

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Ana Letícia Vieira da Silva
Gleyce Giselly Casé da Silva
João Victor Brito de Santana

**CONTABILIDADE NAS STARTUPS: UMA PESQUISA
BIBLIOGRÁFICA**

RECIFE - PE
NOVEMBRO 2025

Ana Letícia Vieira da Silva
Gleyce Giselly Casé da Silva
João Victor Brito de Santana

CONTABILIDADE NAS STARTUPS: UMA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao
Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel(a) em
Ciências Contábeis.

Professor Orientador: Dr. Jadson Freire Silva

RECIFE - PE
NOVEMBRO 2025

Ana Letícia Vieira da Silva
Gleyce Giselly Casé da Silva
João Victor Brito de Santana

CONTABILIDADE NAS STARTUPS: UMA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao
Centro Universitário Brasileiro - UNIBRA, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel(a) em Ciências
Contábeis.

Prof. Dr. Jadson Freire da Silva (Orientador)
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Prof.^a. Dr^a Nome do Membro da Banca 1
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

. Prof. Dr^a. Nome do Membro da Banca 2
Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA)

Recife, ____ de _____ de 2025.

NOTA: _____

RESUMO

As startups são empresas do setor de atuação inovador e promissor que estão cada vez mais ganhando espaço no mercado e reconhecimento, ambiente que estima a importância da contabilidade em seus desafios otimizando pontos negativos e quando bem alinhada com os objetivos da instituição, realça os pontos positivos e qualidades dessa categoria. Seu crescimento junto com e-commerce teve destaque em um cenário pouco imaginável mas que fizeram toda diferença para consumidores e fornecedores desde que soubesse a forma certa de agir, momento no qual legalização a contabilidade fez toda diferença, desde a ideia de abrir o seu comércio, passo a passo da até o planejamento para que tudo ocorra dentro das leis e normas contábeis. Quando bem planejado, executado contribui para maior sucesso da entidade podendo pontear vínculos nacionais e internacionais. Desta forma, este trabalho propõe que a contabilidade nas startups tem como essencial ferramenta de gestão estratégica, tendo como principal objetivo mapear pesquisas científicas sobre elas e as movimentações financeiras e patrimoniais da empresa. Tendo como fonte de pesquisa o google acadêmico, os resultados foram obtidos diante de uma procura de artigos publicados entre os anos de 2020 à 2025, sendo uma abordagem qualiquantitativa, exploratória e bibliográfica. Na discussão encontra-se a análise de estudos que abordam práticas contábeis, crescimento das startups, contexto digital e sua transformação, além da forma que a pandemia afetou de modo positivo as startups e o e-commerce. Portanto, conclui-se que a contabilidade vai além das atividades fiscais, agregando valor nas entidades com informações e documentos elevam a longevidade dos negócios e tenham alto domínio que façam se destacar entre seus concorrentes.

Palavras-chave: Contabilidade. Startups. E-commerce. Inovação.

ABSTRACT

Startups are innovative and promising companies that are increasingly gaining market share and recognition. This environment highlights the importance of accounting in addressing challenges, optimizing weaknesses, and, when well-aligned with the institution's objectives, enhancing the strengths and qualities of this category. Their growth alongside e-commerce has been significant in a seemingly unimaginable scenario, making all the difference for consumers and suppliers, provided they knew the right way to act. Legalization and accounting played a crucial role, from the initial idea of opening a business, step-by-step, to planning to ensure everything complies with accounting laws and regulations. When well-planned and executed, it contributes to the entity's greater success, potentially fostering national and international connections. Therefore, this work proposes that accounting in startups is an essential strategic management tool, with the main objective of mapping scientific research on startups and the company's financial and asset movements. Using Google Scholar as a research source, the results were obtained by searching for articles published between 2020 and 2025, employing a qualitative-quantitative, exploratory, and bibliographical approach. The discussion includes an analysis of studies addressing accounting practices, startup growth, the digital context and its transformation, as well as how the pandemic positively impacted startups and e-commerce. Therefore, it concludes that accounting goes beyond fiscal activities, adding value to entities through information and documents that increase business longevity and provide a high level of expertise that allows them to stand out from their competitors.

Keywords: Accounting. Startups. E-commerce. Innovation.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Conceito de Contabilidade	10
2.2 Startups.....	11
2.3 E-commerce.....	12
3 METODOLOGIA	14
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	16
6 CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS	26

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade é notório que o mundo vem passando por mudanças. No ramo empresarial, uma das modalidades que mais tem chamado a atenção para os investidores são as startups (1). Esse segmento conta com inovação, tecnologia, crescimento ágil com bons alcances de clientes (2). Pesquisas da Abstartups em parceria com a Deloitte, apontam que desde 2020 a 2022 houve um aumento de 40% de fundação de startups (3).

Para um melhor desempenho das empresas é de mera importância um profissional contábil para orientar em seu planejamento (4), exercendo um papel essencial para a dinâmica e suas complexidades financeiras (5). Viabilizando a análise da desenvoltura da empresa e relatórios que podem orientar administradores em suas próximas decisões para alavancar seu negócio (6).

O fato de ser uma modalidade de empresa no qual seja sustentável ao longo do tempo (7), também apresenta pilares que influenciam negativamente, demonstrando o nível de alto risco que existe nessa categoria. Como por exemplo, não saber como dar o primeiro passo, falta de reputação, mudanças de rumo repentinas (8). Deste modo, nota-se que desde os anos noventa houve uma procura latente pela inovação e os negócios, indicando que aproximadamente 80% das startups utilizam ferramentas gerenciais que auxiliam no processo de tomada de decisão (10).

O alto grau de desenvolvimento das startups, segundo Alves (9) conecta a falta de um profissional de contabilidade ao primeiro motivo para o fracasso de uma startup são as dificuldades financeiras e a dificuldade de levantar capital. Para tanto, a contabilidade fornece serviços de planejamento tributário, atualização da legislação, controle de custos, relatórios contábeis e controles financeiros, que são fundamentais na contabilidade que auxiliam o processo de gestão das empresas.

As startups fazem parte do mercado que acrescenta valor na economia que pode ocasionar a solução de situações problemáticas no país (11), esse resultado aparece através demonstrativos contábeis que entregam lucro, rentabilidade, fluxo de caixa e entre outros resultados consideráveis ao valor da importância dessa pesquisa para longevidade das empresas de startup, pois a contabilidade não é só sobre pagar impostos, são ferramentas de gestão que proporciona possibilidades, controle financeiro, gestão estratégica e a sustentabilidade do negócio (12).

Desta forma, este trabalho propõe que a contabilidade nas startups tem como essencial ferramenta de gestão estratégica, tendo como principal objetivo mapear pesquisas científicas sobre elas e as movimentações financeiras e patrimoniais da empresa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Essa pesquisa analisa termos técnicos da contabilidade e seus subgrupos que fazem parte da rotina contábil e da empresa. A presença das startups no mercado, suas dificuldades, método de apoio para sua desenvoltura. O princípio do e-commerce, alcance de clientes, ponto de insegurança que reflete nas vendas digitais e consequências.

2.1 Conceito de Contabilidade

A contabilidade é a ciência que estuda, analisa, interpreta e registra as ocorrências que influenciam diretamente o patrimônio de uma entidade (13). Pode ser dividida por setores e variados subtópicos técnicos, onde serão apontadas suas definições e diretrizes que evidenciam sua relevância (14).

O primeiro é o departamento de legalização, primordial para que a empresa seja introduzida no mercado e seja dado o ponto de partida. Isso garante que a entidade seja regularizada de forma correta e obtenha funcionamento adequado. Esse processo inclui diversos órgãos e procedimentos que podem ser complexos para o empresário seguir em frente sem auxílio de um responsável contábil, seja na esfera burocrática ou tributária, para o melhor enquadramento do regime tributário da empresa (15).

Tão importante quanto a legalização é o setor fiscal. É de vasto conhecimento entre os profissionais da área que este segmento destaca a ligação das atividades com as leis decretadas (16). É por meio dessas atividades que são realizadas durante o dia a dia que a corporação pode conseguir benefícios fiscais, reduzir custos, recuperação de crédito e incentivos fiscais (17).

Vale ressaltar que algumas prefeituras concedem incentivos fiscais para empresas inovadoras, inclusive redução no ISS (Imposto Sobre Serviços), existência de programas que incentivam a pesquisa e desenvolvimento, que podem interferir na redução do imposto de renda para os declarantes e da contribuição social sobre o lucro líquido (18). Cabe mencionar que o planejamento tributário, juntamente com as técnicas contábeis e

administrativas, tem por finalidade evitar atrasos ou sonegação no pagamento de guias, taxas e contribuições, sempre esclarecendo para o cliente os princípios e a transparência fiscal e tributária (19).

Igualmente relevante é o setor contábil, onde todas as informações financeiras, fiscais ou de departamento pessoal se encontram e são elaborados relatórios para os usuários das informações (20). Esse setor tem por meta esclarecer de forma evidente como a organização está lidando com suas movimentações financeiras, seja pelo fluxo de caixa, balanço patrimonial, DRE, DVA, LTV, dentre outros (21).

A contabilidade, apesar de ser precisa, conta com sistemas aliados que viabilizam tempo hábil para a realização de tarefas como emissão de notas, controle financeiro, folha de pagamento e pagamento de tributos, e contribui para a redução de erros (22).

Um dos pilares fundamentais da contabilidade é a contabilidade gerencial (23). Embora não seja obrigatória, ela coopera diretamente em operações cruciais: planejamento, esclarecendo objetivos e como conquistá-los, controle, fazendo feedbacks e garantindo que o plano seja bem-feito, e tomada de decisões, selecionando uma ação dentro das concorrentes (24). Enfatizando decisões que afetam o futuro.

2.2 Startups

Apesar de inovadora e atrativa, as startups ainda vêm conquistando seu espaço no mercado comercial, mas ainda pode ser um ambiente desconhecido para muitos indivíduos (25). Startup é uma empresa em estágio inicial onde propõe um novo jeito de pensar como um grande potencial de crescimento, contudo, não significa que todas as empresas na fase inicial sejam uma startup (26). As startups contam com a inovação que diariamente procuram solucionar problemas que possam deferir as empresas que vão projetadas para seu grande momento (27). As startups são ágeis e adaptáveis, sendo capazes de se moldar à onda econômica (28).

Com intuito de melhorar a visão e o conhecimento do homem sobre a área inovadora promissora, apresenta informações sobre as startups que desenvolvem o entendimento sobre a movimentação que modifica a produção, desenvolvimento e lançamentos dos produtos, visando a redução de riscos e prejuízos e tempo de criação sem dispensar os processos e procedimentos (29).

Além disso, destaca o entusiasmo dos jovens imersos na tecnologia e a forma que

uns desafiam os outros, criando empresas inesperadamente nos quartos dormitórios de uma universidade (29). A tecnologia que está diariamente presente na rotina dos seres humanos de formas variadas, é de forma significativa primordial para as empresas, não garantindo seu sucesso, mas, inegavelmente faz com que as empresas tenham um alcance melhor de consumidores e aumente suas chances de prosperar (30).

Erick Ries expôs alguns problemas enfrentados por uma empresa startup, “Como uma ideia pode virar um negócio, se a quantidade de incerteza é tão grande?” bom base nisso, desenvolveu o método “lean startup” que tem por objetivo assiste os empreendedores a não se perderem e se decepcionar na vontade de transformar sua idealização em uma grande conquista (31).

As startups são motores de inovação e de forma ágil, são especialistas em focar em soluções específicas criando software de inteligência artificial e sensores para um monitoramento mais eficiente, de alta qualidade e em tempo real (32). As startups e a tecnologia estão dentro do acervo vital que pode acarretar o sucesso da migração para indústria 4.0 que é a inovação para indústrias automatizadas, inteligentes e precisas que podem prever falhas (33). A Indústria 4.0 evidenciada na Alemanha na Feira de Hannover em meados de 2011, no Brasil as primeiras menções sobre o assunto têm surgido gradualmente nos últimos 10 anos, resultante das mudanças tecnológicas sucedidas nas fábricas. Conduzindo melhorias resultantes na IA, sistemas integrados, computação da nuvem e etc (34).

O vínculo entre as empresas e a tecnologia vem fortalecendo e crescendo de forma gradual, essa parceria de acordo com estudo realizado sobre aceleradoras no Brasil (34), indicou que mais de 80% das startups são do ramo de TIC (Tecnologias da informação e comunicação (35). Todavia, as TICs exercem um papel fundamental nas startups, realizando a coleta e armazenamento de dados, processamento e transmissão de informações de forma eficaz (36).

2.3 E-commerce

O princípio do e-commerce torna-se executável por volta de 1987/1995, quando a internet se desprende do meio acadêmico e é liberada para os comerciantes (37). No Brasil, em 1992 a Rede Nacional de Pesquisa, encetou o primeiro backbone (rede

dielétrica ou subterrânea em fibra óptica com dimensões continentais) do país, em 1994, a Embratel realizou os experimentos de serviço que obteve em média 5 mil usuários dentro de um ano, em 1995 foi concedida a internet para a nação brasileira através de acessos cedidos por empresas privadas (38).

E-commerce é a abreviação da palavra electronic commerce (comércio eletrônico), operação de um segmento de processos de um negócio digital. Se fortaleceu após a chegada da internet facilitando assim como um todo, o processo de compra e venda no início apenas pequenos produtos eram comercializados como cd's, dvd's, livros e mais(39). Ao decorrer do tempo, o nicho que foi passando credibilidade e confiança para seus consumidores e comercializa produtos básicos que fazem parte do cotidiano de uma população, tal qual, itens de luxo (40).

Pode-se assegurar que o e-commerce abrange distintos consumidores diante do seu variado mercadejo, podendo destacar-se o comércio de leilões, bens, serviços e organização que alcança fregueses em lugares e situações diferentes levando seu cliente a realizar operações digitais em qualquer momento e qualquer hora (39)

No meio digital, a vanguardista em loja virtual Brasoftware (empresa especializada em tecnologia), desenvolvida em 1996, apesar de seu começo repleto de desafios a empresa continua suas atividades nos dias atuais, inovando cada vez mais no ramo da tecnologia e desenvolvimento de software que estão presentes em diversas partes de uma companhia (41).

É inegável que certamente o marketing eleva de forma crescente o raio de consumidores que podem se conectar com seu produto ou serviço, além da divulgação feita pelo próprio cliente, famosa “boca a boca”, podendo ser frisado que a qualidade do que foi adquirido é o protagonista dessa divulgação informal (42). Entretanto, de forma comprobatória e muito utilizada salientamos o meio digital da propaganda, o tráfego pago, investimento feito numa determinada plataforma, que promove melhor alcance de pessoas, consequentemente aumenta o número de visitantes e amplia as vendas do lojista (43).

O consumo de e-commerce pode ser bem chamativo para o consumidor final por poder mostrar potenciais reduções de custos, já que diferentes sites podem expor o mesmo produto com precificação diferente levando o cliente a economizar e assessorar melhor entendimento nos seus gastos. Ainda que tenha um bom público, parte da

população se sente insegura perante as vendas realizadas de forma remota, logo, que a depender da forma de entrega do pedido, há necessidade de informações e dados pessoais, tais como CPF, nome completo e endereço residencial, mesmo com a aplicação da LGPD (44)

A Lei 13.709, 14 de agosto de 2018, a Lei de proteção de dados é gide a proteção dos direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, inclusive nos meios digitais, garantindo entendimento nítido na utilização das informações coletadas (45). De interesse nacional e acompanhada pela união, para as empresas que não acatam a Lei destacamos seguintes punições: advertência, com possibilidade de medidas corretivas; a multa de até 2% do faturamento, com limite de até R\$ 50 milhões; o bloqueio ou a eliminação dos dados pessoais relacionados à irregularidade, a suspensão parcial do funcionamento do banco de dados ou a proibição parcial ou total da atividade de tratamento (46).

3 METODOLOGIA

Os processos metodológicos envolvem a bibliográfica, enquanto abordagem ela é qualiquantitativa. Para os objetivos técnicos a pesquisa é exploratória.

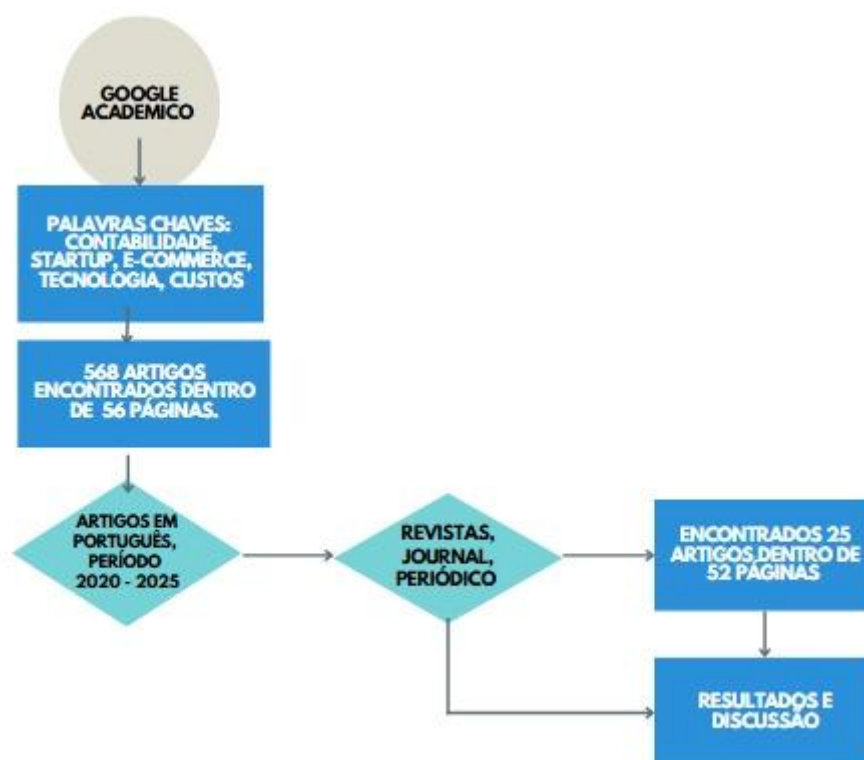
Pesquisa bibliográfica é uma pesquisa que embasa em coleta de dados, pesquisando em materiais publicados, utilizando fontes como artigos científicos, livros, pesquisas online e etc. Segundo Rodrigues qualquer pesquisa é elaborada a partir de material publicado, classificado como bibliográfica (47). E segundo Braucks bibliográfica é essencial para pesquisa científica, podendo ser utilizada como aprofundamento (48).

Abordagem qualiquantitativa é a junção de elementos da abordagem qualitativa e quantitativa em um único estudo. Analisando dados numéricos e os motivos para a pesquisa. Segundo Braucks aplicar o método dentro do processo auxilia na elaboração do estudo (48).

Pesquisa exploratória é um tipo de pesquisa científica, tem por finalidade completar, suplementar, integrar, acrescentar e aprimorar estudo realizado, assegurado em fundamentos propalados, tal como, melhor 1) a aprendizagem melhor se realiza quando parte do conhecido; 2) deve-se buscar sempre ampliar o conhecimento e 3) esperar respostas racionais pressupõe formulação de perguntas também racionais (49).

Para esse trabalho foi escolhido o Google Acadêmico como principal fonte de pesquisa e informações. O google acadêmico é uma importante ferramenta gratuita de publicações científicas. Essa pesquisa tem uma grande base científica, com interface acessível e simplicidade (50).

Desta forma, sob o ambiente do Google Acadêmico, incluiu-se as palavras-chave Contabilidade, Startup, E-commerce, Tecnologia e Custos. Sendo assim, as palavras-chave definidas, percorreu-se da página 01 a página 52, utilizando 25 artigos publicados em revistas acadêmicas, Journal e periódicos destes utilizados para critérios de inclusão e para as exclusões envolvem materiais que não apresentavam relação direta com o tema. O período temporal da pesquisa alcança os anos de 2020 a 2025, tendo como base direta a busca de documentos oriundos de artigos acadêmicos.



A figura demonstra passo a passo percorrido para alcançar a precisão e a importância do trabalho, servido como base para discussão.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Observa-se a seguir, as informações obtidas via Google Acadêmico sob as palavras chaves. (quadro 1)

Quadro 1 - Artigos obtidos dos processos metodológicos

Nº	ANO	AUTORES	TÍTULO	METODOLOGIA
51	2023	Sucupira & Danta	A Formação do Preço de Venda e o Seu Impacto no E-commerce Brasileiro	Bibliográfica
52	2022	Dias, Rodrigues & Santos	Da Transformação Digital ao Superapp Magalu: Impactos Contábeis dos Investimentos em Startups	Estudo de caso
53	2024	Pereira et al.	Custos de Transação e a Transformação Digital: Caminhos para a Eficiência Operacional	Descritiva e exploratória
54	2024	Tripodi	O Desafio da Tributação 4.0 para Pequenas e Médias Empresas: Encontrando um Equilíbrio entre Conformidade e Competitividade	Bibliográfica e documental
55	2023	Araújo & Yamanaka	Proposta de Aplicação da Metodologia Lean Startup em uma Empresa de Base Tecnológica de Goiás	Estudo de caso
56	2021	Silva & Marques	Práticas de Análise de Investimentos em Startups do Norte e Noroeste do Estado do Paraná: Nível de Aderência ao Framework	Descritiva
57	2025	Lima & Santos	Gestão de Estoque em Empresas de E-commerce: Estratégias e Tecnologias para Minimizar Custos e Maximizar Eficiência	Bibliográfica
58	2020	Decoster & Guedes	Análise do Negócio da Fintech de Pagamentos Móveis sob a Perspectiva do Modelo Canvas	Estudo de caso
59	2024	Schreiber & Grassmann	Um Estudo sobre a Compreensão e a Utilização da Tecnologia Blockchain sob a Perspectiva de sua Legitimidade	Descritiva e exploratória
60	2024	Távora et al.	Bootstrapping: Percepção de Acadêmicos e Identificação de Potencialidades para Estímulo à Geração de Novos Negócios	Descritiva
61	2024	Gouveia & Júnior	Born Globals Revolucionando o Turismo: Um Estudo de Caso sob a Ótica das Tipologias de Fernandes e Seifert	Descritiva
62	2021	Souza et al.	Ecossistemas de inovação: desafios e incentivos percebidos por startups na cidade de Itabira/MG	Descritiva
63	2024	Morhy & Costa	As Potencialidades de Inovação em Pesquisas de Desenvolvimento Biotecnológico no Empreendedorismo Indígena no Estado do Amazonas	Descritiva e exploratória
64	2022	Garzaro et al.	Frequência de Uso no Serviço de Transporte Individual por Aplicativo: Efeitos sobre Variáveis Antecedentes da Lealdade Online	Questionário
65	2020	Prado, Ayala & Pedroso	Tomada de Decisão Estratégica para Empreendedores: Uma Aplicação da Abordagem Effectuation	Exploratória
66	2022	Silva & Vasconcelos	Identificação dos Impactos da Covid-19 em Micro e Pequenas Empresas Sergipanas	Descritiva e exploratória

67	2021	Santos et al.	Aplicativo Empreenda Agro Sustentável: Ferramenta Condutora para o Comportamento Empreendedor	Descritiva
68	2022	Pereira et al.	Qual Minas Gerais os Negócios de Impacto Impactam? Uma Análise a Partir da Dispersão Espacial	Descritiva e exploratória
69	2024	Moreira	Economia Digital e os Novos Modelos de Negócio no Varejo Nacional em Tempos de Covid-19: Analisando o Caso Amaro Collective	Descritiva e exploratória
70	2021	Donda et al	Análise do Perfil Inovativo de Startups do Agronegócio	Descritiva e exploratória
71	2022	Paulino, de Lima & Cavalcanti	Governança Corporativa e Tecnologia: Uma Análise do Disclosure e dos Avanços Tecnológicos Frente aos Níveis de Governança Corporativa nas Empresas Listadas na B3	Descritiva
72	2025	Bueno	Rota da Inovação: Uma Análise dos Estudos sobre as Startups no Turismo e Lazer	Bibliográfica
73	2020	Carminatti et al.	Varejo Omnichannel: Desafios na Visão de Empresas Brasileiras	Exploratória
74	2023	dos Santos et al.	Gamificação na Jornada do Cliente da CPTM: Aplicação de um Produto Mínimo Viável (MVP) para a Proposição de um Novo Ponto de Contato	Descritiva e exploratória
75	2022	Cruz, Gatto & Costa	A Influência das Startups na Economia Criativa no Contexto da Covid-19 no Estado de Pernambuco	Exploratória

O quadro 1 mostra artigos científicos, com as principais metodologias bibliográficas, estudo de caso, descritiva, exploratória e documental. Percebeu-se que os artigos têm uma grande base científica, com pontos importantes a respeito da contabilidade nas startups. Dentre eles criação de novas startups, avanço da tecnologia para o empreendedorismo e tributação das startups.

Ao passo que os autores Tavora et al. (60) descreveram a forma de abertura das startups e cuidados a serem tomados, Silva & Marques (56) estão mostrando caminhos claros que devem ser seguidos para seu sucesso, realizando testes e pesquisas que comprovam em dados reais o que mais as empresas têm optado por recorrer para suas avaliações e parecer. Como por exemplo, baixo nível de adesão de framework e maior concentração de escolhas quando se trata de payback (indicador financeiro) junto com a análise deliberada por seus respectivos responsáveis da contabilidade.

A princípio, o tratamento mediante a origens se startups e comércios tiveram seu realce em universidades apoiadores do empreendimento para estudantes e métodos que

podem promover esse tipo de atividade e tipos de dificuldade encontradas no caminho de criação de uma empresa. Alegando que os que apostam nas startups contam com o método Bootstrapping por não contar com mecanismos externos para sua criação, tendo seus sócios como investidores, seu dossiê de produtos ou serviços devem ser oferecidos evidenciando seu custo, pontos positivos e negativos e souberem como seguir conselhos e avaliar os riscos. A Startup que é criada tendo sua base bootstrap possui um caminho de triunfo (60).

Andrade et al. (62) analisam no artigo, o crescimento da tecnologia sobre o empreendedorismo, com uma alta competitividade de negócio, trazendo um alto investimento nas startups. Concordam que existem 3 objetivos "descrever o perfil", "descrever os desafios" e "identificar as contribuições" gerando um ganho no mercado de empreendedorismo. Esse estudo traz alguns desafios estruturais, como dificuldade ao acesso a investimentos e suporte para as novas tecnologias. Além disso, conta com a alta carga tributária que dificulta a entrada de novos empreendedores no mercado.

Dado as circunstâncias notou-se que a área digital necessita de adaptações, infundido alguns obstáculos para as empresas junto ao governo, incluindo modificações no panorama internacional perante o crescimento global da digitalização econômica. No exterior buscam diminuir a evasão fiscal garantindo uma divisão justa da receita tributária entre países (54).

Nesse íterim, foi-se dissertado sobre "Born Global", a internacionalização de uma startup brasileira. Nos estudos realizado entre os escritores, foi notório que por meio de empresas de outros países como Austrália, Dinamarca, Finlândia, França, Estados Unidos, Canadá, Itália e Espanha sendo possível aumentar a rentabilidade de uma firma e acrescentar conhecimento e visibilidade para seu país de origem enquanto internacionaliza uma empresa, Nota-se que por via do network essa internacionalização tem entregue bons resultados para países envolvidos, deixando de lado a distância geográfica e evoluindo o mercado internacional (61).

Na abordagem de Garzaro et al. (64) demonstram que as startups atuam em mercados altamente competitivos, tendo o seu diferencial um custo baixo. Com um grande investimento no uso de tecnologias para o avanço de aplicativos de transporte. A lealdade online do consumidor desempenha um papel importante para o resultado da empresa, sendo definida como a principal "ferramenta" para o sucesso no mercado. as

quatro referencias na literatura como satisfação, confiança, valor percebido e convivência mostrando que as startups devem usar estratégias de relacionamento e de comunicação mais assertivas.

Pautado pela dinâmica do mercado as startups do agronegócio possuem um perfil singular de oportunidades de negócio e necessidades dos clientes, mesmo sendo um tema pouco analisado cientificamente. A maioria dos produtos ou processos desenvolvidos são classificados como novos para a própria empresa (44,8%), ou seja, já se encontra no mercado brasileiro, caracterizando-se como inovações incrementais. O perfil organizacional predominante nessas startups é de microempresas, com 3 a 4 anos de operação e equipes menores (70) o que destaca a necessidade de inovação e potencialização tecnológica não somente de ambientes urbanos mas também rurais, uma vez que há uma ampliação dos equipamentos eletrônicos para áreas longínquas (67).

A autora Gatto (75) deixa claro que crescimento das startups de TIC (Tecnologia da Informação e Comunicação) em Pernambuco representa a consolidação da mudança para essa nova fase da economia, onde o intelectual e a agilidade são centrais nas movimentações. As startups no Brasil houve um aumento, apesar que tenha sido acelerado pela demanda emergencial da pandemia, através dos trabalhos remotos, recomenda mudança estrutural e permanente, uma vez que os modos híbridos de trabalho vieram para ficar. Desse modo, a maioria das startups em Pernambuco tem progredido a capacidade dos desafios econômicos futuros.

Silva, Pinto & Menezes (66) demonstram que a lei do Inova Simples tendo a finalidade de diminuir a burocracia em abertura e fechamento de Startups, as Startups sergipanas decorre de políticas de incentivo que não se integram completamente à realidade operacional dessas empresas. Em suas respectivas pesquisas, Prado, Ayala & Pedroso (65), disseminaram sobre a estratégia para empreender, utilizando a abordagem "effectuation". Tendo predominância no estagio inicial negocio, para a utilização da estratégia de perguntas: "quem ele ", "o que ele sabe" e "quem ele conhece" fazendo com que as companhias tenham uma visão mais ampla sobre se e um conhecimento vasto sobre seus pontos altos e baixos, aumentando a chance de sobrevivência da empresa.

Sucupira e Dantas (51) trouxeram o avanço do e-commerce desde seu surgimento até seu crescimento gradativo. Enfatizando o período da pandemia da covid-19, momento em que lojas físicas fecharam suas portas. Consequentemente, na tentativa de manter

seu comércio ativo inúmeros comerciantes migraram para lojas online, o que para muitos era considerado como um momento de distração, também era uma forma de cuidado por não precisar sair de casa para encontrar produtos que fossem para uso pessoal e dia a dia quanto para momentos de lazer e distração numa fase tão sensível para população.

Ao apresentar os dados em um contexto sobre o modo que o e-commerce traz mais lucratividade para as entidades atingindo diretamente a economia, indicando que durante 10 anos havia sido registrado um crescimento de 18%, durante os primeiros 6 meses de 2020 foi registrado crescimento de 47%. Destacou-se que esse avanço foi benéfico para as partes envolvidas desde que houvesse um cálculo para seus custos e previsão de como suas vendas ocorreriam, mesmo que o custo fosse menor que o de uma loja física (51).

A economia digital após a pandemia da Covid-19 alavancou a transformação do varejo nacional. Foram forçadas a migrarem para o ambiente virtual tendo que implantar ferramentas digitais, para a sobrevivência dos negócios. Nesse contexto, surgiram e se destacaram novos modelos de negócio, como startups focadas em desenvolver soluções tecnológicas para os setores. O estudo de caso da AMARO, uma retailtech de lifestyle que já era digitalmente nativa e verticalizada (DNVB/D2C), mostra a importância da precipitação de estratégia. A empresa utilizou da sua agilidade e capacidade de adaptação foram essenciais para enfrentar a crise sanitária (69).

No cenário exposto por meio dos autores Decoster e Guedes (58), apresentou-se o aspecto de como o pós-pandemia interferiu na forma que as pessoas e empresas lidaram com o choque causado pelo covid-19. Algumas das entidades que encerraram suas atividades sem ao menos ter a oportunidade de lutar pelo seu ponto físico, não conseguiram retomar suas atribuições, impactando negativamente na economia. As que sobressaíram a essa situação precisaram de um novo plano para reconquistar o que já havia sido perdido. Contudo, instigou o crescimento da digitalização a respeito do meio de pagamento eletrônico para as companhias, levando mais conhecimento para as plataformas de vendas online. O fato que boa parte da população sempre está com um telefone celular na palma da mão, cooperou para a evolução dos bancos digitais.

Os desafios encontrados no e-commerce, neste dimensionamento pode-se frisar que por trás de toda facilidade que o consumidor encontra ao fazer sua compra, há um degrau de complexibilidade para o fornecedor, podendo ser o controle de seu estoque

para manter suas vendas de modo contínuo à crescente e como consequência, também contribui para uma boa experiência do cliente. Para que essas demandas sejam atendidas, os literatos abordam o uso de softwares de monitoramento de estoque que ainda colaboram para a redução de custo, a identificação de quais insumos são de interesse que permaneça no estoque e haja reposição dos que de fato tem clientes à procura. Obtendo conhecimento sobre sua oferta e demanda para melhor aprimoramento de seu negócio (57).

Por um outro lado, Dias, Rodrigues e Santos (52) abordaram uma das maiores referências de e-commerce, expondo que os apontamentos feitos por autores supracitados (51) fossem reais e houvesse veracidade entre as informações mostradas, compreendendo a seriedade de um planejamento de precificação junto ao controle de custos e a beneficência da tecnologia para formações de e-commerce e startups de grande e pequeno porte.

No tocante, observou-se que é referência uma das maiores empresas de e-commerce que se tem no país. A Magalu que já era varejo renomado de lojas físicas, estourou se tornando um fenômeno também no digital, a administração afirma através de relatórios dos últimos meses de 2021 que teve seu dobro de vendas em seus 2 últimos anos, onde 72% das vendas foram realizadas no on-line (52).

Os autores apontam que a Magazine Luiza age de forma inovadora pois realizou investimentos nas startups, aprimorou seu comercial, integrou promoções contando com o apoio do marketing para levar cada vez mais longe a empresa. Ainda no ano de 2021 foi publicado uma plataforma que visou apoiar companhias que ainda funcionavam apenas presencialmente e comesçassem a conhecer esse mundo digital e efetuar vendas por meio dele, expandindo mais oportunidades para as pessoas (52).

O presente enquadramento situa-se sobre a tecnologia de Blockchain, consiste em um banco de dados que registra de forma segura as transações em uma rede de computadores. Salienta-se que Blockchain é reconhecido como imutável e facilitador de processos e controlador de ativo de uma rede de negócios, onde um ativo intangível e tangível pode ser arrematado ou ordenado, diminuindo o risco entre ambas as partes. É mencionado que há expectativas que no futuro as bases de dados do mundo irão de algum modo estar ligado à Blockchain. Anunciada como inovação vinculada a

criptomoeda Bitcoin, atíça um entusiasmo em diferentes setores, fazendo parte da quarta revolução industrial (59).

Carminatti et al. (73) valida que o varejo brasileiro está percorrendo por um momento desafiador, tendo que oferecer experiência clara e sem atrito entre todas as etapas do consumidor com a marca, o que define a estratégia omnichannel. O conceito exige uma experiência unificada e eficiente ao navegar por canais online e offline em sua jornada de compra, ter um olhar básico para o cliente que consome nesse formato de e-commerce.

O estudo conta com a análise dos avanços tecnológicos em relação aos níveis de governança corporativa em empresas listadas na B3 (Novo Mercado), como Magazine Luiza, C&A Modas, Hapvida, Natura &Co e JBS. A pesquisa utilizou como instrumento de coleta a análise dos Relatórios da Administração divulgados pelas companhias em 2020. Os resultados confirmaram que as organizações que aplicam a governança corporativa em conjunto com a Tecnologia da Informação (TI) alcançam efetivamente em suas decisões e atividades e se destacaram no uso de avanços tecnológicos, como a criação de tecnologia própria, a aquisição de ferramentas digitais. A governança tem uma importância com a prática de transparência (71).

Notabiliza-se a mudança diante do desencadeamento da transformação digital (TD) que afeta diretamente organizações de forma operacional e econômica, ressalta-se que a tecnologia, algo que tão presente no dia a dia, com o seu rápido desenvolvimento está movimento e contribuindo com mudanças relacionadas a práticas organizacionais e estruturas econômicas de maneira favorável ou não (53).

Em relação ao estudo feito por Bueno (72) trata-se de uma análise da produção científica sobre startups nos setores de turismo e lazer. Observa-se que o setor é marcado pela acentuada competição e pela inovação. As startups, por terem um potencial de crescimento e que usam tecnologia desde sua concepção, mostram-se por trazer soluções inovadoras em áreas como hospedagem, transporte, eventos e alimentação, diferenciando-se dos modelos de negócios tradicionais. Foi identificado que no âmbito financeiro o mercado reconhece o investimento em inovação como um sinal positivo para a indústria.

Observa-se que o resultado do estudo consiste na colocação do método Lean Startup em uma companhia tecnológica localizada no Goiás, onde mostra a importância

de pôr em prática essa metodologia, assim pode-se conseguir diminuir os desperdícios e ainda alinhar seus produtos/ serviços às necessidades de seus clientes, o que é interessante na contabilidade gerencial. Também se destaca a integração do método MVP (Produto Mínimo Viável) que tem como objetivo verificar a viabilidade de um produto com o público que quando figurado junto com o mecanismo Lean Startup faz toda diferença de forma positiva na entidade (55).

A pesquisa utiliza a metodologia Lean Startup propondo a gestão com inovação e melhorias de novas técnicas com o uso de materiais biodegradáveis, pigmentos naturais e aumento da durabilidade das sementes. Esse processo de biotecnologia é focado no empreendedorismo indígena no Amazonas. Isso é uma integração da ancestralidade e da tecnologia, sem descaracterizar a cultura indígena (63).

Dos Santos (74) faz uma abordagem no estudo de Lean Startup para o desafio de manter a fidelização e o engajamento dos clientes para uma melhoria do serviço. Os indícios coletados sugerem que pode ser utilizada como uma estratégia ágil e de menor custo para a coleta de dados de origem e destino dos passageiros, essenciais para o planejamento de transporte.

Os dados do estudo alegam que para sobrevivência da startup haja uma boa utilização de suas análises, sendo de gestão, investimento ou desenvolvimento. Responsabiliza a quarta revolução industrial por causar impactos nas relações comerciais, relacionamentos pessoais, corporativos e colapsos lucrativos. Entretanto, segue sendo símbolo de tecnologia e inovação, seu eixo na era digital representa uma internet moderna e ágil. Diante o quadro propagado, afirma-se que mesmo tendo sua parte soturno, as startups entregam significativos resultados na economia e desenvoltura social. (56)

Na visão de Oliveira e Múcio (56), o estudo levou os mesmos a percorrer na aquiescência do “framework” (estrutura pré-definida que serve como base para a criação de um programa) de práticas de análise de investimentos para verificação de viabilidade entre duas regiões do estado do Paraná, norte e nordeste e considerações sendo feitas para um produto ou serviço. Apresentou-se perante o estudo realizado pelos autores de sondagens feitas em 200 companhias no qual 27% equivalente a 46 startups, e entre elas foi executado um teste onde concluiu-se que há uma baixa porcentagem dessas corporações fazendo o uso desta estrutura (56).

Observou-se que na nota já consolidada pelos seus respectivos pesquisadores (68) refere-se às problemáticas ocorrentes em Minas Gerais (Brasil), referente a empreendimentos que provocam efeitos sociais e ambientais, em sequência pontua a existência de empreendimentos que têm perspectivas que além de lucros, tem em sua vista a necessidade de alcançar a população que vive na escassez de condições básicas que o ser humano precisa para sobreviver. Onde as indagações feitas por meio dos autores Henrique de Oliveira e Cristina Mucio (56), sobre o ensaio de mitigações de riscos, investimentos, processos de gestão poderiam servir de contribuição para alavancagem das instituições que almejam fazer a diferença na sociedade.

Os artigos analisados evidenciam que a contabilidade nas startups é uma estratégia para a sustentabilidade no planejamento financeiro, sendo um fator importante para tomada de decisão no ambiente de constante inovação. Foram discutidos os impactos da transformação digital com metodologias lean startup e bootstrapping que auxilia para reduzir riscos e otimizam recursos. Também foram abordados o uso de tecnologia emergente, governança corporativa, além de contabilidade gerencial para apoiar em decisões em cenários incertos.

6 CONCLUSÃO

A análise feita em face deste, demonstrou o papel fundamental que a contabilidade atua através de pontos estratégicos e fundamentais para o crescimento e desenvolvimento sustentável das startups. As pesquisas revelam que mesmo tendo traços de uma empresa inovadora e ágil, lutam contra alguns obstáculos relevantes para seu crescimento ligados ao controle financeiro, seus tributos e área patrimonial, territórios onde a contabilidade opera como um mecanismo indispensável para sua diminuição de riscos, melhor aconselhamento em suas tomadas de decisões, maior nitidez em seus andamentos e evoluções.

Observa-se que as startups enfrentam obstáculos relevantes, como a iniciativa de investimentos, alta carga tributária e necessidade de adaptação às transformações digitais. A pesquisa bibliográfica apresentou que a contabilidade participa como aliada na superação de obstáculos, introduzindo instrumentos de controle financeiro, relatórios gerenciais e estratégias tributárias que fortalecem a competitividade e a longevidade das empresas.

Os resultados e discussões concluem que a contabilidade nas startups muito além de registro e cumprimento de obrigações fiscais. Se expõe como um diferencial estratégico, capaz de orientar decisões, reduzir riscos e aumentar oportunidades em ambientes de alta incerteza. Evidencia-se que o sucesso das startups está relacionado à integração entre inovação tecnológica e práticas contábeis sólidas.

Embora tenha obtido resultados meramente importantes, é demonstrado a limitação exploratória da pesquisa. No que corresponderia a resultados mais objetivos com mais informações valiosas para o tema, como entrevistas e ações com empresários e profissionais da contabilidade que exercem suas profissões em volta das startups, ambiente de inovação e startups brasileiras. A delimitação do período de 2020 a 2025 que a pesquisa foi realizada e cortes na metodologia restringiu artigos relevantes visto que a pesquisa é baseada de forma bibliográfica.

De forma aconselhativa para iminentes pesquisas, sugere-se abordar a aplicação das práticas contábeis no cotidiano das startups, como a inteligência artificial afeta a contabilidade gerencial e fiscal e como o profissional destas áreas podem se sobressair e fazer o diferencial frente à revolução digital.

REFERÊNCIAS

1. Luna, Marina Battistella, Paulo de Tarso Mendes Luna, and Caroline Rodriguez Vaz. "Critérios de decisão para o investimento em startups em estágios iniciais: uma análise estratégica." *Revista Produção Online* 24.1 (2024): 5214-5214.
2. Alessi, Ana Cristina Martins. *Gestão de Startups:: desafios e oportunidades*. Editora Intersaberes, 2022.
3. de Campos, Alessandra Freire Magalhães, and Dirceu da Silva. "Pesquisas sobre edtechs: uma análise bibliométrica."
4. Silva, Lucas Marques da. "Contabilidade Gerencial: importância para empreendedores iniciantes no comércio eletrônico." (2018).
5. Setton, Daniel, Érica Souza Siqueira, and Simone Luvizan. "Liderança tecnológica em startups digitais." *GV-EXECUTIVO* 24.3 (2025): e93072-e93072.
6. <https://www.revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/2983/1841>
7. Apolinario-raissah, Raíssa Helena Paiva, and ED DE ALMEIDA CARLOS. "Dulocal: do nascimento ao crescimento, os desafios de uma startup."
8. Lombo, André Filipe Veiga Rodrigues. *Abordagem ao erro em startups*. MS thesis. Universidade do Porto (Portugal), 2022.
9. Alves, Bianca Breger. "Escrituração contábil de startups: um levantamento de campo." (2023).
10. Dalosto, M., e A. Silva. "A importância da contabilidade gerencial para as startups dos municípios de Joinville e de Florianópolis do estado de Santa Catarina." *Congresso UFSC de Controladoria e Finanças*. Vol. 7. 2017.
11. <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ac/artigos/definicao-e-importancia-das-empresas-startups,e6153e2aa6417810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Essas%20empresas%20abrem%20e%20fecham,resolvendo%20problemas%20existentes%20na%20sociedade.>
12. Nascimento, João Vitor Silva. "E-commerce como estratégia de custos para startups." (2022).
13. SANTOS, José Luiz dos, et al. "Contabilidade geral." *Montes Claros: Unimontes* (2011).

14. Fonseca, Gabriela de Bem. "Competências dos profissionais contábeis necessárias para atuação na área de custos." (2023).
15. BARROS FILHO, Antônio Carlos Pereira de. "A Regularização das startups no Brasil: uma análise do inova simples." (2021).
16. Moreira, Ana Gabriella Coutinho. *A realização do flip por startups brasileiras*. BS thesis. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2023.
17. da SILVA, Daniel Marques, and Priscila Francisco da SILVA. "INCENTIVOS FISCAIS E BENEFÍCIOS PARA INVESTIDORES-ANJO: UMA COMPARAÇÃO ENTRE O MARCO LEGAL DAS STARTUPS NO BRASIL E A LEI JOBS NOS ESTADOS UNIDOS." *Facit Business and Technology Journal* 2.46 (2023).
18. Bezerra, Stéfani Clara da Silva, and Carlos César Sousa Cintra. "Políticas fiscais como fomento ao desenvolvimento de Startups no Brasil: incentivo à economia nacional." (2018).
19. de ALMEIDA, Priscila Danielle B. "TAXTECH: SOLUÇÃO TECNOLÓGICA A SERVIÇO DO DIREITO TRIBUTÁRIO RESUMO."
20. NA, A. UTILIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL. "DANIELA DA SILVA DA ROSA."
21. Santana, Luis Philipe Lima. "Uma análise comparativa das receitas financeiras das entidades: diferenças de valores das receitas financeiras na DRE e na DVA." (2024).
22. de Abreu Fernandes, Filipe Carvalho, et al. "O PAPEL DA CONTABILIDADE TRIBUTARIA NA REDUÇÃO DE CUSTOS E CONFORMIDADE FISCAL." *Aurum Revista Multidisciplinar* 1.1 (2025): 28-41.
23. de Oliveira Lima, Sandra Luiza. "CONTABILIDADE GERENCIAL AVANÇADA E O DESAFIO DA GLOBALIZAÇÃO CORPORATIVA." *Revista Tópicos* 2.16 (2024): 1-16.
24. SANTANA, MARIANA CRISTINA. "BENEFÍCIOS PARA A TOMADA DE DECISÕES ADVINDOS DA CONTABILIDADE GERENCIAL NAS ORGANIZAÇÕES."
25. Rischioni, Giuseppina Adele, et al. "Startup: tendência de negócio no Brasil." *REFAS: Revista FATEC Zona Sul* 7.1 (2020): 5.
26. Ries, Eric. *O estilo startup: Como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer*. Leya, 2018.
27. Ries, Eric. *A startup enxuta*. Leya, 2012.
28. Martins, Matheus Paes Barreto. "Uso de metodologias ágeis em empresas de tecnologia." (2024).

29. Erick Ries, *startup enxuta* 2012
30. de AGOSTINO, Gabriel Araújo, Anderson Gustavo PENACHOTTI, and Mariângela Catelani SOUZA. "A IMPORTÂNCIA DA TECNOLOGIA DIGITAL NA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES E NAS TOMADAS DE DECISÕES DAS EMPRESAS NO CENÁRIO ATUAL." *Revista Científica Unilago* 1.1 (2021).
31. <https://www.inovaconsulting.com.br/wp-content/uploads/2016/09/4.-lean-startup.pdf>
32. Carvalho, Guilherme Alves. "A Integração de Ferramentas de Inteligência Artificial com Metodologias Ágeis em Startups: Desafios e Impactos na Gestão de Projetos e Inovação." (2025).
33. Fernandes, Carlos Henrique. *Modelo para priorização dos fatores críticos de sucesso, dimensões e tecnologias digitais das Fintechs a partir da indústria 4.0*. MS thesis. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2022.
34. de Almeida, Márcia Rego Sampaio, and Angela Machado Rocha. "UTILIZAÇÃO DA INDÚSTRIA 4.0 COMO FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO NAS CIDADES INTELIGENTES: ESTUDO DE CASO DE STARTUP BAIANA." *10th International Symposium on Technological Innovation*. 2019.
35. de Sá Rocha, Stéfany Dayana. "Programas de apoio/aceleração de startups no Brasil: características centrais e questões abertas." (2017).
36. Vendruscolo, Luisa Tondo, and Simone Vasconcelos Ribeiro Galina. "A internacionalização no processo de inovação das startups brasileiras de tecnologia da informação e comunicação (TIC)." *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas* 9.2 (2020): 123-157.
37. Mondejar, Diogo Melo, et al. "Site de contabilidade para startups." (2024).
38. <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/78391/000899483.pdf?sequence=1&isA>
39. <https://www.rnp.br/institucional/25-anos-da-internet-comercial-no-brasil-o-que-mudou-ao-longo-dos-anos/>
40. de Mendonça, Herbert Garcia. "E-commerce." *Revista Inovação, Projetos e Tecnologias* 4.2 (2016): 240-251.
41. <https://exame.com/pme/ele-e-o-rei-dos-sofwares/>
42. https://repositorio.fumec.br/bitstream/handle/123456789/122/ronaldo_nunes_mes_adm_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
43. https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/trafego-pago-o-que-e-

como-funciona-e-principais-

ferramentas,7e189fd861968810VgnVCM1000001b00320aRCRD

44. <https://periodicos.uninove.br/ipotec/article/view/9361>

45. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm)

46. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/07/29/punicoes-pelo-uso-indevido-de-dados-pessoais-comecam-a-valer-no-domingo>

47. Rodrigues, Rosângela Schwarz, and Patricia da Silva Neubert. "Introdução à pesquisa bibliográfica." (2023).

48. Braucks, Júlia Batista, et al. "Pesquisa Bibliográfica como Metodologia de Pesquisa Científica." *RELACult-Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade* 11 (2025).

49. Piovesan, Armando, and Edméa Rita Temporini. "Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública." *Revista de saúde pública* 29 (1995): 318-325.

50. Puccini, Lucas Rebelo Silva, et al. "Comparativo entre as bases de dados PubMed, SciELO e Google Acadêmico com o foco na temática Educação Médica." *Cadernos UniFOA* 10.28 (2015): 75-82.