



Domingos Carvalho,
Coordenador do curso
de Ciências Contábeis

Uma nova jornada de trabalho



A reforma trabalhista brasileira, proposta e sancionada em 2017, trouxe pontos polêmicos e muitas discussões sobre a real necessidade de alterações na, então, legislação trabalhista, como modificar a jornada diária do empregado.

Diante disso, os alunos George Júnior, Ícaro Medeiros, Denise Almeida, Ricardo Júnior e Magno Oliveira, orientados pelas professoras Andrée de Andrade e Karine Symonir, propuseram o seguinte questionamento: os benefícios econômicos ao empregador trazidos pela possibilidade de aumento de jornada de trabalho justificam a afronta às normas



Grupo formado por George, Ícaro, Ricardo, Denise e Magno analisou reforma trabalhista

de preservação da saúde do trabalhador?

Durante a pesquisa de campo, os alunos obtiveram como resultados que metade dos entrevistados sabia sobre a reforma trabalhis-

ta e cerca de 60% dos que concluíram a pesquisa afirmaram que a proposta da reforma iria trazer mais prejuízos que benefícios, em relação à saúde do trabalhador.

“Identificamos também que uma alteração na jornada de trabalho, a fim de aumentar a carga horária, para supostamente beneficiar o trabalhador, na verdade, irá afetar a vida do indivíduo negativamente”, explica o grupo. Os alunos ressaltam, ainda, que a sobrecarga de trabalho irá afetar o rendimento positivo nas finalidades sociais, profissionais e acadêmicas, fazendo com que o indivíduo não alcance o destaque desejável em sua função.

Gestão de custos

Gestão financeira é um fator determinante para o sucesso de um negócio, principalmente no atual cenário econômico brasileiro, onde os empreendedores devem ficar atentos para conseguir manter seus negócios firmes no mercado. Por isso, usando uma metodologia de pesquisa de campo, os alunos Magno Oliveira, Ícaro Medeiros, George Henrique e Eugênio Lima, orientados pelos professores Augusto Brito e Roberto Lima, elaboraram a pesquisa “Gestão de custos: salão de beleza”.

O empreendimento escolhido para análise foi um salão de beleza localizado na periferia de Natal (RN), característica que explica uma das primeiras observações do grupo: os preços dos serviços abaixo do valor normalmente cobrado em outras regiões da cidade. Após análise, o grupo concluiu que o salão de beleza tem como situação organizacional a necessidade de mais controle financeiro.



Grupo de Magno, Ícaro, George e Eugênio analisou gestão de um salão de beleza

“O capital físico e jurídico se confundem, dificultando o gerenciamento das despesas e receitas obtidas no salão. Nesse caso, em particular, mesmo sem técnicas de custeio de absorção, as gestoras conseguem oferecer um preço que não está fora da realidade econômica da sua clientela e nem tampouco com prejuízo para empresa. Ainda assim, seria necessário um acréscimo mínimo ao preço de venda de 20% para gerar maior lucro”, explicam.

Lucratividade do Facebook

As redes sociais estão presentes em todos os momentos do nosso dia, e as usamos para nos comunicar tanto com família e amigos como para transações de compra e venda. Por isso, com o advento da internet, as empresas também passaram a investir nesse setor como forma de aumentar os seus lucros e estreitar as relações com seus clientes.

Foi a partir desse novo universo mercadológico que os alunos Marcos Silva, Valério França, Israel Moura, Débora Lúcia de Araújo e Everson Gomes, orientados pela professora Fabiana Lucena, elaboraram a pesquisa “Lucratividade do Facebook”, com o objetivo de analisar a forma como a empresa Facebook, Inc: Private Company Information obtém lucro

A pesquisa dos alunos mostra que a maior especialidade do Facebook não é a propaganda em si, mas a inserção dos anúncios de empresas interessadas em exibir sua marca na rede social. A empresa já é líder de mercado mundial quando o assunto é site de relacionamentos, e seu



A maior rede social foi o foco do trabalho de Marcos, Valério, Israel, Débora e Everson

veículo de comunicação tornou-se uma vitrine publicitária. Tudo isso de uma maneira sutil, sem incomodar seus usuários e coletando dados fornecidos nos perfis pessoais, para cada vez mais personalizar os interesses de cada um e, assim, gerar receita a partir dos seus usuários.

“O Facebook é exemplo de como as empresas de internet conseguem se tornar grandes com estratégias mercadológicas que cobram do cliente algo que ele não percebe estar pagando: sua personalidade e vontade de compra”, conclui o grupo.

Trabalhos premiados

PÔSTER

1º - Desempenho da CVC no Mercado de Ações.

Autoras: Dara Mirian Marinho da Silva de Moura, Sônia Maria Cardoso, Danielly Ribeiro de Souza, Elisângela de Sousa Silva e Wendy Santos Oliveira Rocha. Orientador: Egon José Mateus Celestino

2º - Alpgatas : uma Análise de Suas Ações e a Melhor Forma de Remuneração Para Seus Investidores. Autoras: Mariana Paula Oliveira, Larissa Souza Campelo, Maria Clara Monte Antunes, Marjory Oliveira da Costa Fernandes e Iris Mayara Oliveira Pinheiro. Orientador: Egon José Mateus Celestino

3º - Custeio Por Absorção: um Estudo de Caso na Empresa Liza Looks no Município de Natal/RN. Autores: Ramon Ribeiro Santos, Thiago de Farias Pinheiro, João Maria Alves Freire e Daniel André da Silva. Orientadores: Augusto Cesar Rebouças de Brito e Roberto José Vieira de Sousa Lima

COMUNICAÇÃO LIVRE

1º - Análise Simultânea Entre Financiamentos e Investimentos Como Estratégia de Crescimento: Estudo de Multicasos à Luz de Métodos Quantitativos em Uma Série Histórica. Autor: Allyson Sousa Pereira. Orientador: Márcio Carvalho de Brito

2º - O Uso do Planejamento Tributário na Gestão Empresarial da ME e EPP na Percepção dos Empresários. Autora: Joana Cecília Silva do Nascimento. Orientadores: Thereza Angélica Bezerra de Souza e Márcio Carvalho de Brito

3º - Análise das Demonstrações Financeiras Como Ferramenta de Gestão: um Estudo de Caso da Arezzo S/A. Autoras: Elisângela de Sousa Silva e Natália Ramos Bezerra Pacheco. Orientador: Márcio Carvalho de Brito

