**CONTABILIDADE, ESTRATÉGIA DE MARKETING**

PROJETO INTEGRADOR

FRANCISCA NAIANE DA SILVA GONÇALVES

Juazeiro do Norte – CE

1. **INTRODUÇÃO**

Uma das tarefas imprescindíveis nas instituições é o controle de custos, sendo impossível manter o bom desempenho de uma organização sem essa ação, seja essa organização do âmbito público ou privado. O conjunto de informações contábeis e gerenciais para o controle de custos – sistema de custo – monitora os orçamentos, contribuindo para a tomada de decisões relacionadas ao financeiro, sendo indispensável para a sobrevivência e o sucesso de uma companhia por muito mais tempo, levando em consideração o cenário de crise econômica, como a que estamos enfrentando hoje no Brasil.

O corte de custos requer tomada de decisões planejadas, para que esse corte não implique na qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela organização. Esse planejamento deve ser eficaz, contendo um estudo contábil, conhecendo os registros de contabilidade do local, refazendo novas estratégias econômicas, identificando os desperdícios e controlando-os.

A situação financeira é a principal ferramenta de qualquer instituição para viabilizar os investimentos e o crescimento das mesmas. Ter compromissos com as contas a pagar é fundamental para que a organização continue tendo crédito junto aos seus credores.

1. **PROBLEMA**

A empresa aplicará nossa estratégia de redução de gastos?

1. **JUSTIFICATIVA**

Contabilidade é a ciência que tem por objetivo o estudo das variações quantitativas e qualitativas ocorridas no patrimônio (conjunto de bens, direitos e obrigações) das entidades.

O tema do Projeto foi escolhido com o intuito de beneficiar uma organização filantrópica, buscando formas de diminuições de gastos, viabilizando melhorias na organização em relação à prejuízos e economias, tendo como base a contabilidade.

Pretende-se buscar através do projeto estratégias de redução de gastos, aumento da rotatividade e arrecadação de doações, fazendo o necessário para que o projeto atinja os objetivos propostos beneficiando as necessidades da instituição pesquisada.

1. **OBJETIVOS**

4.1 **Objetivo Geral**

Através da contabilidade diminuir os gastos da empresa, para que com o marketing possamos ter estratégias de aumentar renda e fazer ações benéficas para a empresa. Analisar o que deve ser colocado em primeiro lugar para melhoramento do bem estar dos envolvidos, o que mais está em escassez na instituição, e a partir daí procurar medidas de mudanças positivas para a corporação. Práticas de como ajuda-los, como desenvolver eventos positivos, procurar arrecadar utensílios necessárias para a entidade.

4.2 **Objetivos Específicos:**

* Aplicar métodos contábeis como estratégia de diminuição de gastos;
* Usar o marketing como estratégia de melhoramento;
* Realizar visitas na instituição pautando as necessidades da mesma;
* Conversar com o setor de recursos humanos;
* Criar eventos que tragam benefícios à instituição.
1. **REFERENCIAL TEÓRICO**

A necessidade da Contabilidade está ligada desde a antiguidade, quando os comerciantes começaram com trocas e vendas semíticas, e a cada troca entre eles eram avaliados a variação dos seus bens. Todas as suas posses em requeridas e guardadas em mente, porém, quando iam aumentando suas posses não conseguiam guardar em mentes, a partir daí era necessário registros.Com o tempo foram surgindo às primeiras administrações privadas, com isso começou a surgir a necessidade de controle, que não podia ficar mais sem registro, para que fosse prestado conta. E vale ressaltar que naquele tempo não existia crédito, então, as compras, trocas e vendas eram realizadas à vista.

Segundo Osni Moura Ribeiro pode-se afirmar que Contabilidade é tudo aquilo que pratica e controla os registros econômicos. (OSNI, 2009). Corroborando com esse pensamento Franco,1996 relata que o conceito de contabilidade desde seu surgimento tem objetivo e finalidade fixada, e existem três considerações, são elas: como arte, como técnica ou como ciência. A obrigação da contabilidade é registrar, classificar, demonstrar, auditar e analisar as ocorrências do patrimônio da organização.

No Brasil, com a chegada da Família Real Portuguesa aumentou a atividade colonial, daí foi exigido, por conta do aumento de gastos públicos e da renda nos Estados, um aparato fiscal. Então, surgiu o Erário Régio ou o Tesouro Nacional e Público, em parceria com o Banco do Brasil (1808). As Tesourarias de Fazendas nas províncias eram formadas por um inspetor, um contador e um procurador fiscal, que eram responsáveis por toda arrecadação, distribuição e administração financeira e fiscal.

Atualmente, as funções da contabilista não são restritas somente ao âmbito fiscal, torna-se um mercado de economia complexa, levando mais informações precisas para ser tomada decisões e para trazer mais investidores à empresa. O profissional de contabilidade vem se destacando em Auditoria, Controladoria e Atuarial.

De acordo com Joel José Santos,

A contabilidade é um sistema de contas composto por normas, regras e princípios para a acumulação, geração e análise de dados para atender necessidade interna e externa. Na interna, a própria administração do negócio e na parte externa atender necessidades de acionistas, investidores, emprestadores de dinheiro, tributação do lucro pelo Estado etc. (Santos, 2009, p. 1).

Portanto, toda empresa seja ela privada ou pública necessita de um contador, para realizar suas atividades, ter conhecimento do controle, planejar os negócios e trazer mais lucros para a instituição.

O objetivo da contabilidade é oferecer informações consideráveis parra que a empresa tome decisões favoráveis a ela. Depois de algum tempo, o governo usar a contabilidade para dá início a arrecadação de impostos e deixa-a obrigatório o pagamento para muitas organizações (MARION, 2009).

* 1. **Definição da Contabilidade**

**Contabilidade** é a **ciência** que designa a totalidade dos **registros numéricos** realizados com o fim de determinar e ordenar, de uma forma completa, todos os movimentos, em valor e em quantidades, efetuados no âmbito de atividade de uma empresa ou entidade similar.

O interesse contábil pela pesquisa contábil no Brasil, foi motivada por dois fatores: o aumento do número de programas Stricto Sensu em Controladoria e Contabilidade, principalmente a partir da Lei nº 9394/6, e o advento das novas diretrizes curriculares nacionais para os cursos de Contábeis.

Antes do movimento citado anteriormente, foi destacado dois estudos sobre o ensino comercial e da contabilidade no Brasil. O primeiro foi realizado por Rodigues (1984), a partir das pesquisas feitas no Arquivo geral da Marinha do Brasil e Arquivo Nacional, pois é uma cronologia de ocorrências sobre o ensino comercial e da contabilidade no Brasil. O trabalho principal foi a criação da Academia Militar, Náutica e econômica, que se concretiza, seria a primeira universidade brasileira.

A segunda, de Lawrence (1962), foi a experiência do autor como professor. Visitante na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. O autor mostrou uma cronologia de leis sobre o ensino comercial e contábil do Brasil no século XX. A pesquisa teve como parte maior as constatações e conclusões sobre as condições do ensino noturno de Contabilidade no Brasil.

Saes e Cytrynowicz (2001) analisaram como o ensino comercial ajudou para a criação dos cursos superiores de Economia, Administração e Contabilidade por D. João VI, em 1808, como marco da pesquisa, ela foi extensa a analise até o surgimento de tais cursos superiores. Concluíram a pesquisa com a comprovação que a diferença entre os cursos é recente e muitas funções exercidas por tais profissionais têm sobreposições até os dias de hoje.

* 1. **Redução de gastos utilizando a contabilidade**

Devemos fazer uma análise de custos, pois muitas empresas fazer redução de curtos sem avaliar e acabam cortando recursos importantes. Então, a primeira regra é enumerar todos os custos da instituição e manter um histórico deles, procurando realizar cortes daqueles tem menos participação de lucro.

Planejar não só a diminuição de gastos, mas definirmos as metas a serem alcançadas. Os funcionários são os principais para redução de gastos, com a comunicação interna deve ser maior para que os colaboradores ajudem nessa causa. Uma das maneiras de melhorar os cortes é incluir a equipe nas metas.

A tecnologia é uma aliada favorável para reduzir gastos, pois através dela, com divulgações e anúncios, podem acarretar muitos fins benéficos para a entidade, pois o público começará procurar a conhecer a ONG e ajudar, e a partir daí diminuir os gastos, com doações e criações de eventos beneficentes.

1. **METODOLOGIAS**
	1. **Qualitativa**

A investigação qualitativa, segundo Bodnan e Biklen (1994), manifestou-se no século XIX e no começo do século XX, tendo ápice nas décadas de 1960 e 1970 vinda de estudos e divulgação nova. Clem e Kemp (1995: 111) dizem também que, nos anos cinquenta, a escola de gestão e administração de harvad iniciou a definição de caso apenas como relatório descritivo.

6.2 **Bibliográfica**

Segundo Andrade (1997) pesquisa bibliográfica pode ser feita como um trabalho ou como uma etapa de monografia. Enquanto trabalho independe, a pesquisa estende em fases, que vai da decisão do tema à redação final. No geral, as fases têm semelhanças como os de desenvolvimento dos trabalhos de graduação.

6.3 **Descritiva**

Na abordagem de Triviños (1987), a pesquisa descritiva solicita do pesquisador muitas informações sobre o que se quer pesquisar. Nessa abordagem é a parte em que se descreve a realidade dos fatos. Os exemplos comuns de pesquisa descritiva são: estudos de caso, análise documental. Segundo o autor citado, o estudo descritivo pode existi críticas, pois ele estabelece uma descrição exata dos fatos. A descrição foge da investigação somente da observação. Ainda para o autor, muitas vezes não se encontra um exame crítico das informações, e a resposta pode ser confuso; a coleta de dados tais como, questionários e entrevistas, podem ser abstrato, apenas estimável, gerando dúvida.

 7 RELATÓRIO DE PESQUISA

**CONTABILIDADE, ESTRATÉGIA DE MARKETING**

**LAFIS ( Lar fraterno Irmã Scheilla ) e Dona Titi Doceteria.**

**- JUAZEIRO DO NORTE - CE**

**RELATÓRIO DA PESQUISA**

 O Projeto tem como intuito promover na empresa formas de reduções de gastos utilizando a contabilidade e marketing bem aplicados na instituição. Assim aprimorando os conhecimentos adquiridos em disciplinas para os discentes do curso de Gestão de Recursos Humanos.

 A pesquisa projeto e empresa visa a melhoria, controle de gastos e despesas das instituições, tornando-a mais viável e beneficiando assim a organização com divulgações e campanhas. E através da contabilidade orientar os colaboradores em suas despesas, mantendo o controle de entrada e saída , priorizando o rendimento e o crescimento da empresa e seus parceiros.

 O Problema da pesquisa está relacionada a seguinte pergunta: A empresa aplicará nossa estratégia de redução de gastos?

 A necessidade da Contabilidade está ligada desde os princípios , quando os comerciantes começaram com trocas e vendas semíticas, e a cada troca entre eles eram avaliados a variação dos seus bens. Todas as suas posses em requeridas e guardadas em mente, porém, quando iam aumentando suas posses não conseguiam guardar em mentes, a partir daí era necessário registros. Com o tempo foram surgindo às primeiras administrações privadas, com isso começou a surgir a necessidade de controle, que não podia ficar mais sem registro, para que fosse prestado conta.

 A pesquisa tem como objetivo aplicar métodos contábeis como estratégia de diminuição de gastos, utilizando o marketing como forma de melhoramento da rotatividade das instituições e orientar o colaborador para manter o controle financeiro após as ações do projeto, desenvolver práticas de como ajuda-los, a promover eventos positivos, procurar arrecadar utensílios necessárias para a entidade e aumento na demanda, garantindo assim crescimento para a empresa.

Estão enumeradas abaixo as etapas da pesquisa realizada :

* Visita as empresas.
* Relatório com dados financeiros.
* Campanha com panfletagem e banner para arrecadação de doações e divulgação.
* Tabular dados recebidos.
* Blitz com panfletagem em frente ao Cariri Gardem Shopping.
* Arraiá LAFIS.
* Ação de sorteio do dia dos namorados na Unileão..
1. **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

 O propósito deste trabalho foi utilizar a contabilidade como estratégia de marketing em instituições que necessitavam de auxilio no seu financeiro. Percebemos que com o projeto houve mais de 50% de melhoria nas empresas que aplicamos o projeto. Aplicando a contabilidade como redução de custos e o marketing para aumenta a rotatividade e demanda das empresas.

 Com ações beneficentes, divulgações, panfletagem e marketing digital, conseguimos alcançar a meta de tornar as instituições mais viáveis e regularizando seus gastos e custo. Os alunos que compõe a esquipe da pesquisa estão demasiadamente satisfeitos, pois alcançaram mais do que o esperado, podendo assim, beneficiar quem necessitava e adquirindo mais conhecimento na parte financeira e marketing, levando como experiência para sua vida profissional e acadêmica no curso de Gestão de Recursos Humanos.

**REFERÊNCIAS**

Julio César Zanluca e Jonatan de Sousa Zanluca; História da contabilidade;<disponível em https://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/historia.htm

SANTOS, Joel José. Contabilidade e Análise de Custos. 5ª. Ed. Atlas, 2009.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade Básica – Fácil. 9º. Ed. Saraiva, 2002.

FRANCO, Hilário. Contabilidade Geral. 23ª. Ed. Atlas, 1996.

MARION, José Carlos. Contabilidade Básica, 10ª. Ed. Atlas. 2009.

Metodologia do estudo, capítulo 3; <disponível em [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6326/6/F-%20Cap%C3%ADtulo%203.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6326/6/F-%20Cap%C3%ADtulo%203.pdf%3E%3Cacessado)

[ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à Metodologia do trabalho científico. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.](http://www.metodologiacientifica.com.br/fpa/pesquisabibliografica.pdf)

Tatiana Engel e Denise Tolfo; Metodologias da Pesquisa;<disponível em [http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf](http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf%3E%3Cacessado)

Evolução do ensino da contabilidade no Brasil:

Uma análise histórica;<disponível em [http://www.scielo.br/pdf/rcf/v18nspe/a03v18sp.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rcf/v18nspe/a03v18sp.pdf%3E%3Cacessado).

Reportagem, 50 maneiras de cortar custos;<disponível em https://revistapegn.globo.com/