

IDENTIFICAÇÃO DOS ASPECTOS DA GESTÃO DE DESIGN EM UMA EMPRESA DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Ana Flávia Oliveti¹, Ana Maria Mattoso², Jonas Lopes Guerra³, Joner de Quadros⁴, Joselena de Almeida Teixeira⁵.

¹ Graduada em Design, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, anaflo1@gmail.com

² Graduanda em Design, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, anamariamattoso@gmail.com

³ Especializando em Game Design, Universidade Positivo, jonas.lupus@gmail.com

⁴ Graduado em Design, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, joner.rides@gmail.com

⁵ Doutora em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, joselena.dealmeidateixeira@gmail.com

Resumo - O objetivo deste artigo é identificar os aspectos de Gestão de Design aplicados em uma organização com fins lucrativos, neste caso uma empresa específica foi analisada. Para realizar esta atividade foram realizadas pesquisas sobre design estratégico com o intuito de que, posteriormente, fossem analisados os resultados obtidos e a partir deles, sugerir melhorias. Para tornar esta atividade possível, foi convidada para participar como objeto de estudo a empresa Método ApreciATO, criada em 2005 e especializada em Educação Corporativa, cujos principais serviços envolvem a criação e otimização de estratégias na área de gestão de pessoas, na forma de treinamentos para capacitação de empresas. Deste modo, foi feita uma pesquisa de campo, em que uma das metodologias utilizadas consiste em uma visita técnica à sede da empresa e uma entrevista direta com o gestor responsável, paralelo à realização de um levantamento bibliográfico de artigos e anotações realizadas em sala de aula relacionados à Gestão de Design estratégico. As questões norteadoras, de autoria dos pesquisadores e utilizadas para a realização da entrevista, foram baseadas principalmente em textos apresentados em seminários apresentados por outros pesquisadores, referentes a estruturação de um empreendimento de sucesso através dos princípios da Gestão do Design. Por conseguinte, a partir do levantamento de informações sobre a empresa citada, foi averiguado seus objetivos gerais, metas traçadas, pontos fortes e fracos, funcionamento do setor administrativo, comunicação e a gestão do relacionamento com funcionários e clientes, além da postura frente à inovação e novas exigências do mercado. Reunidos todos os dados para embasamento de caso e científico, e realizada a análise, foram sugeridas melhorias em relação a aplicação da Gestão de Design dentro da empresa abordada, de modo que se torne possível a otimização do planejamento estratégico da empresa analisada.

Palavras-chave: Gestão, Design, Estratégico, Estudo de Caso.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas.

1 INTRODUÇÃO

As empresas começaram a notar que o design é uma tecnologia importante tanto na produção quanto em serviços, para manter a competitividade no mercado com as demais empresas, visto que a diferenciação e a inovação são primordiais no cenário atual. As constantes mudanças e o aumento no nível de exigência do consumidor no mercado capitalista possibilitaram aos designers uma nova forma de atuação, intervindo diretamente no processo da produção. Observa-se, nas empresas que utilizam a gestão do design como ferramenta, resultados diferentes das que se utilizam de modelos de negócios tradicionais.

A gestão do design pode ser aplicada em várias áreas com diferentes métodos e técnicas, com o foco no desempenho e qualidade em relação ao consumidor e a produção (DZIUBCZENSKI ET AL., 2012). Este artigo tem como objetivo analisar a forma com a qual uma empresa utiliza esses métodos, se ela tem o conhecimento e a experiência necessários em gestão do design, e qual o grau de importância que esta empresa dá a inovação para a concorrência no mercado.

Para realizar este estudo, a empresa escolhida foi a Método ApreciATO, localizada na cidade de Curitiba (PR). As perguntas realizadas se focam em diversas áreas como planejamento estratégico, qualidade, higiene, segurança, energia e inovação.

Com certo aprofundamento sobre o tema recorrente de pesquisas, artigos e aulas, e conhecendo a maneira com a qual a empresa se posiciona em relação às técnicas de gestão do design e ao ambiente em geral, é possível ver como está sendo aplicada a gestão do design na empresa escolhida, o que possibilita a sugestão de melhorias na aplicação deste processo.

2 METODOLOGIA

Optou-se por analisar como a gestão do design interfere na empresa em questão para que sejam propostas melhorias envolvendo a visão estratégica do design, de modo a possibilitar uma melhor performance da empresa frente ao mercado em que se insere. Para que fossem apurados todos os dados pertinentes à pesquisa, foram utilizadas metodologias específicas em relação à pesquisa de campo e reunião de conhecimento científico.

Para uma análise mais eficiente de como a empresa escolhida se organiza interna e externamente, define e aplica suas estratégias gerais, procede em relação às pessoas, e também como reage às situações de exposição e cobrança do mercado atual, foi elaborado e aplicado um questionário com dez perguntas, as mesmas norteadoras de uma entrevista bastante direcionada ao objetivo da pesquisa com o diretor da empresa.

As questões foram referenciadas a partir do conceito de gestão integrada do design, elaboradas e elencadas, relacionando-se aos itens de política e planejamento estratégico da empresa, vantagens competitivas, qualidade, higiene, segurança, inovação e energia. O documento consequente dessa entrevista foi utilizado como principal referência em relação à análise direta da empresa.

Levantamentos bibliográficos, de pesquisas em revistas, websites, vídeos e artigos científicos, além de anotações pessoais e materiais disponibilizados nas aulas da disciplina de Gestão do Design Estratégico do curso de Bacharelado em Design da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, formam os principais meios de enriquecimento referencial científico do artigo sobre os assuntos que tangem a esse estudo.

As definições procedentes da pesquisa propiciaram a formação de sugestões sobre novas aplicações de gestão de design dentro da empresa, para otimizar o planejamento estratégico da mesma.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Gestão de Design como uma ferramenta estratégica, criativa e competitiva nas organizações, capacita os futuros gestores a estabelecerem uma visão multidisciplinar na integração e nas conexões com os objetivos.

É um método prático-criativo de solução de problemas ou questões, com vistas a um resultado futuro. Nesse sentido é uma forma de pensar baseada em soluções ou focada em soluções, com um objetivo inicial, em vez de começar com um determinado problema. Os parâmetros do problema e suas soluções são explorados simultaneamente, o design começa o processo de resolução de um problema com uma solução para a questão, de forma a definir parâmetros suficientes para aperfeiçoar a busca de um objetivo (RONCATTI ET AL., 2012).

Com todas as informações necessárias ao estudo reunidas e disponíveis aos pesquisadores, foi possível discorrer, de modo mais voltado e aprofundado, sobre a gestão de design e seu papel dentro da empresa hoje.

A Método ApreciATO é uma empresa de Educação Corporativa que realiza treinamentos e experiências de aprendizagem, e sua proposta de valor é promover o pleno desenvolvimento de pessoas e organizações.

Segundo a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) da receita federal, uma empresa de educação corporativa que também atua em gestão empresarial se caracteriza por envolver-se com gestão, assessoria, consultoria, orientação e assistência prestados ao sistema e ao processo educacional em matérias de planejamento, organização, controle, finanças, além de serviços de avaliação e criação de sistema de treinamentos educativos (CLASSIFICAÇÃO NACIONAL, 2014).

A empresa surgiu em 2005 com o objetivo de explorar novas abordagens, criando intervenções mais apreciativas para os processos de aprendizagem e desenvolvimento organizacional. Seus primeiros projetos se baseavam na linguagem lúdica, evoluindo depois para as dinâmicas interativas, transformando os participantes em protagonistas das experiências de aprendizagem, conforme mencionado no site da empresa (MÉTODO APRECIATO, 2014).

A empresa é considerada de pequeno porte e é composta pelo diretor-fundador com formação multidisciplinar em letras, filosofia e design de interação, por um gestor de finanças, uma

consultora de cultura organizacional com formação em psicologia, um mediador-intervencionista e um designer.

É certificada em Appreciative Inquiry pela Case Western Reserve University e em 6D pela Affero Lab, não se preocupando com selos de qualidade mas com certificados que demonstrem que a empresa está em contínuo desenvolvimento. Segundo o diretor da empresa, “[...] a inovação está diretamente ligada à proposta de valor da empresa, pois promover o pleno desenvolvimento de algo é incorporá-lo o tempo todo, buscando sempre novas maneiras de realizar o trabalho de uma maneira diferente e melhor através de estudos e novas certificações” [SCUSSEL, 2014].

Os serviços, instrumentos e atividades são criados a partir das orientações do Design Thinking. Quando são desenvolvidos, estes não se tornam serviços de prateleira mesmo que tenham se consolidado com bons resultados, pois a empresa está constantemente revendo, revisando e redesenhando as atividades para cada um dos temas abordados, para jamais ser chamada pelo cliente para fazer a mesma coisa duas vezes.

Assim, o principal potencial explorado da organização consiste na capacidade de aprendizagem, customização e personalização, devido a uma visão baseada nos princípios da antropologia e da andragogia, que é uma ciência antiga que estuda a educação para adultos com a finalidade de buscar uma aprendizagem efetiva para o desenvolvimento de habilidades e conhecimento (CATHO, 2014), a respeito das demandas do mercado, não encontrada nos concorrentes. Pois a empresa não apresenta ao cliente o que já sabe fazer, a ela se propõe a aprender e estudar sobre o caso dele e então apresentar a alguma solução.

Da perspectiva dos potenciais inexplorados, a empresa ainda não possui a capacidade de geração de projetos de ampla duração e ampla abrangência. Por estar muito focada na realização de projetos pontuais, ela se tornou especialista em fornecer atendimento prematuro para os clientes, que ainda não enxergam a empresa em questão como parceira para a realização de trabalhos mais construtivos, de longa duração.

O processo de gestão é totalmente horizontal, baseado em responsabilidades e não em cargos. Os feedbacks são feitos praticamente todos de forma direta e sem exclusividade para nenhum dos parceiros. Todos os colaboradores têm o mesmo peso de responsabilidade e direitos dentro da organização.

Na empresa referida as metas são definidas de maneira qualitativa e quantitativa. As quantitativas se baseiam normalmente em uma retrospectiva histórica com uma margem percentual de crescimento. Já as metas qualitativas envolvem a criação de novos serviços, desenvolvimento de novas atividades e abrangência de novos mercados. A definição destas metas tem participação direta do conselho da empresa que é formado por 3 empresários, com os quais a empresa possui um acordo de colaboração mútua. Eles acreditam na proposta da organização, mas não têm vínculo algum, não sendo remunerados.

A empresa mantém e estabelece um relacionamento muito próximo com os clientes, pois segundo seu diretor não existe a necessidade de outro canal que não seja o diálogo direto. É comum que o cliente direcione o feedback na pessoa do diretor, sendo ele o responsável pela área de relacionamento.

Recentemente a empresa entrevistada abandonou a plataforma Facebook por considerá-la pouco efetiva, e tem focado principalmente no Twitter para a disseminação de ideias, e no LinkedIn como plataforma de relacionamento profissional. As atualizações são diárias e com três frentes de trabalho: as provocações reflexivas que são frases de autoria da própria empresa ou de autores, a disseminação de artigos e o estabelecimento de relações. Fora isso, um dos principais canais digitais é o e-mail, pois segundo o diretor da empresa ele garante uma possibilidade de trabalho de relacionamento direto, com textos mais longos, descrições e contextualizações das informações que eles utilizam para trabalhar.

Assim a empresa atua com a visão de que não se vende o serviço, mas de que o serviço deve ser propagado, disseminando informações, conhecimentos e descobertas a respeito disso através da estratégia do GPD - Grupo de Prospeção Dirigida, que consiste no envio de e-mails para um grupo restrito de stakeholders da empresa, cuja abordagem é sempre relacional.

Então não é um canal de divulgação unilateral, é estabelecido um diálogo em que o interesse é demonstrado. O contato virtual é efetivamente realizado exclusivamente pelo diretor, pois é ele quem atua na área comercial.

Saúde e segurança do trabalho é um dos temas com os quais a empresa trabalha, por isso ela aplica em sua própria estrutura os conceitos que direciona aos seus clientes. A mesa de design foi projetada para se trabalhar em pé propriamente, por saber que as pessoas que trabalham no estúdio permanecem quase todo tempo sentadas ainda que em cadeiras reguláveis. Os colaboradores trabalham com notebook apoiado em mesas e em horários flexíveis, podendo se levantar e desenvolver outras tarefas.

A organização contribui com iniciativas de “carbono 0”, planejando a estrutura de viagens e escolhendo cuidadosamente os materiais para cada trabalho. Embora não consigam fugir do papel sulfite, a empresa procura otimizar o desenho das atividades para utilizar menos papel. Os notebooks utilizados foram escolhidos justamente por consumirem menos energia e a iluminação do estúdio é feita com lâmpadas fluorescentes.

A empresa possui um time de profissionais de áreas distintas para a execução de seus trabalhos, sendo liderados por um profissional com formação em design, correspondendo a um dos níveis de design apresentados no artigo “The Design Discussion: Questions for all of us” (FRASER ET AL., 2013).

A competência central de uma empresa, segundo material apresentado em sala (TEIXEIRA, 2014), é um artifício do planejamento estratégico que consegue diferenciar as empresas no mercado de trabalho, fazendo também com que os produtos de uma empresa específica, mesmo sendo díspares, consistam em uma mesma essência, criando então uma unidade. Durante a entrevista foi possível perceber que existe um sério comprometimento da empresa com sua competência central, que é a aprendizagem otimizada, exemplificada pelas certificações e que promove o desenvolvimento dos colaboradores, o que está correto, pois uma empresa não pode depender apenas de um talento (TEIXEIRA, 2014). Todo esse aprendizado implica num constante processo de inovação (TEIXEIRA, 2014), percebida nas constantes evoluções dos materiais utilizados pela empresa, através de revisões e redesenhos das atividades.

A customização de serviços, também conhecida como *taylor in made*, é uma das caracterizações do processo de inovação que pode ser percebida na empresa. O produto não é o único bem que a empresa comercializa (TEIXEIRA, 2014), e analisando a *ApreciATO*, é explícito o intuito relacionado ao marketing e inovação na preocupação com a propagação de conhecimento, e não do serviço em si.

As estratégias de design devem explorar as condições e restrições, aplicando a matriz SWOT (TEIXEIRA, 2014) e é possível perceber que a consciência da empresa acerca de seus potenciais é bastante definida. O entrevistado define bem os seus potenciais explorados e os inexplorados, mostrando que a empresa se preocupa com este tipo de definição. Para ele os potenciais mais explorados, que mais fazem a diferença na hora de mostrar ao mercado, são a capacidade humana e empresarial de adaptabilidade e predisposição a buscar ao novo, definindo com as palavras: [...] “capacidade de aprendizagem, de customização, de personalização, [...] a gente se propõe a aprender para daí apresentar a ele alguma solução.” (SCUSSEL, 2014)

A gestão de design, abordando a filosofia do design se preocupa com o sentimento de pertencimento do colaborador (MANCHANDA, 2013). Ao se apropriar de uma gestão horizontal, os colaboradores da empresa em estudo possuem responsabilidades e direitos em pesos justos, permitindo a eles agirem como verdadeiros agentes e embaixadores da organização.

A empresa estreita ao máximo sua relação com os seus clientes, alinhando seu comportamento com seus princípios, e tornando essa atitude efetiva em seu planejamento estratégico, demonstrando que há uma cultura de design, pois é possível ver como os valores da empresa são comunicados através de seus produtos e serviços (TEIXEIRA, 2014).

Os quesitos de segurança devem ser coerentes e consistentes para com a identidade da organização (TEIXEIRA, 2014) e na empresa estudada vemos que os conceitos abordados por ela em seus treinamentos também são aplicados em sua gestão.

Um dos princípios da sustentabilidade é considerar o impacto durante a cadeia de produção (TEIXEIRA, 2014). A partir desse referencial, é possível analisar que a empresa adota não apenas uma preocupação padrão com a sustentabilidade, mas sim uma consciência ecológica, principalmente ligada às ações que a mesma vem adotando e aprimorando para colaborar com a natureza dentro e fora do ambiente de trabalho repassando aos seus clientes e afins.

4 CONCLUSÃO

A gestão de design tem como foco conhecer o gerenciamento do processo, das ideias, da inovação, dos sistemas, da produção e da cultura organizacional (SILVA E FIGUEIREDO, 2012). Tomando essa afirmação como base ao analisar as informações deste estudo, pode-se concluir que a empresa abordada neste artigo realiza a gestão de design em vários níveis, pois tem ciência de seus processos, valoriza e experimenta as ideias de seus colaboradores, busca sempre inovar na execução de seus serviços, otimiza os sistemas internos em prol da sustentabilidade e da segurança, investe em capacitação profissional para melhorar a performance na produção de seus materiais, e fomenta as dinâmicas na cultura organizacional a partir de todos os aspectos citados anteriormente.

Sugere-se que a empresa estudada desenvolva um plano de ação para focar na solução de seus potenciais inexplorados, como a geração de projetos de ampla duração e ampla abrangência, pois esta iniciativa pode ajudar no desdobramento de novas técnicas e faça com que seja aberto um

leque de novas possibilidades e competências dentro da empresa. Assim, com a otimização das atividades já desenvolvidas, os conhecimentos aplicados nas mesmas podem alavancar um estudo de gestão mais ampla, e fazer com que a empresa fique cada vez mais especializada em resolver o que se propõe da maneira mais eficaz, de modo que os clientes finalmente enxerguem na empresa um parceiro de longa duração para trabalhos mais construtivos, de longa duração.

Este é apenas um estudo inicial, no qual apenas alguns princípios da gestão de design foram abordados, podendo esta pesquisa ser estendida e aprofundada, considerando outras questões do design estratégico.

5 REFERÊNCIAS

Nossos sinceros agradecimentos à professora doutora Joselena de Almeida Teixeira pela dedicação em orientar e auxiliar na pesquisa para a elaboração do presente artigo e ao diretor da Método ApreCIATO, Rafael Giuliano pela entrevista concedida.

6 REFERÊNCIAS

CATHO. Disponível em <http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/gestao-rh/o-que-e-andragogia>. Acesso em: 25 ago. 2014.

CLASSIFICAÇÃO NACIONAL de Atividades Econômicas / CNAE

Disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnaefiscal/cnaef.htm>. Acesso em: 19 ago. 2014.

DZIOBCZENSKI, Paulo R. N.; LACERDA, André P. de; PORTO, Renata G.; SEFERIN, Mariana T.; VAN DER LINDEN, Júlio C. de S. O papel do design nos processos de inovação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN - P&D DESIGN, 10, 2012, São Luis. **Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Luis: EDUFMAi, 2012. 1 CD-ROM.

FRASER, Heather; BROWN, Tim; VOGEL, Craig M.; WESCOTT, Michael; LIEDTKA & OGILVIE; **The Design Discussion: Questions for us all**. In: DESIGN MANAGEMENT INSTITUTE MAGAZINE, 12, 13, summer 2013, Boston.

MANCHANDA, Sonia. **Daring to Dream: The origins of the Dream: In Project**. The Journal of the Strategies; Designing for Billions, Parsons the New School for Design, vol.6, N 1, SPRING 2013.

MÉTODO APRECIATO. Disponível em <http://apreciato.com.br/index.php/o-metodo-apreciato>. Acesso em: 22 ago. 2014.

RONCATTI, Jéssica Maria Dainezi; YOKOTA, Luana Yukimi; FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. Contribuição da Gestão do Conhecimento para o trabalho do gestor de design. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN - P&D DESIGN, 10, 2012, São Luis. **Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Luis: EDUFMAi, 2012.

SCUSSEL, G. R. **Gestão de Design**: Planejamento estratégico: depoimento. [06 ago. 2014] Entrevista concedida a Jonas Lopes Guerra.

SILVA, Carina Scandolara da; FIGUEIREDO, Luiz Fernando Gonçalves de. Abordagem Sistêmica em MPes: design de sistemas para elaboração de ferramentas de gestão de design. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN - P&D DESIGN, 10, 2012, São Luis. **Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Luis: EDUFMAi, 2012. 1 CD-ROM.

TEIXEIRA, J. T. **Notas de aula**. Gestão de design. Bacharelado em Design. Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, ago. 2014.

CERTIFICADO DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE OS EFEITOS DA IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE CERTIFICAÇÃO DIGITAL NAS EMPRESAS DE CONTABILIDADE DA REGIÃO

Vitor Sad Cortat Xavier da Gama, Francieli Lucas do Nascimento, Hitalo dos Santos Castro, Leonardo Ferreira Bento.

Graduando em ciências contábeis, FACIG, vitorxgama@gmail.com
Graduando em ciências contábeis, FACIG, francieli_lucas@yahoo.com.br
Graduando em ciências contábeis, FACIG, hitalo_laj@hotmail.com
Graduando em ciências contábeis, FACIG, leotpj@gmail.com

Resumo: Com o aumento da informatização e em busca de mais agilidade e eficiência na realização do trabalho contábil as empresas vem aderindo cada vez mais ao uso do certificado digital e o estudo desenvolvido neste artigo em pauta se objetiva em fazer uma análise as mudanças ocorridas no ambiente de trabalho contábil, em especial escritórios da região leste de minas gerais e que aderiram ao sistema de certificação digital tendo por finalidade descobrir o nível de conhecimento e quais as principais vantagens e dificuldades encontradas pelos profissionais que fazem uso desse sistema de certificados e assinaturas digitais, e assim propor soluções afim de diminuir os problemas enfrentados por estes dentro das empresas. Para tanto, foi utilizado como método de pesquisa para a realização do trabalho o uso de artigos relacionados ao assunto e um questionário como instrumento de levantamento de dados. Este artigo tem por finalidade mostrar aos usuários as vantagens de um certificado digital como a segurança e rapidez e a segurança envolvendo estes tipos de arquivos. Com os resultados obtidos, é perceptível que apesar de necessitar de certos investimentos, a implantação dos certificados digitais traz benefícios que superam em larga escala seus custos e dificuldades, tendo como principais vantagens sua segurança, rapidez e praticidade.

Palavras-chave: Certificado digital, assinatura digital, segurança.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas.

1 INTRODUÇÃO

Com a nova era-digital, a utilização de livros e registros, que antes eram impressos e engavetados, hoje se tornaram em sua maioria digitais. Devido a isso, novas rotinas foram criadas, incluindo as novas exigências do governo para a utilização de tais arquivo, como o certificado digital (ALMEIDA FILHO, 2015).

Segundo Ribeiro et al (2010), o certificado digital tem como objetivos principais controlar o acesso de aplicativos e assinaturas de documentos eletrônicos, garantir a autenticidade dos documentos e mensagens digitais, dar validade jurídica aos documentos assinados e impossibilitar o repúdio à autoria e conferir sigilo e privacidade, fazendo com que apenas o servidor e o destinatário tenham acesso ao documento.

O certificado de assinatura digital é um tipo de assinatura jurídica que garante proteção às transações eletrônica e outros serviços via internet, permitindo que as pessoas físicas e jurídicas se identifiquem de qualquer lugar em qualquer hora (CERTISIGN¹).

Sendo assim, surge o seguinte questionamento: Quais impactos foram trazidos pela implementação do certificado digital e de que forma as empresas de contabilidade da região se adaptam a essas exigências do nosso governo?

Desta forma, o trabalho objetiva-se a analisar de quais maneiras estes certificados digitais impactam no trabalho contábil, analisando escritórios da região. Para tal análise uma pesquisa será feita, levando em consideração se foi implantado, como foi implantado, quais são os usuários e entre outras.

Segundo Resende (2009), no Brasil existe uma carência quanto a segurança das informações digitais e muito se discute em torno do tema, de forma a intensificar o uso dos certificados, possuindo como objetivo a necessidade cada vez maior de se obter segurança ao realizar qualquer tipo de

atividade digital. Essa carência reforça a ideia desta pesquisa, de avaliar os meios de certificação digital usados nas empresas.

A implantação do certificado digital nas organizações garante a seus usuários melhor agilidade e segurança, possibilitando que somente as partes envolvidas na transação tenha acesso as informações, com isso foi estabelecido um sistema de criptografia "que é a técnica de transformar dados em códigos indecifráveis para serem transportados de um ponto para outro sigilosamente" (RESENDE,2009) que possibilita ainda mais autenticidade sobre as informações ali contidas, no Brasil esse sistema é feito sobre uma espécie de chave classificadas em pública e privada tornado praticamente impossível o acesso de terceiros.

De acordo com o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (2016), mais de dois milhões de certificados foram enviados apenas nos oito primeiros meses de 2016, número que foi ainda maior no ano de 2015, ultrapassando os três milhões de certificados. Os certificados contém os dados do seu proprietário, como nome, número de telefone e CPF, junto da assinatura da Autoridade Certificadora que o emitiu. Uma Autoridade Certificadora é a entidade, seja pública ou privada, subordinada ao Instituto de Chaves Públicas do Brasil e responsável pelas principais atividades que são relacionadas aos certificados digitais, tais como emitir, distribuir, renovar, revogar e gerenciar os certificados já existentes, desta forma cabendo a ela também o registro de todos os certificados passados, bem como manter criptografadas e salvas todas as informações de quem as utiliza.

2 METODOLOGIA

O objetivo deste trabalho é descrever de quais maneiras a implantação dos certificados digitais impacta o trabalho em escritórios contábeis da região. Desta forma, utilizou-se a metodologia descritiva, pois segundo GIL (1988, p 46), tem como principal objetivo estabelecer relações entre as variáveis analisadas e fazer um levantamento de hipóteses para explicar essas relações, que no caso deste trabalho é a forma como as empresas se adequam aos certificados digitais e os impactos causados por estes, desta forma podendo interpretar o comportamento organizacional e oferecer alternativas viáveis.

Quanto a técnica, o método utilizado foi o de levantamento, que de acordo com Bertucci (2015, p 54), é destinado à interrogação direta das pessoas cujos dados deseja-se obter. Para assim analisar com clareza se as empresas analisadas são ou não adeptas do certificado digital e quais impactos estes trouxeram, abrindo mão do aprofundamento para ressaltar aspectos gerais do estudado.

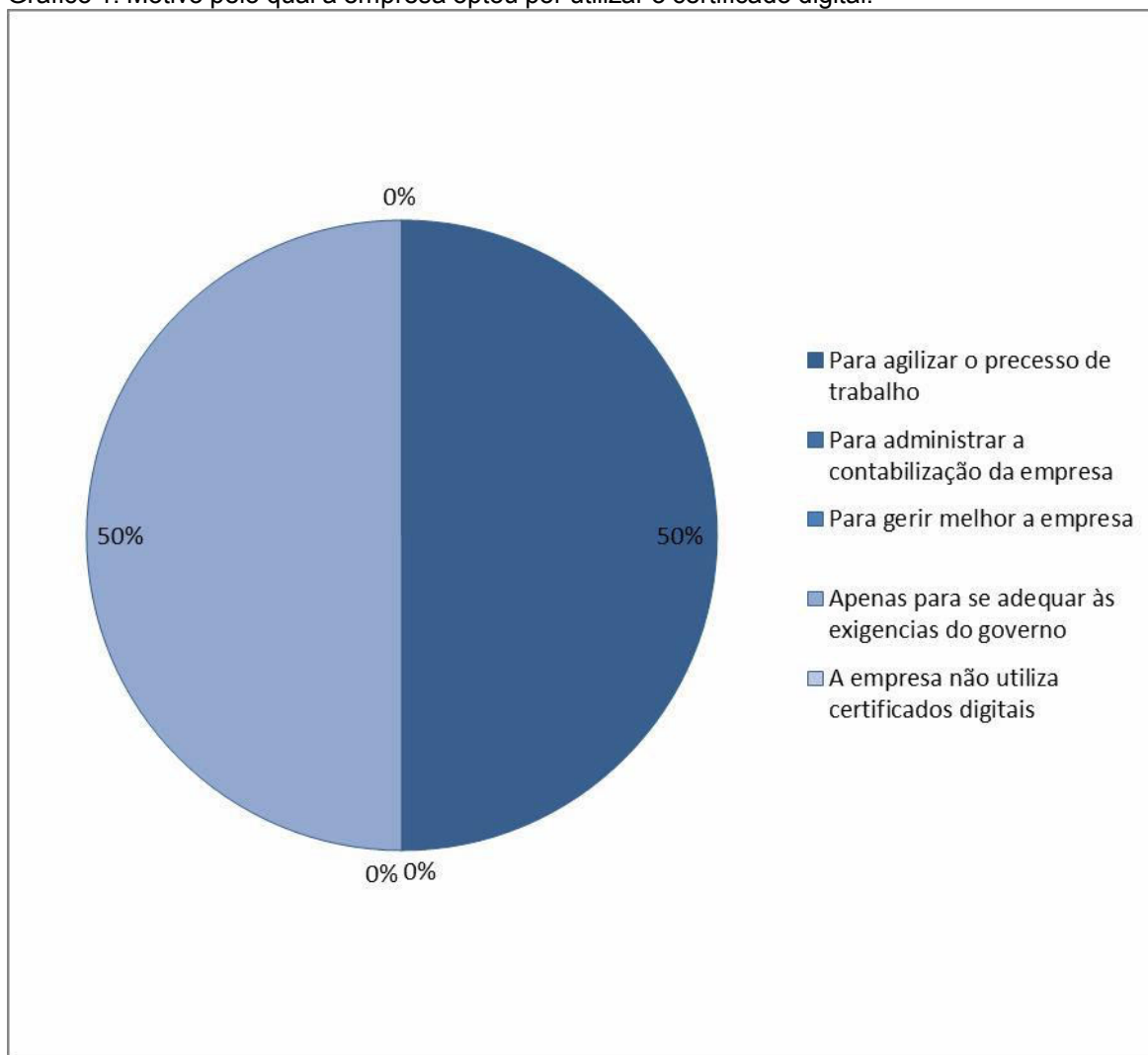
A unidade de análise deu-se por estudos realizados em nível da organização, uma vez que serão analisadas algumas empresas de contabilidade da região leste de Minas Gerais e Espírito Santo, podendo desta forma interpretar as situações organizacionais, definindo os aspectos relevantes, e assim propor soluções que diminuam os problemas identificados.

Tomou-se como instrumento de coleta de dados o método de questionários, contendo dezesseis questões objetivas e uma questão discursiva. Conforme Bertucci (2015, p 63), o questionário é composto por uma indagação direta, objetivando conhecer a concepção do entrevistado sobre o assunto tratado.

Como maneira de organizar e analisar os dados obtidos, adotou-se o critério qualitativo, uma vez que este estudo visa analisar os impactos trazidos pela implantação dos certificados digitais.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Gráfico 1: Motivo pelo qual a empresa optou por utilizar o certificado digital.



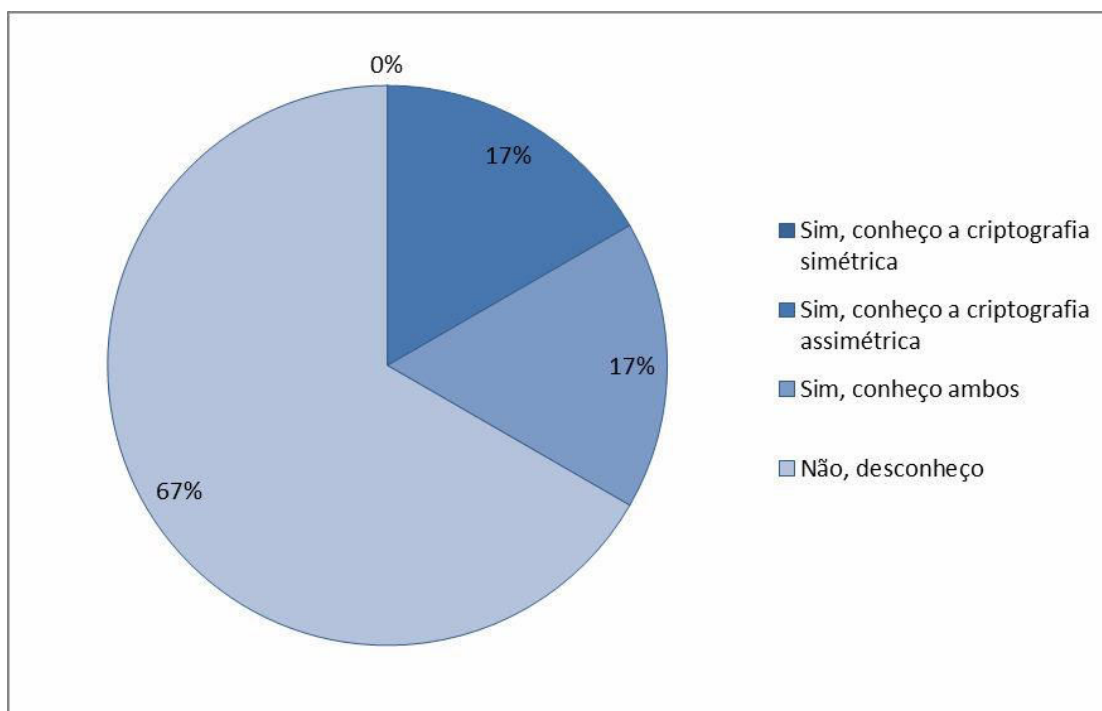
Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme pode ser analisado no Gráfico 5, apesar de metade das empresas utilizarem o sistema de certificação digital para agilizar os processos internos, a outra metade o utiliza apenas por serem exigências do governo, com isso é notável que, apesar de trazer benefícios, é praticado apenas por ser obrigatório.

Contudo o que deve se levar em consideração ao fazer uso do sistema não é apenas sua obrigatoriedade mas sim, sua praticidade e segurança.

“A partir de um documento e sua assinatura digital, pode-se facilmente verificar sua autenticidade e integridade”.(HARTMANN JUNIOR, 2009)

Gráfico 2: nível de conhecimento dos respondentes sobre proteção criptográfica dada aos usuários de certificado digital.

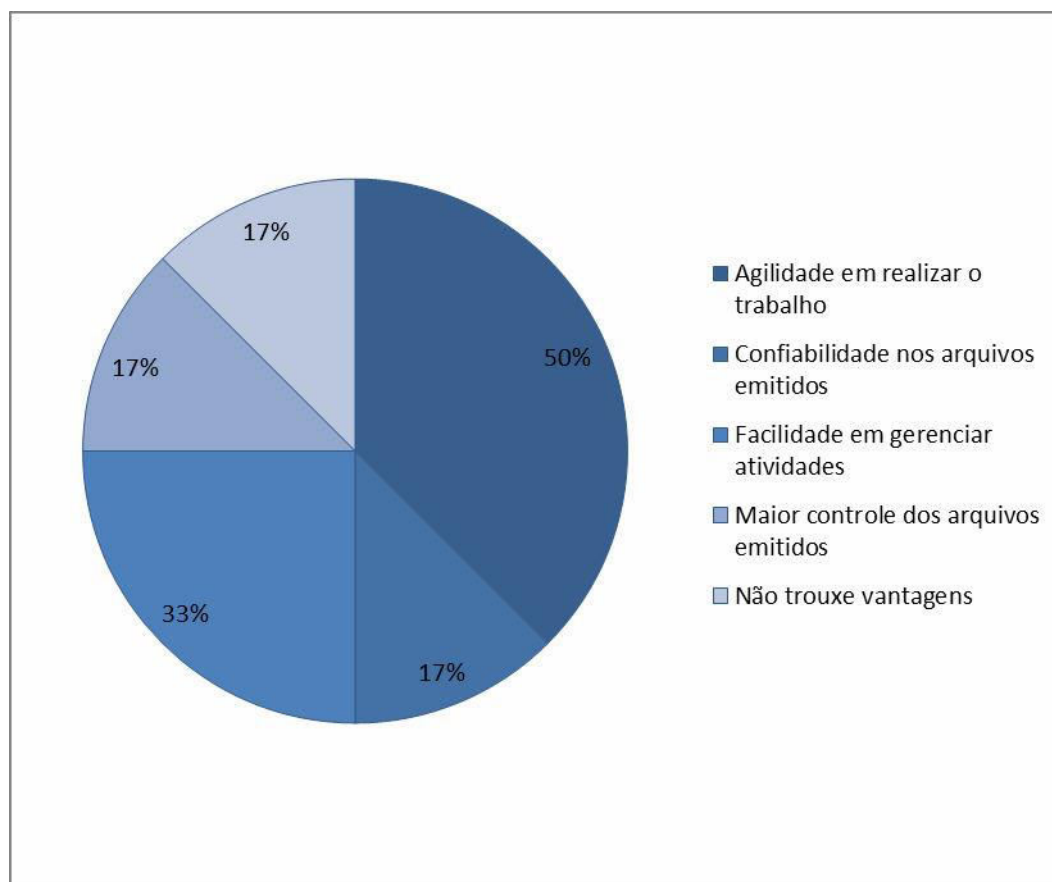


Fonte: elaborado pelos autores.

Apesar de grande parte dos respondentes não conhecer os métodos de proteção dados aos usuários, não é possível concluir que eles não os conhecem por serem leigos e nem por não buscarem as informações suficientes, talvez o seu trabalho diário não exija deles tal conhecimento.

Mesmo com todos os tipos de segurança criptográfica disponíveis, grande parte dos respondentes desta questão não possuem conhecimento dos tipos de segurança criptográfica oferecidos aos usuários, totalizando 66,66%. Em contra partida, 16,66% dos entrevistados conhecem apenas o sistema de criptografia assimétrica e 16,66% conhecem todos os tipos de criptografia presentes.

Gráfico 3: quais os benefícios do certificado digital de acordo com os respondentes.

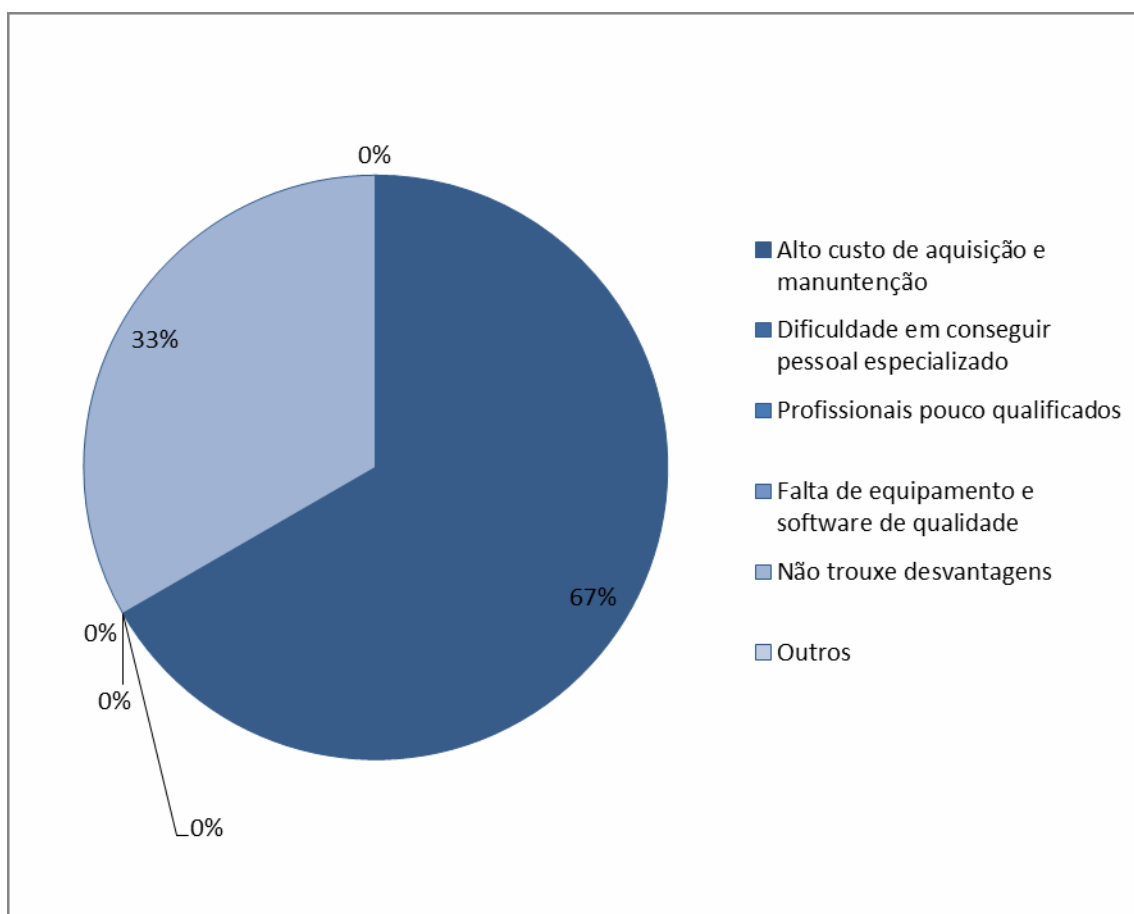


Fonte: elaborado pelos autores.

Como mais de um benefício pode ser notado em alguns casos, esta pergunta não apresenta um somatório igual a 100%. Porém, analisando os dados apresentados, obtém-se a noção de que o maior benefício trazido ao trabalho foi a agilidade, que é um dos assuntos mais abordados por este artigo, seguido pela facilidade ao gerenciar as tarefas, que pode ser entendido também como forma de manter controle maior das atividades realizadas e dos arquivos emitidos.

“Essa tecnologia traz segurança tanto para a Administração como para o cidadão. Além disso, pode ser uma ferramenta importante para a melhoria da gestão, para a desburocratização e para dar agilidade do atendimento do público (ITI, 2016).”

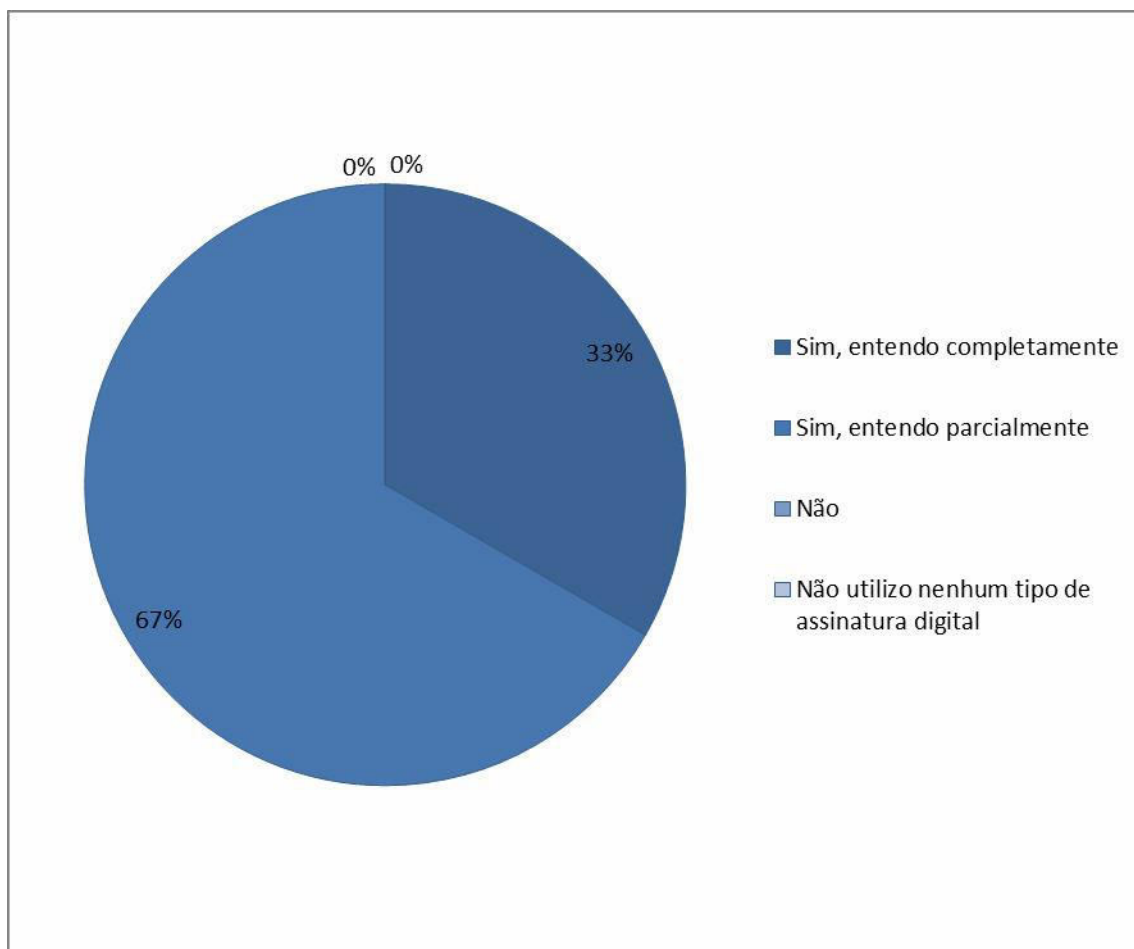
Gráfico 4: quais as desvantagens trazidas pelo certificado digital de acordo com os respondentes.



Fonte: elaborado pelos autores.

Com este resultado, é possível identificar que o maior problema de se implantar certificados digitais é o seu alto custo, que de fato pode ser um receio para gestores ao optarem ou não por este sistema, apesar de sua obrigatoriedade em alguns processos.

Gráfico 5 : nível de conhecimento da autenticidade da assinatura digital.

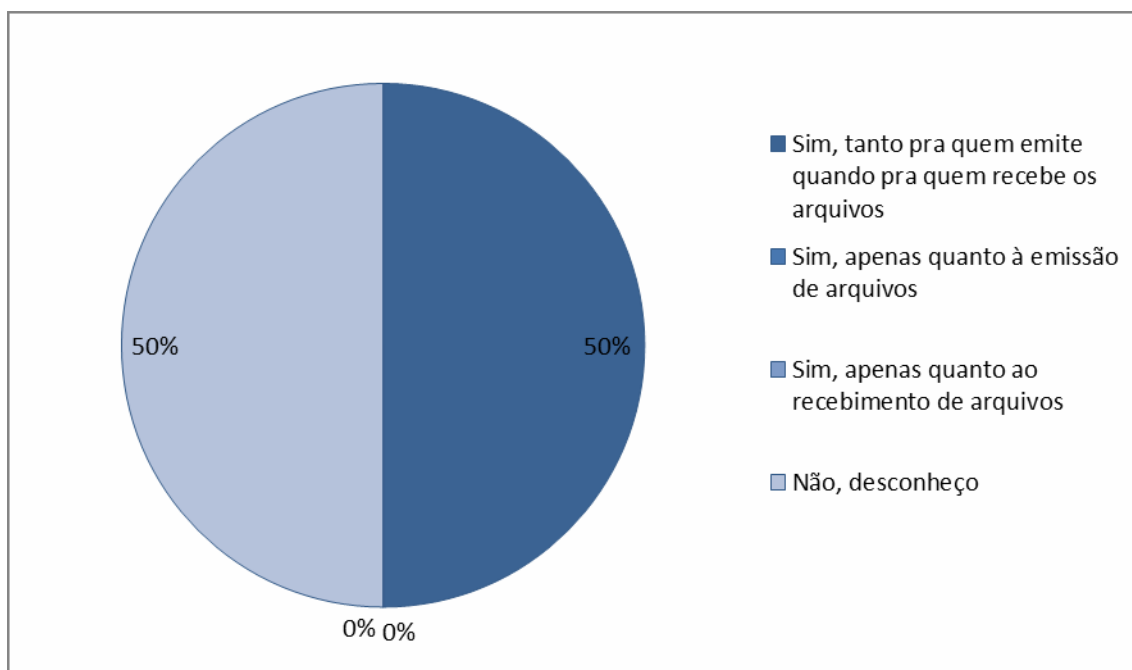


Fonte: elaborado pelos autores.

Este resultado apresenta um alto nível de conhecimento dos respondentes em se tratando de autenticidade. Isso mostra que apesar de alguns utilizarem o sistema apenas por exigência do governo, isso não os impede de conhecer a autenticidade que os é garantida.

As empresas tem conhecimento dessa autenticidade pois, buscam o controle mediante as informações transitadas dentro e fora dela para que não sejam acessadas por terceiros não autorizados ou corrompidas por programas que venham a trazer danos com a divulgação de dados sigilosos (RIBEIRO et al., 2010).

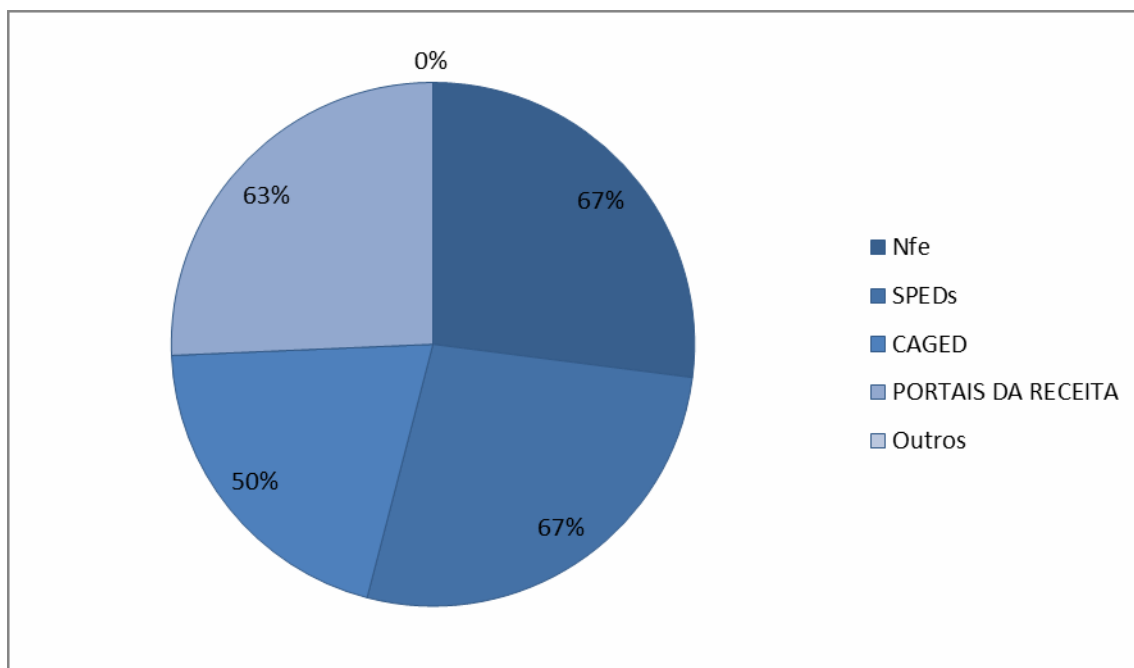
Gráfico 6: nível de conhecimento da legislação das assinaturas digitais.



Fonte: elaborado pelos autores.

O resultado dado pelo gráfico acima, pode ser um reflexo da experiência de alguns e da utilização dos outros apenas por obrigação, uma vez que metade dos respondentes afirmaram não conhecer a legislação.

Gráfico 7: Em qual das áreas os respondentes mais utilizam o certificado digital.

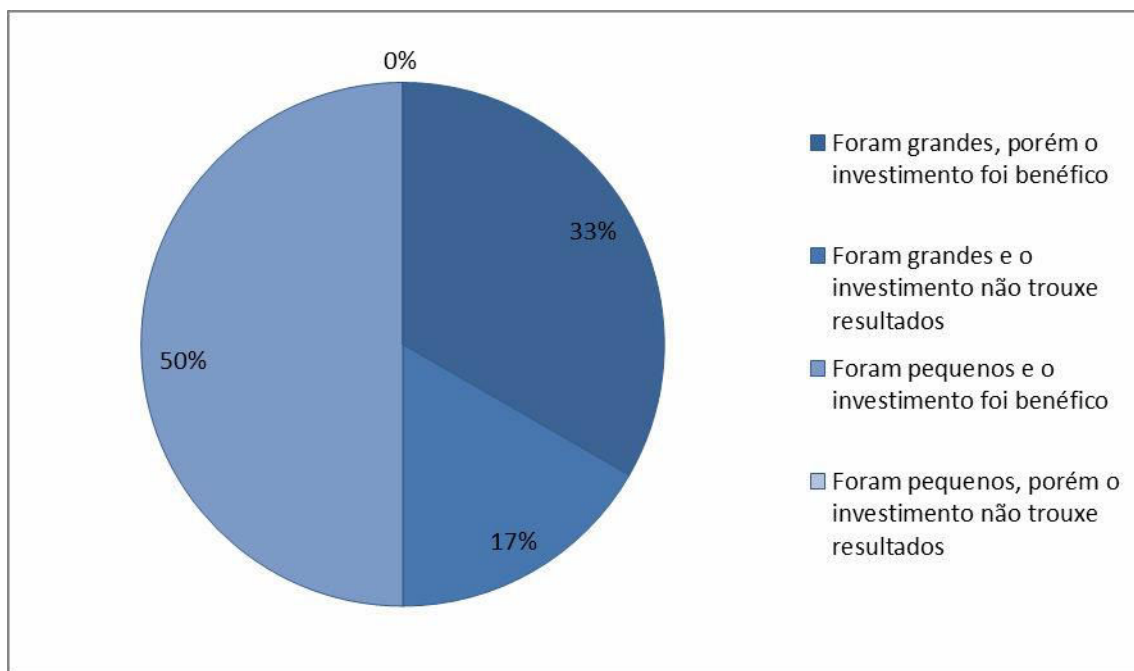


Fonte: elaborado pelos autores.

Por ser de uso obrigatório, as empresas os utilizam em quase todos os arquivos emitidos e portais da receita, estes sendo os mais utilizados na empresa, seja para reconhecer outras empresas

como clientes ou apenas para agilizar os processos internos. Como esta questão engloba vários processos, o total de respostas ultrapassa o número de entrevistados.

Gráfico 8: característica dos investimentos de implantação do certificado digital.

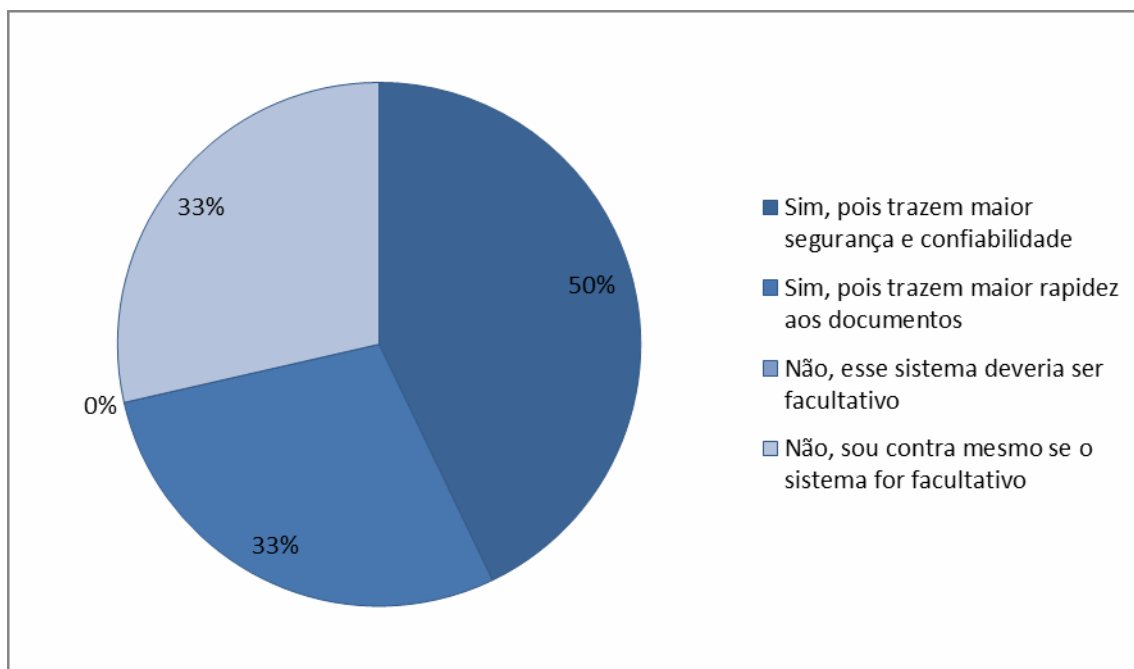


Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme apresentado acima, mesmo que grandes, os gastos produzidos com a implantação do certificado trazem um retorno equivalente ou maior, apesar de que a maioria dos entrevistados alegou que o investimento não foi tão alto, levando em conta o custo x benefício.

Pois segundo Resende (2009), o custo varia de acordo com a autoridade certificadora que vai oferecer o serviço, porém os benefícios são inúmeros como: acesso a serviços online envolvendo sigilo fiscal.

Gráfico 9: nível de aprovação da obrigatoriedade do sistema de certificados digitais.



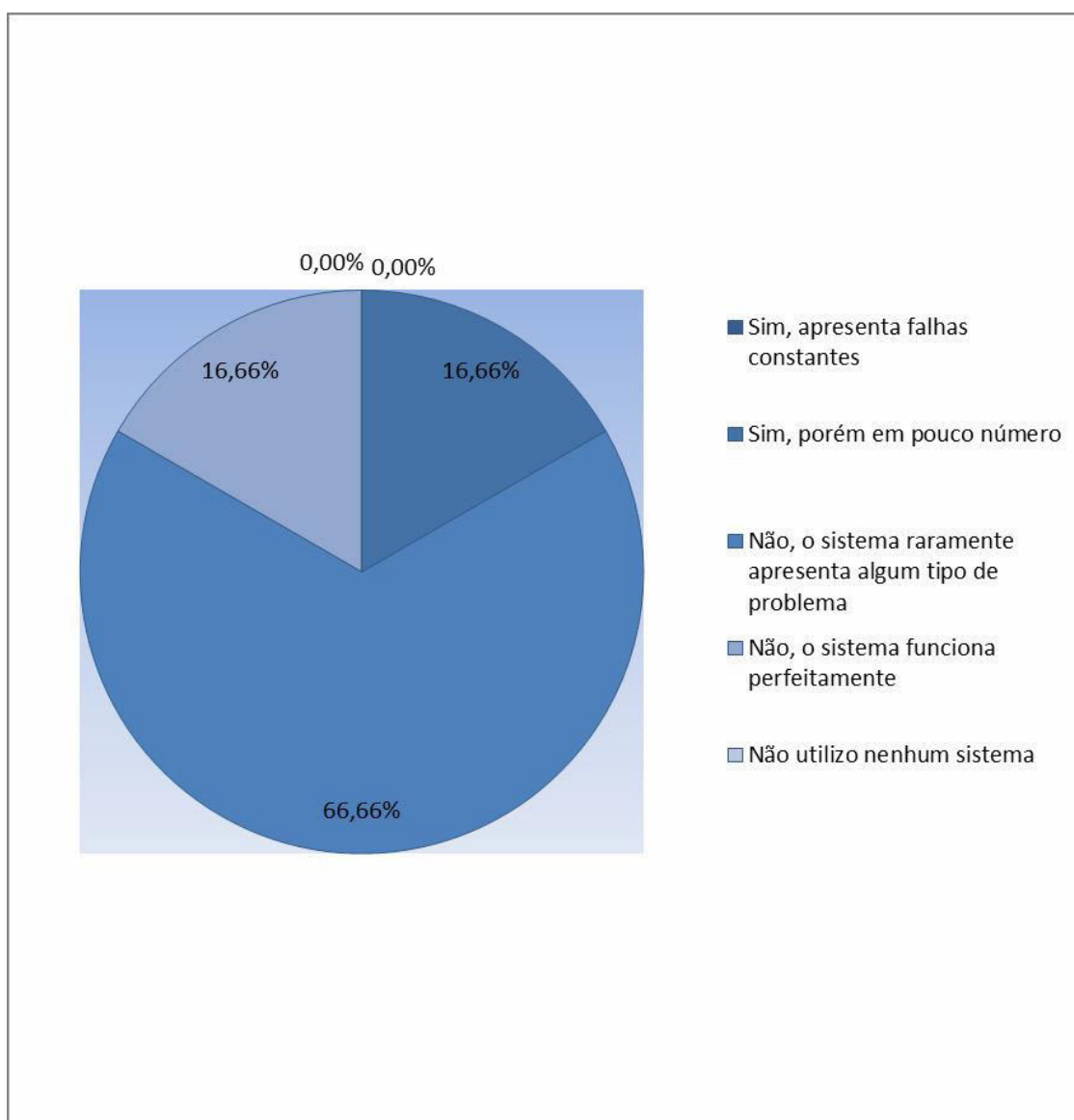
Fonte: elaborado pelos autores.

Como descrito no gráfico 14, o maior chamativo dos certificados digitais é sua segurança e confiabilidade, seguido por sua rapidez. Isso reafirma a ideia de que, apesar de necessitarem de um certo investimento, estes certificados trazem benefícios que equivalem ou superam este investimento, isso justifica a concordância dos respondentes com a obrigatoriedade dos certificados.

Apesar de hoje ser obrigatório, 28,57% dos entrevistados acreditam que o uso dos certificados digitais devem ser obrigatórios pois trazem maior rapidez aos documentos emitidos, outros 28,57% são contra essa obrigatoriedade, mesmo que facultativa, já os restantes 42,86% dos entrevistados acreditam que a obrigatoriedade dos certificados digitais traz por consequência qualidade na segurança e confiabilidade dos arquivos emitidos.

Desta forma é perceptível que o maior chamativo dos certificados digitais é sua segurança e confiabilidade, seguido por sua rapidez. Isso reafirma a ideia de que, apesar de necessitarem de um certo investimento, estes certificados trazem benefícios que equivalem ou superam este investimento, isso justifica a concordância dos respondentes com a obrigatoriedade dos certificados.

Gráfico 10: apresentação de falhas no sistema.



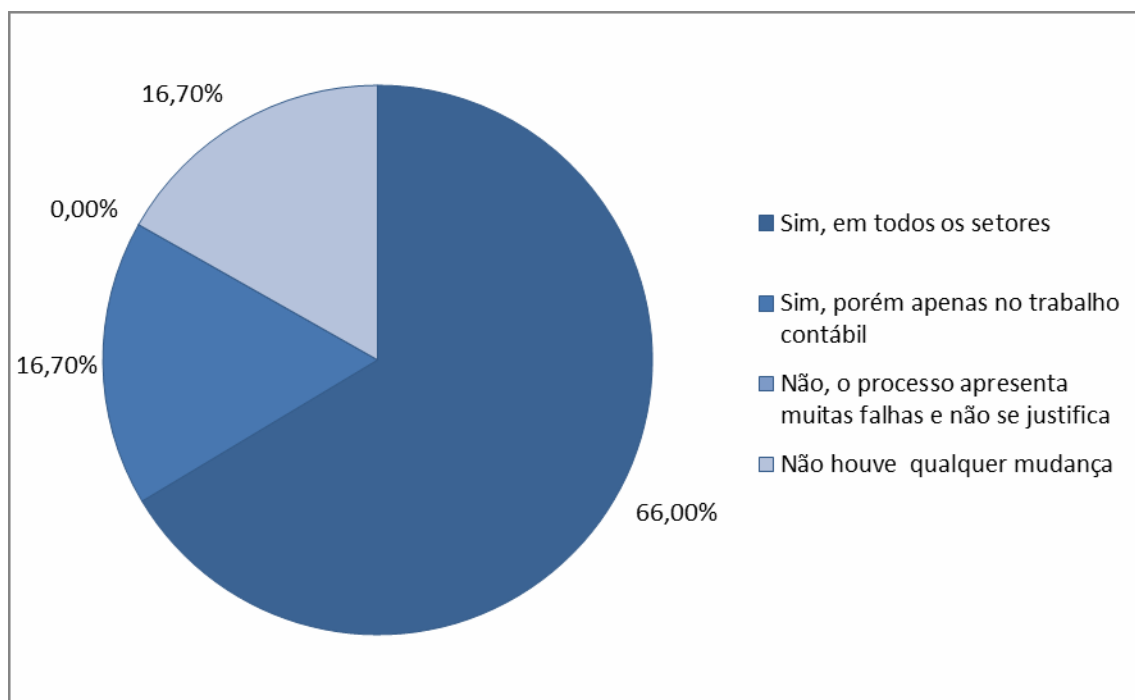
Fonte: elaborado pelos autores.

O gráfico 15 demonstra o contentamento dos entrevistados com os sistemas utilizados, já que apresentam falhas esporádicas e raras em sua maioria, visto a sua grande utilização nos escritórios de contabilidade. Isso pode justificar o eventual investimento que pode ser alto, mas raramente apresenta algum tipo de falha, necessitando de pouca manutenção.

Esta questão apresenta claramente o contentamento dos entrevistados com os sistemas utilizados, já que apresentam falhas esporádicas e raras em sua maioria, visto a sua grande utilização nos escritórios de contabilidade. Isso pode justificar o eventual investimento que pode ser alto, mas raramente apresenta algum tipo de falha, necessitando de pouca manutenção.

Apesar de apresentar falhas eventuais, o sistema parece funcionar bem, com uma média de respostas de 16,66% para falhas em pouco número, 16,66% para funcionamento perfeito do sistema e os outros 66,66% para falhas ocasionais e raras do sistema.

Gráfico 11: opinião dos respondentes sobre a melhoria nos processos de gerenciamento na empresa.



Fonte: elaborado pelos autores.

Esta questão volta a reafirmar tópicos e questões citados acima, de que apesar de necessitar de investimentos, a implantação de certificados digitais dentro dos escritórios traz benefícios em boa parte dos setores de atuação da empresa, senão em todas.

4 CONCLUSÃO

Através deste artigo, buscou-se entender de quais maneiras a implantação dos certificados digitais impacta o trabalho em escritórios contábeis da região. Pela observação dos aspectos analisados, frente aos dados coletados pela pesquisa, pode-se concluir que, a certificação digital possui uma série de vantagens tais como agilidade, segurança e confiabilidade nos arquivos emitidos, maior controle, entre outras. Nota-se que há também desvantagens como o elevado índice de usuários que reclamam do alto custo de aquisição, entretanto torna-se notório que os benefícios superam o valor do investimento.

Ainda há um percentual significativo de profissionais da área contábil que não conhecem plenamente a funcionalidade e a amplitude de benefícios oferecidos por este serviço, por isso talvez seja necessário que, não só os escritórios de contabilidade, mas também todas as empresas que possuem a certificação digital, promovam uma conscientização sobre o assunto, seja através de campanhas publicitárias ou palestras dadas por profissionais com amplo conhecimento. No entanto, para solucionar os problemas com clientes insatisfeitos com a obrigatoriedade e com o alto custo, sugere-se que sejam feitas propagandas sobre o assunto com foco na segurança e agilidade, pois o que os clientes realmente procuram nesse tipo de serviço, acima de tudo é a segurança, tomando como exemplo os escritórios de contabilidade, recomenda-se que os funcionários sejam treinados para que no momento do atendimento ao cliente convença-o de que o certificado digital traz diversas vantagens para sua empresa.

5 REFERÊNCIAS

ALMEIDA FILHO, C. A importância da informática na profissão contábil. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual de Feira de Santana; UEFS, Feira de Santana, 2002.

BERTUCCI, J. L. O. Metodologia Básica Para Elaboração de Trabalhos de Conclusão de Cursos (Tcc), 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008, 116p.

CERTISIGN, Certificado digital. Disponível em <https://www.certisign.com.br/certificado-digital>. Acesso em: 26 set. 2016.

FREITAS, C. S. ; VERONESE, A. . Segredo e democracia: certificação digital e software livre. IP. Informática Pública , v. 08, p. 09/26, 2007.

FRIEDRICH, D. M. ; MEDINA, R. D. Certificação Digital Acadêmica: Implantação do Sistema de Gerenciamento de Certificados Digitais ICPEDU na UFSM. **Revista Novas Tecnologias na Educação**, v. 6, p. 0/15, 2007.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa, 4. ed., São Paulo, Atlas, 2002, 176p.

HARTMANN JÚNIOR, J. Certificado Digital. Trabalho de graduação (Curso de Especialização em Redes e Segurança de Sistemas) - Pontifícia Universidade Católica do Paraná, PUCPR, Curitiba, 2009.

INFOWESTER, Assinatura Digital. Disponível em: <http://www.infowester.com/assincertdigital.php>. Acesso em: 13 nov. 2016.

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, Sobre certificação digital. Disponível em <http://www.iti.gov.br/aceso-a-informacao/96-perguntas-frequentes/1743-sobre-certificacao-digital#oquee>. Acesso em: 26 set. 2016.

NAKAMURA, E. T. Segurança de redes em ambientes cooperativos. 1ª ed. São Paulo: Novatec Editora. 2007.

PEREIRA, S. R. Certificação digital através do algoritmo RSA. FaSCciTech. Periódico Eletrônico da Fatec São Caetano do Sul. v.1, n. 1, p. 74/86, 2009.

RECEITA FEDERAL BRASILEIRA, Certificados digitais. Disponível em <http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/senhas-e-procuracoes/senhas/certificados-digitais>. Acesso em: 23 set. 2016.

RESENDE, D. A . Certificação Digital. **Revista Jurídica UNIGRAN**, v. 11, n. 22, p. 111/122, 2009.

RIBEIRO, O. G.; MARINHO, E. A.; PEREIRA, S. R.; LODDI, S. A.; SOUZA, P. S. **Revista Teknhe e Logos**, v.2, n.2, p. 56/72, 2011.