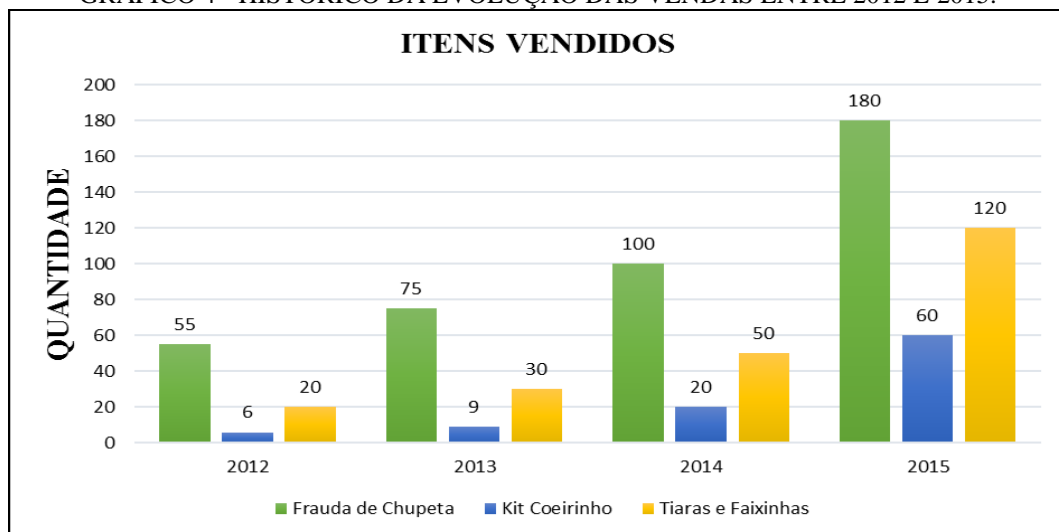
Fonte: Autoria Própria (2016)

A entrevistada expressou-se de maneira surpresa ao perceber que mesmo trabalhando em sua residência, seria necessário levar em consideração os valores gastos com aluguel e energia elétrica da própria casa. Logo a falta de controle financeiro e planejamento do negócio são evidentes embora os registros de alguns fatos como: custeio baseado na quantidade de matéria prima adquirida, registro de vendas em cadernetas e controle de pagamento com fornecedores mensalmente.

#### 4.9 Faturamento antes e depois do sistema

Verificou-se que nos anos anteriores (2012 e 2013) à implantação da ferramenta, a quantidade de itens vendidos por ano era ínfima se comparada aos resultados do quarto ano de estudo (2015). Nota-se claramente que após a implantação do sistema a alavancagem nas operações de produção e venda foram superiores a 200% para o menor item (Frauda de Chupeta). Constata-se que a organização possuía um faturamento abaixo do ponto de equilíbrio, valor necessário para a organização não sofrer prejuízo financeiro.

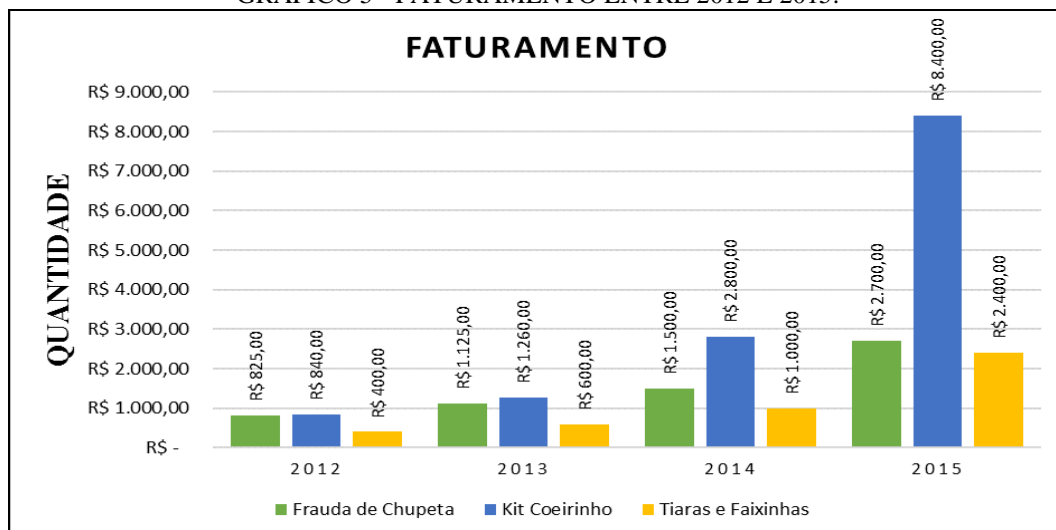
GRÁFICO 4 - HISTÓRICO DA EVOLUÇÃO DAS VENDAS ENTRE 2012 E 2015.



Fonte: Autoria Própria (2016).

O reflexo positivo torna-se mais claro quando aplicado sobre o faturamento anual da empresa. Nos dois primeiros anos de análise (2012 e 2013) o crescimento das vendas expressava-se quase que de maneira contínua, mas quando comparado ao terceiro ano (primeiro após adoção da ferramenta) se torna clara os efeitos sobre as vendas e mais absoluto se comparado ao quarto ano.

GRÁFICO 5 - FATURAMENTO ENTRE 2012 E 2015.



Fonte: Autoria Própria (2016).

Cabe destacar que item B (Kit Coeirinho) item com maior margem de contribuição, entre os três itens, e maior preço de venda obteve um expressivo aumento de 1.000% em vendas. Entende-se que esse reflexo tenha ocorrido como fruto de vendas parceladas em maior quantidade, dado que foi o ponto mais citado pela entrevistada como fator que mais agregou valor quantitativo e qualitativo a organização.

No aspecto da rentabilidade do negócio, será utilizado a margem de contribuição unitária respectiva a cada item vezes a quantidade vendida subtraindo os custos fixos (R\$ 360,00) vezes doze meses. Logo chega-se a seguinte tabela:

TABELA 6 – RENTABILIDADE ANUAL.

PERÍODO	2012	2013	2014	2015
CF	R\$ 4.320,00	R\$ 4.320,00	R\$ 4.320,00	R\$ 4.320,00
Frauda de Chupeta	R\$ 495,00	R\$ 675,00	R\$ 900,00	R\$ 1.620,00
Kit Coeirinho	R\$ 420,00	R\$ 630,00	R\$ 1.400,00	R\$ 4.200,00
Tiaras e Faixinhas	R\$ 240,00	R\$ 360,00	R\$ 600,00	R\$ 1.440,00
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>-R\$ 3.165,00</b>	<b>-R\$ 2.655,00</b>	<b>-R\$ 1.420,00</b>	<b>R\$ 2.940,00</b>

Fonte: Autoria Própria (2016).

Chama atenção no resultado do segundo período após a operacionalização do sistema eletrônico, pois é o único ano de exercício que demonstra resultado positivo para a empreendedora. Por consequência a o retorno do investimento só veio se torna positivo no segundo ano de atividade pós-investimento.

#### 4.10 Economia informal

A entrevistada relatou que a empresa Alfa não é legalizada, mas a mesma tem intenção em torná-la pessoa jurídica legal para adquirir crédito nas instituições financeiras para ampliação das suas atividades (produção e vendas).

Observa-se que mesmo possuindo resultados positivos consideráveis a gestora nota a importância e vantagens agregadas ao mercado formal, embora desconheça os procedimentos para a legalização das atividades como se constata em sua fala: *“pretendo torna minha produção legal, mas não tenho informações para dar início ao processo nem o quanto isso irá me custar”*.

Mesmo após a análise dos questionamentos abertos ao entrevistado, se faz necessário a compreensão de seu posicionamento de opiniões através da concordância ou não, de algumas afirmativas elencadas com base nos principais fatores que classificam a ferramenta e o sistema como vantajoso a organização.

Seu posicionamento apresentado no Quadro 1 (logo abaixo), foi em dez afirmações. Dentre estas a entrevistada posicionou-se de modo favorável ao retorno quantitativo (maior volume de produtos vendidos) e qualitativo (satisfação do cliente) a sua organização. Bem como a nítida percepção com o aumento das vendas, está apoiada quando a mesma recomenda o uso da ferramenta para outros indivíduos.

No tocante ao manuseio do equipamento e segurança das informações pessoais dos clientes, a entrevistada mostrou-se totalmente satisfeita, como a mesma relata ao responder o quarto questionamento aberto: *“desde que adotei o leitor não recebo uma reclamação de cobrança, já que minhas clientes podem acompanhar o processo de pagamento através da fatura de seus cartões”*.

Dentre os benefícios apresentados durante a entrevista a gestora ressalta a importância da variedade de operadoras (bandeiras aceitas) responsáveis pela comunicação com as instituições emissoras de cartões, suporte virtual (internet) e telefônico quando necessário. Além da redução do número de inadimplentes com a instituição, possibilitou uma maior motivação para a entrevistada que tinha data certa para receber seu pagamento.

Entretanto quando questionada sobre as taxas cobradas para a prestação do serviço, a total consciência da entrevistada que o método não possui a menor taxa do mercado se comparada às mesmas cobradas para empresas formais. Levando esse ponto mais um fator positivo para a instituição caso torne-se legal perante a lei.

QUADRO 2 - POSICIONAMENTO DA ENTREVISTADA SOBRE O SISTEMA ELETRÔNICO.

<i>Para cada afirmação escolha uma entre as cinco opções.</i>	<i>DT</i>	<i>D</i>	<i>N</i>	<i>C</i>	<i>CT</i>
1. Você considera satisfeito o retorno do investimento.				X	
2. Houve aumento nas vendas.					X
3. O cliente se sente mais satisfeito com o uso PagSeguro.				X	
4. Você recomenda a ferramenta para outras pessoas.					X
5. Você considera esse método fácil e seguro para você e o cliente.					X
6. Você considera satisfatória a quantidade de bandeiras de cartões aceita.					X
7. O sistema PagSeguro oferece suporte rápido para dúvidas			X		

e problemas.					
8. Os pagamentos do PagSeguro ocorrem nas datas propostas.					X
9. O valor da ferramenta é alto, comparado ao retorno.	X				
10. As taxas cobradas pelo serviço do PagSeguro são altas.		X			

Fonte: Autoria Própria (2016).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo avaliar qual a contribuição de um sistema de transação comercial como diferencial inovador para aumento das vendas em uma organização informal, bem como mensurar quantitativamente esses retornos.

A empresa Alfa atua pouco mais de 5 anos no mercado, contando com apenas dois colaboradores, ambos da mesma família (empreendedora e filho). O local das atividades desenvolvidas (produção e comercialização) está localizada na residência dos mesmos. Percebeu-se que a proprietária do negócio ao iniciar suas atividades, não vislumbrava a mesma de modo estratégico (planejamento).

Os resultados demonstrados apontaram um aumento considerável nas vendas em termos quantitativos (monetários) e qualitativos (satisfação do cliente). Uma vez que o desempenho da ferramenta não seja a melhor do mercado devido ao percentual cobrado para a prestação do serviço se comparada a ferramentas similares adotadas pelo mercado formal. Logo tal quesito deve ser aprofundado para a comparação de ganhos entre o mercado formal e informal com esse modelo de vendas através de ferramentas de transações comerciais.

No tocante a aplicação das técnicas financeiras, verificou-se que a empresa Alfa possuía resultados negativos (baixo giro do estoque, ausência de consciência mínima do valor necessário para manter as atividades sem resultar em prejuízos e falta de gestão estratégica das finanças) quando operava nos anos anteriores a implantação da ferramenta do PagSeguro.

Conforme comentado por autores como Gitman (2008), Gropelli e Nikbakht (2007) e Assaf (2014) alguns pontos merecem ser considerados para verificar se houve retornos para a empresa após a adoção de alguma estratégia para os negócios. Dentre elas estão: crescimento das vendas, maior margem de lucro sobre as vendas, maior retorno sobre o capital investido (nesse caso sobre a ferramenta adquirida), maior lucro por produto, aumento nos fluxos de caixa, aumento na rotatividade do estoque (giro de estoque), prazo médio de pagamento das compras superior ao das vendas, menor nível de endividamento da organização e menor imobilização dos recursos próprios (ex. dividendos a receber).

Logo, ressalta-se que os resultados obtidos nesse estudo foram relevantes para apresentar e comprovar novas tendências potenciais para esse mercado (informal) que visa a competitividade, inovação dos meios de pagamento e percepção das vantagens obtidas através dos meios eletrônicos disponíveis ao comerciantes e/ou produtor informal.

Por fim no cenário atual, 2016, se pode elencar algumas tendências para pesquisas futuras, tais como: quais os impactos de uma economia informal na competitividade com o mercado formal em determinadas regiões dado a conjuntura econômica do ano; quais as possíveis perdas econômicas para o mercado formal bem como para sistema econômico nacional; além das consequências para o trabalhador informal nos aspectos trabalhistas (condições de trabalho) e previdenciário.

## ABSTRACT

On the Brazilian economic environment many organizations constantly review their ways to stay ahead in the market. Given the current situation the employment generation capacity is decreasing because of the new economic policies and social pressures, opening a horizon for the growing development of the informal market. The purpose of this study consisted in question is, what is the contribution of a commercial transaction system as an innovative differential for increased sales in an informal organization, as well as quantitatively measuring these returns. The research is characterized as exploratory research with a qualitative approach. The data collection procedure consisted in conducting an interview with the management of the organization. In the analysis of the data was used the technique of content analysis. The result showed that the Alpha organization achieved significant gains after the adoption of the commercial transaction system under study, promoting this innovation a competitive way to the informal economy.

**Keywords:** System. Innovation. Informal.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAF, Alexandre Neto. **Curso de Administração Financeira**. ed. 3. São Paulo: Atlas, 2014.

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

CACCIAMALI, Maria Cristina. **Globalização e processo de informalidade**. Economia e Sociedade. n. 14. Campinas: Unicamp, 2000.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. ed. 5. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

COSTA, F. J. **Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em administração**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

COSTA, Márcia da Silva. **TRABALHO INFORMAL: um problema estrutural básico no entendimento das desigualdades na sociedade brasileira**. Caderno CRH, Salvador, v. 23, n. 58, p. 171-190, Jan./Abr. 2010.

GARCIA, Petrônio Martins; CAMPOS, Paulo Renato Alt. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. ed. 10. São Paulo: Person Prentice Hall, 2008.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração Financeira**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.



HIRATA, Guilherme Issamu; MACHADO, Ana Flávia. **Conceito de informalidade/formalidade e uma proposta de tipologia**. *Econômica*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 123-143, Jun. 2008.

NAME, R.; BUGARIN, M. **Fatores determinantes e evolução da economia submersa no Brasil**. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v. 33, n. 2, 2003.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Tradução de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

TAVARES. Ignácio de Araújo Júnior. **Estudo dos Microempreendedores Individuais do Nordeste**. Projeto de pesquisa - Universidade Federal da Paraíba. Paraíba: 2013.

TIRYAKI, Gisele Ferreira. **A informalidade e as flutuações na atividade econômica**. vol. 38. n° 1. São Paulo.

VASCONCELOS, Emanuelle Alicia S. de. **Dinâmica da Informalidade no Mercado de Trabalho Brasileiro: 1993 - 2009**. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal da Paraíba. Paraíba: 2012.

YIN. R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## APÊNDICE - A



**UEPB**  
Universidade  
Estadual da Paraíba

### ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADO

**Para os efeitos desta pesquisa sobre Sistemas Eletrônicos de Transações Comerciais.**

- ✓ Para que se possa analisar de forma estatística, os dados desta entrevista, gostaríamos de registrar alguns dos seus dados pessoais e da empresa.

#### **1. Dados Pessoais:**

Para fins de identificação do respondente:

- A) Idade: \_\_\_\_\_ anos  
B) Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino  
C) Escolaridade: \_\_\_\_\_  
D) Tempo que trabalha na organização: \_\_\_\_\_ meses

#### **2. Quadro de Competências a serem perguntadas na entrevista.**

- 1) Como você começou a trabalhar? Quanto você investiu e em quê?
- 2) Você utiliza o PagSeguro? Como você optou por este sistema?
- 3) Dentre todas as ferramentas do PagSeguro, quais você utiliza? Qual foi o custo?
- 4) O que fez você optar por o método PagSeguro? Como você tomou conhecimento desse método?
- 5) Houve resistência por parte dos clientes em usar a ferramenta?
- 6) Quais as vantagens e desvantagens da ferramenta PagSeguro para o seu negócio?
- 7) Quanto tempo sua mercadoria ficava em estoque antes de adotar esse sistema? Quanto tempo ela fica agora?
- 8) Dentre os produtos e serviços que você oferece, qual o custo e preço de venda dos mais vendidos?
- 9) Quanto você vendia nos dois anos anteriores ao uso da ferramenta e posterior a sua adoção?
- 10) Atualmente sua empresa possui CNPJ? Se não, pretende legaliza-la?

### 3. Quadro de Competências a serem perguntadas na entrevista.

*Tabela 1 - Escala de Likert*

<i>DT</i>	<i>D</i>	<i>N</i>	<i>C</i>	<i>CT</i>
DISCORDO TOTALMENTE	DISCORDO	NEN CONCORDO NEM DISCORDO	CONCORDO	CONCORDO TOTALMENTE

<i>Para cada afirmação escolha uma entre as cinco opções.</i>	<i>DT</i>	<i>D</i>	<i>N</i>	<i>C</i>	<i>CT</i>
1. Você considera satisfeito o retorno do investimento.					
2. Houve aumento nas vendas.					
3. O cliente se sente mais satisfeito com o uso PagSeguro.					
4. Você recomenda a ferramenta para outras pessoas.					
5. Você considera esse método fácil e seguro para você e o cliente.					
6. Você considera satisfatória a quantidade de bandeiras de cartões aceita.					
7. O sistema PagSeguro oferece suporte rápido para dúvidas e problemas.					
8. Os pagamentos do PagSeguro ocorrem nas datas propostas.					
9. O valor da ferramenta é alto, comparado ao retorno.					
10. As taxas cobradas pelo serviço do PagSeguro são altas.					

Agradecemos pela colaboração.