

**QUATRO HISTÓRIAS DA UTILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO
ECONOMICA – FINANCEIRA NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:
LIÇÕES PARA FUTUROS EMPREENDEDORES**

**FOUR STORIES OF THE USE OF INFORMATION
ECONOMIC - FINANCIAL IN MICRO AND SMALL BUSINESS:
LESSONS FOR FUTURE ENTREPRENEURS**

Danúlia Peixer Galm Bernardes
UFPE
danuliabernardes@yahoo.com.br

Luiz Carlos Miranda
UFPE
lc-miranda@uol.com.br

Resumo

O presente artigo discorre sobre o comportamento dos gestores de quatro microempresas e empresas de pequeno porte prestadoras de serviços e de que forma eles utilizam a informação econômico-financeira como ferramenta de gestão. Foi entrevistado um gestor de franquia do segmento de estética, um gestor franqueador no segmento de escola de idiomas, uma gestora do seguimento de salão de beleza e uma gestora do segmento de cafeteria. Todos classificados como prestadores de serviços, inclusive a cafeteria, que mesmo sendo um comércio, foi considerada nesta pesquisa como prestadora de Serviços de Alimentação Privativa, conforme Anexo Único da Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional - CGSN nº 58, de 27 de abril de 2009. Verificou-se nessa pesquisa que tanto o gestor como o contador, mantém o interesse mútuo apenas no que se refere ao recolhimento de tributos. Há ainda uma filosofia engessada em relação aos escritórios de contabilidade, onde poucos profissionais desempenham a profissão mais além do que ser visto apenas pelas obrigações patrimoniais, prestando informações úteis aos seus clientes para que estes obtenham sucesso. A pesquisa tem o intuito de demonstrar a situação empírica das empresas da amostra.

Palavras-chave: microempresas, empresas de pequeno porte, empreendedorismo, contabilidade gerencial, informação contábil.

Abstract

This article discusses the behavior of managers of four microenterprises and small companies providing services and how they use economic and financial information as a management tool. He was interviewed a manager of the franchise segment of aesthetics, a franchisor in the segment manager for language school, a manager of the following beauty salon and a manager of the cafeteria segment. All classified as service providers, including the cafeteria, that even though a trade was considered in this research as a provider of Food Services Private, according to Annex One of the Resolution of the Managing Committee of the National Simple - CGSN No. 58, April 27 2009. It was found in this study that both the manager and the accountant, holds the only mutual interest with regard to tax collection. There is also a philosophy cast in relation to accounting firms, where few professionals play beyond the profession to be seen only by equity obligations, providing useful information to your customers so that they succeed. The research aims to demonstrate the empirical situation of the sample.

Keywords: microenterprises, small businesses, entrepreneurship, managerial accounting, accounting information.

Quatro histórias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

1. INTRODUÇÃO

O Brasil está vivenciando uma época muito produtiva com o aumento do crescimento econômico, a diminuição do índice de desemprego e maior poder de compra da população.

Com isso o índice de consumo das famílias alavancou o aumento do Produto Interno Bruto – PIB fazendo com que o país encerre o ano de 2010 com um aumento de 7,5% representando o maior aumento econômico desde 1986 que obteve o mesmo índice. Hoje as Micro e Pequenas Empresas - MPEs representam mais de 20% do PIB, o que as tornam essenciais para a economia do país. (IBGE, mar/2011).

O objetivo deste artigo é demonstrar como é utilizada a informação contábil econômico-financeira no gerenciamento das micro e pequenas empresas prestadoras de serviços. Fazendo uma abordagem empírica e relatando a vivência do gestor na empresa e de que forma a contabilidade interage nesse cenário.

Este estudo tem como principal fonte de pesquisa quatro microempresas e empresas de pequeno porte prestadoras de serviço, que têm experiências muito diferentes uma da outra, mas que no contexto geral reforça a importância da utilização da contabilidade gerencial como ferramenta fundamental na tomada de decisão.

Diante disso, este trabalho visa a responder a seguinte questão: **Qual o papel da informação contábil econômico-financeira, na história das empresas: Sucesso ou insucesso?**

Tendo em vista a importância das MPE's, fundamenta-se a relevância deste estudo para demonstrar a realidade dos contadores juntos a essas empresas.

O presente artigo está estruturado em seis seções, incluindo esta introdução e as referências. Na seção dois é apresentada uma revisão da literatura, contendo um breve resumo sobre o empreendedorismo no Brasil, a importância da informação econômico-financeira na gestão, oferta de demanda de informação para os pequenos empresários e pesquisas já realizadas. A seção três descreve a metodologia utilizada na pesquisa. Na seção quatro são expostas as análises e resultados obtidos com o estudo e na seção cinco apresenta-se a conclusão.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Um dos maiores dilemas enfrentados pelos gestores das micro e pequenas empresas é o fato de não entender todas as informações contidas nos relatórios gerenciais. O profissional da contabilidade deve sempre oferecer ao cliente informações úteis que possam ajudá-lo a decidir e que este obtenha o sucesso contínuo.

Quando um indivíduo decide abrir uma empresa, muitas vezes não tem ideia de como uma empresa funciona. Esquece que tem que lidar com situações e tomar decisões que até então não fazem parte do seu cotidiano. Sem contar que é extremamente necessário ter o mínimo de conhecimento sobre o negócio escolhido e sobre a importância das informações para tomada de decisões e fazer um bom gerenciamento do negócio. Durgerian, citado por Applegate (1992, p.22) diz que: *“a maior parte dos novos negócios em geral sofre com a falta*

Danúlia Peixer Galm Bernardes, Luiz Carlos Miranda

de capitalização. [...] As pessoas pensam que um dólar na caixa registradora equivale a um dólar no bolso e não têm visão global.”

Segundo Iudícibus e Marion (2002, p.43), “a tarefa básica do Contador é produzir e/ou gerenciar informações úteis aos usuários da Contabilidade para a tomada de decisão.” O autor descreve a administração, os investidores, os bancos, o governo e outros interessados como usuários das informações produzidas pela contabilidade.

A qualidade da informação e não a quantidade é o fator mais importante no cenário empresarial atualmente. Ter a informação certa e no tempo certo para determinada situação, faz com que o gestor tenha mais segurança na tomada de decisões. Esta segurança é transmitida pelo profissional contábil. A Contabilidade é a linguagem dos negócios, mede os resultados das empresas, avalia o desempenho dos negócios, dando diretrizes para tomada de decisão. (MARION, 2009, p.26).

Conforme explica Marion (2009, p. 26):

“...várias empresas, principalmente as pequenas, têm falido ou enfrentam sérios problemas de sobrevivência. Ouvimos empresários que criticam a carga tributária, os encargos sociais, a falta de recursos, os juros altos, etc., fatores esses que, sem dúvida, contribuem para debilitar as empresas. Entretanto, constatamos que muitas vezes, a “célula cancerosa” não repousa nessas críticas, mas na má gerência, nas decisões tomadas sem respaldo, sem dados confiáveis. Por fim observamos, nesses casos, uma contabilidade irreal, distorcida, em consequência de ter sido elaborada única e exclusivamente para atender às exigências fiscais.”

O mesmo autor ainda reforça que não se podem tomar decisões sobre produção, marketing, investimentos, financiamento, custos etc. sem a Contabilidade. (MARION, 2009, p.26).

Apesar da grande maioria dos pequenos empresários se esforçarem para reduzir seus custos, optando pela não contratação de um profissional qualificado para auxiliá-lo a gerir melhor seu negócio, é importante fazer a simples comparação entre custo e benefício, em muitos casos o custo é facilmente diluído quando os resultados gerados pelos serviços prestados se tornam um lucro significativo ao final da conta.

1.1. Perfil do empreendedor

O empreendedor é a pessoa que faz acontecer, que realiza e que coloca as pessoas e as coisas em circulação para o mundo consumir. (MORAIS, 2000, p.21).

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (SEBRAE-SP, agosto/2010) realizou uma pesquisa para analisar o índice de sobrevivência das MPE's., esta pesquisa mostrou que 58% das empresas de pequeno porte fecham as portas antes de completar cinco anos. Apesar de ser um índice alto, o estudo mostra uma queda elevada quando comparado com o ano 2000. Naquele ano, a taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas chegavam a 71% nos primeiros cinco anos de existência. Um dos motivos apontados pela pesquisa para a redução da taxa de mortalidade é a melhora no perfil do gestor.

Além de buscar cursos de aperfeiçoamento, os aspirantes a empresários optaram por empreender com um grau de escolaridade mais elevado em comparação com o ano de

Quatro histórias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

2000. Segundo o levantamento, 83% dos que abriram empresa em 2007 possuem o ensino médio completo ou mais, ante 70% em 2000.

O maior grau de escolaridade permitiu que os empreendedores pudessem planejar melhor as suas atividades antes de iniciar o negócio. Segundo o levantamento, os proprietários de empresas constituídas em 2007 levaram, em média, nove meses traçando suas atividades, ante sete meses apontados na pesquisa do ano 2000. Este planejamento permitiu uma melhora na gestão básica das empresas. Em 2000, 72% dos empreendedores acompanhavam constantemente a evolução das receitas e despesas (fluxo de caixa), este índice subiu para 77% em 2007. No mesmo ano, 95% dos empresários apostavam na inovação e no aperfeiçoamento de produtos e serviços, ante 79% em 2000.

O Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade – IBQP, juntamente com a Global Entrepreneurship Monitor – GEM, realizou uma pesquisa no decorrer do ano de 2009, com o intuito de medir a evolução do empreendedorismo no Brasil comparado a outros países, o que permite a identificação dos fatores críticos que contribuem ou inibem a iniciativa empreendedora de uma população. A pesquisa teve como destaque, o crescimento do empreendedorismo no Brasil, demonstrando que o número de negócios com até três meses de atividade cresceu 97% em relação a 2008, quando 2,93% da população adulta tocavam empreendimentos. Em 2009, esse número saltou para 5,78%. A pesquisa mostra ainda que a maior parte dos negócios esteja nas mãos de 52,5% (cinquenta e dois e meio por cento) dos jovens empreendedores, que têm idades entre 18 e 34 anos.

Em 2010 ficou comprovado mais uma vez o crescimento econômico do país, pela 11ª vez, o Brasil participa juntamente com mais 58 países, da pesquisa sobre a dinâmica do empreendedorismo no mundo realizada pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), dentre os 58 países pesquisados, o Brasil é o segundo colocado, com 21,1 milhões de brasileiros estavam à frente de atividades empreendedoras no ano, perdendo apenas para a China, com 131,7 milhões de adultos à frente de atividades empreendedoras no país.

1.2. Franquias

Quando um indivíduo pensa em abrir um negócio, surge a dúvida entre abrir uma franquia ou algo independente. Algumas ideias pré-concebidas sobre as franquias não condiz com a realidade. Antes de optar entre um e outro, é necessário analisar as vantagens e desvantagens do negócio.

As franquias são uma boa opção para quem não tem muita segurança em abrir um negócio próprio, muitas delas possuem valores acessíveis. Além de pagar a taxa da franquia, o investidor deve estar preparado para gastos com aluguel do imóvel, dos equipamentos, propagandas e ainda tem que pagar ao franqueador um percentual aproximado de 16% de royalty por utilizar a marca.

Segundo Appllegate (1992, p.74), o futuro empresário deve: “visitar pessoalmente pelo menos seis franqueados para se ter uma ideia do negócio. Tente encontrar alguém que está no mesmo ponto há pelo menos cinco anos. [...] peça a um contador e um advogado para analisar todos os documentos antes de assiná-los”.

Assim, para cumprir seu papel, é necessário que a empresa busque, através de seus administradores, o seu sucesso, tomando por base seus planos e objetivos e administrando

eficientemente seus recursos, fazendo uso das ferramentas essenciais para a administração, das quais se destaca, na atualidade, a informação. (KAPLAN, 1996, p.3).

1.3. A importância da informação econômico-financeira na gestão

Segundo Mosimann e Fisch (2009, p.30), defini que a gestão financeira enfatiza os problemas de caixa e liquidez da empresa, de forma a permitir a tomada de decisões em termos de programação financeira.

Conforme Gerreiro, fonte citada por Mosimann e Fisch (2009, p.31) afirma que o sistema de gestão econômica enfatiza a otimização do resultado do todo e não a maximização isolada das partes.

A abrangência da informação contábil alcança todas as partes da empresa, permitindo ao gestor analisar cada setor da empresa separadamente e ao mesmo tempo juntar todas as informações para acompanhar o desempenho. “Informação contábil gerencial são as despesas relacionadas a um departamento operacional, (...) são os custos calculados na fabricação de um produto, na prestação de um serviço, no desempenho de uma atividade, no processo gerencial e no atendimento ao cliente”. (KAPLAN, 2008, p.36)

Os sistemas de informação dão suporte e segurança às tomadas de decisões. Segundo Mosimann e Fisch (2009, p.55), os sistemas de informações, sobretudo os de natureza econômico-financeira, possuem modelos de decisão, mensuração e informação em consonância com o sistema de gestão, com vistas ao suporte do processo de planejamento e controle.

A informação é encarada, atualmente, como um dos recursos mais importantes de uma organização, contribuindo decisivamente para o aumento da competitividade. É fato que com o aumento da concorrência, a informação econômico-financeira tornou-se vital para a sobrevivência da empresa e para a melhora na capacidade de decisão em todos os níveis.

Quando uma informação não é suficientemente precisa ou completa, o gestor, o profissional ou o usuário dessas informações, pode tomar decisões equivocadas, podendo gerar grandes prejuízos sociais e/ou econômicos para o negócio.

Fazer análises e o devido acompanhamento das atividades da empresa é ter a segurança de que o controle e o planejamento estão sendo seguidos. MOSIMANN e FISCH (2009: p.81), afirmam que:

“o controle do sistema da empresa visa salvaguardar o patrimônio e definir o rumo da empresa, garantindo sua continuidade e o cumprimento de sua missão. Para tanto, necessita da definição de metas e padrões. O planejamento determina diretrizes estratégicas, políticas operacionais que serão traduzidas nos padrões de controle e planos quantificados física e monetariamente, ou planos orçamentários.”

1.4. Oferta e demanda de informações para pequenos empresários

As empresas prestadoras de serviços têm um contato direto com o cliente, essas empresas estão mais susceptíveis à resposta dos clientes quanto ao atendimento destas. Os clientes estão avaliando o serviço na mesma hora em que estes estão sendo realizados.

Quatro historias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

Caso haja alguma falha em todo o decorrer do serviço, entre o atendimento inicial e o pós-venda, dificilmente este cliente retornará a procurar a empresa para realização de novos serviços e não dará boas referências sobre a empresa. Se esta empresa utilizasse adequadamente as informações geradas por esse incidente, os problemas seriam resolvidos com eficiência e aplicaria uma ação preventiva para que o erro não ocorra novamente.

Gerentes de empresas de pequeno porte, historicamente não têm utilizado a informação contábil tanto quanto necessário. Kaplan (2008, p.50) afirma que:

“Muitas empresas de serviços independentes têm apenas concorrência local e não enfrentam as rivais nacionais ou globais. Nesses ambientes onde não há competição, os gerentes das empresas de serviços não estão sob grande pressão para reduzir custos, melhorar a qualidade e a eficiência das operações, introduzir novos produtos lucrativos ou eliminar produtos e serviços que estejam dando prejuízo. Uma vez que esses gerentes não estão tomando tais decisões, sua demanda por informação para ajudá-los não existe.”

Um estudo realizado por Miranda *et al.*, (2010, p.58) mostra que nas MPE's em relação aos serviços prestados pelos contadores, 75% dos entrevistados utilizam os serviços contábeis apenas para as obrigações fiscais e apenas 9,4% dos contadores proporcionam informações gerenciais aos seus clientes. Diante desses dados, pode-se concluir que tanto os gestores quanto os contadores não possuem uma visão clara da importância da contabilidade gerencial.

Marion (2009, p.27) diz que: “em nosso país, em alguns segmentos da nossa economia, principalmente na pequena empresa, a função do contador foi distorcida (infelizmente), estando voltada exclusivamente para satisfazer às exigências do fisco.”

Diante do exposto, fica evidente que há uma necessidade muito grande de que o contador se aproxime mais do seu cliente, principalmente dos gestores de micros e pequenas empresas. Um gerente de formação não predominantemente contábil não se entusiasmará com expressões contábeis, se estas expressões não puderem se substituídas adequadamente, deverão pelo menos ser explicada de forma simples. (IUDÍCIBUS, 2009, p.23)

1.5. Pesquisas realizadas

Através de uma pesquisa realizada com mercadinhos na região metropolitana de Recife – PE, Miranda *et al.* (2008, p.146) verificou que dentre os entrevistados, 36,4% não manteriam contrato com o contador caso o governo simplificasse o recolhimento dos impostos de modo que eles mesmos pudessem realizá-lo, a mesma pesquisa também aponta que os gestores reconhecem o valor dos serviços contábeis e estão dispostos a pagar até 60% a mais sobre os honorários caso os contadores ofereçam informações úteis que ajudem na otimização do negócio.

O projeto Incubadoras de Empresas surgiu inicialmente na Europa e nos Estados Unidos na década de 50, no Brasil as incubadoras começaram a ser criadas em meados da década de 80, alcançando um crescimento substancial nos últimos anos da década de 90. Hoje se estima que há cerca de quatrocentas incubadoras espalhadas pelo país. (ANPROTEC, 2011).

As incubadoras têm o objetivo de criar e desenvolver micros e pequenas empresas dando assessoria empresarial, contábil, financeira e jurídica. Oferecem infraestrutura de uso compartilhado, geram emprego, renda e estimulam uma atividade empreendedora dentro da

própria comunidade. As empresas ficam na incubadora por um prazo de três anos, podendo ser prorrogado por mais dois períodos de um ano.

A taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas, que normalmente é de 80%, cai para 20% no processo de incubação, antes dos primeiros cinco anos de vida. (ANPROTEC, 2011).

Diante das pesquisas apresentadas, fica evidente que o profissional contábil deve se adequar às necessidades dos clientes fornecendo informações úteis e claras conforme a necessidade individual de cada um. Isso acarretará benefícios para o cliente e para o profissional gerando a fidelização do cliente, uma propaganda indireta por parte deste, um aumento no número de clientes e conseqüentemente um aumento nos lucros do negócio.

2. METODOLOGIA

Para atingir o objetivo proposto, este trabalho foi fundamentado em pesquisas bibliográficas, artigos científicos, pesquisas na internet e entrevistas qualitativas, por gerarem informações mais completas e aprofundadas.

Para que se pudesse ter um conjunto diferenciado de “histórias”, selecionaram-se quatro empresas de pequeno porte com diferentes trajetórias de sucesso para realizar as entrevistas e a devida coleta de dados.

Para facilitar o entendimento do leitor e para respeitar o anonimato das empresas, decidiu-se classificar as empresas com uma letra que tivesse relação com sua história descrevendo seu ramo de atuação, como se pode ver no Quadro 1.

Quadro 1: Trajetória de sucesso das empresas investigadas e descrição do negócio

Empresa	Trajetória	Ramo	Descrição
CL	Crescimento Lento	Salão de Beleza	Empresa direcionada a cuidar e hidratar dos cabelos e das unhas dos clientes.
E	Estável	Cafeteria	A empresa atende seus clientes servindo café expresso, chá, bolos, salgados, sucos e refrigerantes.
F	Faliu	Estética Corporal	Empresa especializada em emagrecimento, gordura localizada e celulite.
S	Sucesso	Escola de Idiomas	Empresa especializada em ajudar o aluno a interagir no idioma por ele estudado.

Fonte: dados da pesquisa

Pela facilidade e acessibilidade na coleta de informações mais precisas, esses gestores estão situados em Itajaí - SC e em Jaboatão dos Guararapes – PE. A coleta de dados foi realizada pessoalmente, através de contato telefônico e e-mail eletrônico, conforme Quadro 2.

Quadro 2: Duração e forma de entrevista com as empresas

Empresa	Forma e tempo
CL	e-mail e contato telefônico, com duração aproximada de dois dias
E	pelo telefone, com o entrevistador lendo as questões, duração aproximada de 1 hora.
F	e-mail e contato telefônico, com duração aproximada de dois dias
S	entrevista pessoal, duração aproximada de 2,5 horas

Fonte: dados da pesquisa

Quatro histórias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

3. ANALISE E RESULTADOS

A entrevista foi dividida em quatro etapas: a primeira parte faz uma descrição das empresas entrevistadas e dos empresários. A segunda etapa descreve as dificuldades enfrentadas pela empresa, se houve auxílio do contador nesse período e qual o nível de conhecimento gerencial que o gestor possui. A terceira etapa faz uma análise sobre a percepção do gestor sobre o contador e se o mesmo tem acesso aos dados da empresa. E a quarta etapa descreve as histórias, a vivência da empresa e do gestor como um todo.

4.1 Descrição das empresas e dos gestores

Para classificar as empresas pesquisadas quanto ao porte, foi utilizado o critério de classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2008), que faz a diferenciação quanto ao número de funcionários. Este critério é mais acessível devido a algumas empresas não se sentirem a vontade para dar informações sobre o seu faturamento.

Através das informações coletadas, das quatro empresas entrevistadas, 03 delas eram microempresas e apenas 01 empresa foi classificada como empresa de pequeno porte conforme apresenta na Tabela 01.

Tabela 1: classificação porte da empresa / número de empregados (IBGE)

Classificação	Nº funcionários	Empresa	Tempo atuação
Microempresa (até 9 funcionários)	02	CL	4 anos
	02	E	9 anos
	04	F	10 meses
Empresa Pequeno Porte (entre 10 e 49 funcionários)	17	S	3,5 anos

Fonte: dados da pesquisa

O nível de escolaridade dos gestores predominante é o ensino médio completo. Dos dados coletados da amostra, todas fizeram treinamento na área de atuação da empresa, e apenas a empresa CL faz cursos de aperfeiçoamento profissional com uma regularidade semestral. Quanto à experiência dos gestores sobre a área de atuação da empresa, a pesquisa identificou que o gestor da empresa F trabalhou em empresa privada, o gestor da empresa S trabalhou em empresa privada no mesmo seguimento, e os gestores das empresas CL e E são do sexo feminino e eram donas de casa antes de abrir o negócio próprio.

4.2 As dificuldades enfrentadas, conhecimento gerencial e o contador

Para as empresas CL, E e F, o primeiro ano apresentou maior nível de dificuldade. Todos foram unânimes em apontar que um dos pontos mais difíceis é o mercado aceitar o novo, as pessoas precisam de tempo para se acostumar com a empresa e com o profissional. Falta de pessoal capacitado e a concorrência também foram apontadas como uma das dificuldades iniciais para 03 dos gestores analisados. A falta de clientes também foi um agravante nos primeiros anos de vida para as empresas CL e E.

Nenhuma das entrevistadas obteve auxílio de um profissional contábil antes da abertura da empresa, somente para a abertura inicial do negócio é que o contador foi procurado. Para 02 dos entrevistados, a análise de mercado foi feita sem o auxílio de um profissional capacitado para tal fim, 3 dos entrevistados responderam que a análise foi realizada por eles mesmos e apenas 01 dos gestores recorreram ao Serviço Brasileiro de

Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE. Dentre os dados coletados, os gestores de 3 empresas realizaram algum tipo de melhoramento para atender melhor o cliente, dentre os melhoramentos estão à ampliação do espaço interno, climatização, adequação das salas de atendimento e melhoria na infraestrutura da empresa. Apenas a empresa F informou que não foi necessário fazer nenhum tipo de melhoramento, pois a estrutura inicial da empresa era suficiente para atender a demanda.

Todos os entrevistados informaram que a parte tributária é realizada pelo contador externo, a empresa S realiza os serviços tributários divididos entre o contador externo e um funcionário da área financeira da empresa. Perguntados sobre quem faz a análise de progresso da empresa, 03 dos entrevistados afirmaram que esta análise é realizada pelo próprio gestor e a empresa CL não faz nenhum tipo de análise. Quanto ao tipo de documentos que são analisados, 03 dos gestores analisam o fluxo de caixa e a conciliação bancária diariamente. Apenas a empresa S possui um sistema de controle interligado com o banco e faz o acompanhamento do plano de negócios, os relatórios gerenciais, dentre eles estão: o comparativo da receita com períodos anteriores, a flutuação mensal da receita, acompanhamento dos dados estatísticos para ver se as metas da empresa estão sendo seguidas, acompanhamento sobre a rotatividade de clientes e o plano de marketing.

Os 04 gestores analisados afirmam que uma equipe de funcionários qualificados é o que determina o bom funcionamento da empresa, e 02 deles acreditam que o marketing, inovação e atendimento diferencial também são importantes.

4.3 O gestor e o contador: uma análise sobre a percepção do gestor sobre o contador

Todos os entrevistados informaram que o contador faz a parte burocrática fiscal da empresa, incluindo os impostos e os serviços de folha de pagamento. Verificou-se também que o contador não faz visitas constantes ao cliente e não tem acesso aos relatórios gerenciais em nenhuma das empresas analisadas. Perguntados por que isso acontece e 01 dos entrevistados afirmou que até dispensa as visitas, devido ao pouco tempo que tem para atendê-lo. Todas as dúvidas são resolvidas por telefone ou por e-mail. Dentre os entrevistados, 02 deles afirmam que não há necessidade de uma análise contábil sobre relatórios gerenciais, pois estes são analisados pelo próprio gestor e para os outros 02 entrevistados o contador não está sempre disponível.

Perguntados se o gestor recebe informações do contador e apenas 01 declarou que a única informação que recebe é de âmbito fiscal, 01 recebia informação não só fiscal, mas também sobre recursos humanos, lucro, despesa e conciliação bancária. Para 02 dos gestores, o atendimento do escritório contábil era feito pelos funcionários e estes não informavam nada além dos valores dos impostos a pagar. Para 01 deles as informações do contador, mesmo sendo somente de teor fiscal, eram consideradas de grande valia tendo em vista que isso afetava diretamente a saúde financeira da empresa.

4.4 As histórias

Dentre as quatro empresas entrevistadas, uma era franqueada, uma era franqueadora e duas delas são negócios independentes. As empresas atuam nos ramos de estética, escola de idiomas, salão de beleza e uma cafeteria prestadora de serviços alimentícios.

Conforme a coleta dos dados, somente 01 delas declarou estar preparada com informações suficientes para gestão dos negócios, 03 dos gestores começaram o negócio sem ter nenhuma experiência no ramo da empresa. Todos os respondentes possuem controle de

Quatro histórias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

contas a receber, apenas 01 possuía um sistema de gerenciamento financeiro do banco da empresa e consultas prévias ao Serviço de Proteção ao Crédito – SPC, como mecanismo para avaliar a capacidade de pagamento dos clientes e 03 dos gestores avaliam a capacidade de pagamento do cliente somente com intuição e sem nenhum mecanismo próprio para tal finalidade.

Os entrevistados foram unânimes em relatar que o contador não interfere nos assuntos de contas a receber da empresa. Entre os entrevistados, 02 deles faziam um acompanhamento diferente sobre os valores a receber da empresa.

4.4.1 Empresa CL - Salão de Beleza

Com quatro anos de idade e um crescimento leve e constante, o salão de beleza abriu suas portas ocupando um cômodo da casa da então dona de casa que tinha muita vontade de ter seu dinheiro próprio. “No começo foi muito difícil, fiquei alguns meses com salão aberto e sem muitos clientes” afirma. Primeiro vieram os vizinhos, os amigos e os familiares. O lucro era baixíssimo e não dava pra contratar ninguém. No segundo ano, já conseguiu aumentar a clientela e começou a investir em inovação profissional, fazendo cursos de atualização para conhecer as novas tendências de corte, mechas, penteados e produtos. Contratou uma manicure para poder se dedicar a função de cuidar somente dos cabelos das clientes. A experiência trouxe segurança, aprendeu a delimitar regras dentro da empresa tanto para funcionários quanto para as clientes. O mecanismo que utiliza para analisar o crédito é conversar com outras pessoas sobre as novas clientes, perguntando se a pessoa é idônea para não haver problemas. Isso torna o índice de inadimplência baixo e mantém a seriedade do salão, sem ter outros interesses ao não ser a estética.

Atualmente o cômodo da casa já está pequeno, o lucro do salão já supera o salário do marido. Pretende procurar ajuda profissional para expandir o negócio com segurança. Os projetos em longo prazo são de aumentar a empresa, criar um estacionamento e tornar o nome do salão evidente. Perguntada sobre qual profissional ela pretende procurar para auxiliá-la a expandir, ela menciona o SEBRAE da sua região, que em sua concepção, este poderá dar o suporte para o crescimento que busca.

4.4.2 Empresa E - Cafeteria

Empresa criada há nove anos, foi inaugurada juntamente com o novo Hospital e Maternidade da região. Iniciou o negócio juntamente com seu irmão e sócio inicial. Um tinha o conhecimento sobre café expresso e outro tinha o capital inicial e a vontade de deixar a vida de dona de casa e trabalhar fora.

Depois de três anos, o sócio se retirou e com o tempo ela adquiriu experiência para gerenciar o negócio próprio sozinha. A princípio foi muito difícil conseguir clientes, tanto o hospital quanto a cafeteria eram desconhecidos do público. Uma das coisas que não faria seria vender a crédito, preferia dar de comer de graça a vender fiado. Houve um descontentamento sobre o tipo escolhido do negócio, segundo a gestora: “trabalha-se muito e o retorno é pequeno, se colocar na mão de funcionário e o dono não estiver junto, o negócio fecha...”.

Se fosse para abrir uma cafeteria, abriria em outro lugar. Todo o equipamento que tem na cafeteria foi comprado com o dinheiro do caixa da empresa. Nunca pegou empréstimo bancário. Hoje se sente mais segura para abrir outro negócio, se sente outra pessoa, se tornou uma empreendedora.

A empresa ficou limitada às instalações cedidas pelo hospital, sem muito espaço e sem autorização para fazer reformas. Por isso, o negócio não cresceu tanto quanto gostaria.

Atualmente a empresa está prestes a ser vendida e com o dinheiro da venda está pensando em outro negócio, talvez outra cafeteria.

Conforme o Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN), nº 58, de 27 de abril de 2009 e através do seu anexo único que entrou em vigor a partir de 1º de dezembro de 2010, a Cafeteria recolhe Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS, sendo descrita na subclasse como “Serviços de Alimentação Privativos”, então, para efeitos fiscais a Cantina está enquadrada como comércio, neste artigo, esta empresa foi considerada como uma prestadora de serviços alimentícios.

4.4.3 Empresa F - Estética

Empresa franqueada atuava no seguimento de estética, o franqueador não fazia visitas constantes, mas o contato era realizado através da internet. A empresa ficou no mercado por dez meses. Nem o franqueador e nem o contador davam suporte gerencial para a empresa, as dúvidas relativas sobre os impostos em geral, sobre o imposto de renda e sobre a Consolidação das Leis do Trabalho – CLT eram pesquisadas na internet.

O gestor não percebia o contador como alguém que poderia prestar esclarecimentos com informações de gestão. Depois de complicações financeiras, falta de capital de giro e dívidas, não teve outra opção a não ser fechar. O gestor afirma que foi uma experiência marcante e de muito valor devido às novas informações e conhecimentos obtidos:

“O gerenciamento financeiro não foi dos melhores devido à falta de conhecimento na área. Como era um empreendedor iniciante, considero que a gestão foi razoável e que o grande problema foi não ter capital de giro suficiente para cobrir as despesas da empresa e ter feito antecipações de pagamentos futuros e os clientes não honrarem com o pagamento da dívida.”

4.4.4 Empresa S - Escola de Idiomas

Esta empresa passou pela experiência de ter sido franqueada por duas vezes e hoje além de ter expandido a escola, abriu uma franquias em João Pessoa – PB.

A entrevista foi abordada sobre sua experiência como franqueado e como franqueador. Como franqueado, ele afirma que as informações sobre como gerenciar a empresa eram precárias, não houve nenhum ensinamento ou treinamento, nem por parte do franqueador e nem por parte do contador.

Para controlar as finanças ou avaliar o andamento do negócio, as poucas informações disponíveis era um manual proporcionado a todas as franqueadas.

O gestor relata que foi franqueado por um período total de dez anos, por esse período ele acreditava nas franquias e não havia despertado para o empreendedorismo.

O motivo da mudança de rumo foi a insatisfação com o atendimento comercial e a falta de suporte do franqueador. Depois de um tempo começou a questionar algumas coisas e a discordar de outras, e nos últimos três anos, ficou planejando como seria abrir uma rede própria.

Possuía uma boa bagagem de conhecimento na área de idiomas, começou como professor e sempre pensava em como ganhar mais dinheiro, então se tornou coordenador. Sua

Quatro historias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

esposa trabalhava na mesma escola na parte de publicidade, durante todo o trajeto de gestor, ele trabalhava na parte pedagógica e sua esposa atuava na parte comercial do negócio. Compraram a primeira franquia de um franqueado que estava quase falindo. Foi franqueado por quatro anos no Rio de Janeiro. Devido à insatisfação sobre a forma de tratamento do franqueador e o atendimento comercial serem deficientes, mudou de franqueador e continuou no mesmo ramo, escola de idiomas. Novamente surgiu a insatisfação, da forma como era visto pelo franqueador, em sua opinião, a experiência da segunda franquia foi pior que a primeira.

Na primeira empresa enquanto franqueado, houve alguns erros de gestão como financeiros, investir em lugares que não dava retorno, marketing entre outros. “Apesar de ser uma franquia, é uma grande ilusão você montar um negócio e achar que ele vai dar lucro logo no começo” afirma. Depois disso fez um curso de treinamento para aprender um pouco de gestão. O conhecimento sobre gestão, não veio das franquias, veio através de cursos na área comercial, na área financeira e de gestão de pessoas para desenvolver melhor o negócio.

Depois de quatro anos, o franqueador permitiu a abertura de outra franquia muito próxima a sua, causando uma concorrência entre franquias do mesmo franqueador. Com isso vendeu a empresa e um ano após a venda, o comprador fechou porque não aguentou a concorrência com a outra escola da rede.

Quando veio a passeio para Pernambuco, sua esposa conheceu o dono de uma rede de franquias de escola de idiomas. Este ofereceu a abertura de uma franquia e ela seria a representante nacional de toda a rede. Com o dinheiro da venda da franquia anterior, montaram a nova empresa. Com o tempo, a falta de suporte e de apoio, fez com que todas as franquias do nordeste quebrassem, sendo eles os últimos a encerrarem as atividades. Passados uns quatro anos de atividades da escola, eles perceberam que tudo o que acontecia na escola era criação deles, os programas, as atividades, os controles. A única ligação que havia ainda com o franqueador era a marca e a venda dos livros.

A partir daí, os gestores começaram a despertar para o empreendedorismo. Então procuraram o SEBRAE e fizeram o curso EMPRETEC, que é um “seminário que tem por objetivo desenvolver, nos participantes, características de comportamentos empreendedores”. (SEBRAE, 2009).

Passaram um ano para decidir se abriria a própria marca, e depois mais um ano planejando, desenvolvendo o projeto, escolhendo cores e passando pelo processo de amadurecimento. Dois anos depois, trocou a bandeira da escola de franquia para a bandeira da própria marca.

A escola hoje está com três anos e meio de idade e desde então tem alcançado suas metas, eles conheciam as falhas e os acertos advindos de experiências passadas.

A unidade localizada em João Pessoa – PB foi aberta de forma espontânea, o dono gostou do método de ensino e pediu a licença para abrir uma unidade naquela localidade. A intenção é amadurecer mais a ideia sobre franqueados e dar o apoio necessário, para que esses não tenham a mesma experiência ruim enquanto franqueados.

A principal diferença será focada na forma de atendimento, “não tratá-lo como empregado e sim como parceiro” afirma.

Sobre a vantagem e desvantagem da franquia, o gestor relata que:

“É difícil abrir um negócio próprio sem ter um conhecimento mínimo. Precisa ter um “know-how” (saber como). Tanto para franquia quanto para qualquer outro negócio, é bom ter um conhecimento, uma afinidade com o segmento escolhido, um exemplo disso é alguém abrir uma franquia do McDonald e não gostar de trabalhar aos domingos, feriados, etc., ou o segmento de esportes e não gostar disso, entre abrir uma franquia ou ter um negócio só seu, acredito que os dois são bons, depende do gestor. A essência da franquia é um negócio que já está formado, não precisa criar uma marca porque o negócio já está pronto, tem o “suporte” do franqueador, acredito que não são todas as franquias que tratam o franqueado como eu fui tratado. Na realidade a franquia não garante o sucesso, o ruim são os ônus, as taxas que são obrigadas a pagar, não cumprir o que promete, criar uma expectativa de que vai acontecer tudo o que eles falam, a distância da matriz é um inconveniente porque quando precisa ir até a matriz, todos os custos são pagos pelo franqueado e são muito altos.”

Desde 2007 a cada ano o número de alunos aumenta, aumenta o faturamento, tudo de acordo com as metas que são planejadas. Em longo prazo, a meta é fazer a unidade crescer enquanto matriz, o que tem acontecido todo ano, outra meta é até 2012, ter a segunda unidade na zona norte de Recife - PE, assim que todos os livros com o slogan da marca ficar pronto dará início ao processo de franquias.

4. CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivo demonstrar como é utilizada a informação contábil econômico-financeira no gerenciamento das micro e pequenas empresas prestadoras de serviços.

Conforme demonstrou a pesquisa, 03 das empresas analisadas não têm uma visão econômica definida, não utilizam nenhuma informação gerencial, resolvem os problemas apenas no momento em que estes ocorrem, não possuem uma visão holística do negócio em longo prazo e não tomam atitudes preventivas. Querem que a empresa cresça, mas estão andando às cegas, sem plano de negócios ou orçamento. A única preocupação é com o caixa, numa visão de curto prazo.

Em resposta a pergunta, ponto de referência para esta pesquisa, constata-se que maior parte dos empresários das pequenas empresas, não reconhece a importância da informação econômico-financeira e o quanto isso é importante para a saúde financeira e para a longevidade do negócio.

A empresa com maior destaque foi a que utiliza todo o conjunto de informações, inclusive as de âmbito econômico e financeiro a seu favor, tornando-a próspera. Das quatro empresas analisadas, apenas uma possuía e seguia o plano de negócios.

Conforme os dados coletados da amostra, conclui-se que a maioria dos gestores não possui o conhecimento mínimo necessário na hora de abrir a empresa e que o contador só é procurado para realizar os trâmites legais e burocráticos.

O gestor não percebe o contador como um profissional capaz de ajudá-lo a administrar adequadamente o seu negócio. Por outro lado, muitos profissionais não valorizam o cliente como deveriam e também não há um interesse por parte desses profissionais em

Quatro histórias da utilização de informação Econômico – financeira nas micro e pequenas empresas: Lições para futuros empreendedores

atualizar-se e colocar em prática um posicionamento mais além do que apenas cuidar dos assuntos fiscais da empresa, que compete ao profissional contábil.

5. REFERENCIAS

APPLEGATE, Jane Succeeding in small business. São Paulo. Editora Best Seller, 1992.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES – ANPROTEC. Incubadora de empresas. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br>> Acesso em: 16/06/2011.

CANECA, Roberta Lira *et al.* A Influência da Oferta de Contabilidade Gerencial na Percepção da Qualidade dos Serviços Contábeis Prestados aos Gestores de Micro, Pequenas e Médias Empresas. Pensar Contábil. Rio de Janeiro. v. 11, p.35 – 44, jan./mar. 2009.

CARVALHO ALVIN, Paulo Cesar Rezende de O papel da Informação no processo de capacitação tecnológica das micros e pequenas empresas. CI. Inf., Brasília, v. 27, n.1, p. 28 – 35, jan/abr, 1998.

DUTRA, Ivan de Souza O perfil do empreendedor e a mortalidade de micros e pequenas empresas Londrinenses. Dissertação de Mestrado (Administração). Universidade Estadual de Londrina e Universidade Estadual de Maringá – UEM. 2002.

ESPINHA, Pedro Guena; MACHADO, Hilka Vier. Reflexões sobre as dimensões do fracasso e mortalidade de Pequena Empresa. Revista Capital Científico do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas. v. 3, n. 1, jan/dez 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. PIB em 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>> Acesso em 14/06/2011.

IUDICIBUS, Sérgio de Contabilidade Gerencial 6. ed. – 16. reimpr. São Paulo. Editora: Atlas, 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação. 3. ed. São Paulo. Editora: Atlas, 2002.

KAPLAN, Robert S. et al Contabilidade Gerencial - 2. ed. – 2. reimp. São Paulo. Editora: Atlas, 2008.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. A estratégia em ação: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro. Editora: Campus, 1996.

MARION, José Carlos Contabilidade Empresarial. 15. ed. São Paulo. Editora Atlas, 2009.

MARTINS, Gilberto de Andrade; LINTZ, Alexandre Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

MIRANDA, Luiz Carlos *et al.* Demanda por Serviços Contábeis pelos Mercadinhos: são os Contadores Necessários? *Contabilidade Vista & Revista*. v. 19, n. 1, p. 131 – 151, 2008

MOISMANN, Clara Pellegrinello; Fisch, Silvio Controladoria: seu papel na administração de empresas. 2. ed. – 6. reimpr. São Paulo. Editora: Atlas, 2009.

MORAIS, Carmem Atitudes de Empreendedores: os surpreendentes segredos dos empreendedores de êxito. Rio de Janeiro. Editora Qualitymark, 2000.

NUNES, Kaline Di Pace *et al.* Dura lição: Aprendendo com os pequenos empresários que fecharam seus negócios. *Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista*, v.4, n.2, p.48-63, 2010.

OLIVEIRA, Antonio Gonçalves de *et al.* A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsidio aos processos administrativos nas pequenas empresas. *Revista Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade - FAE*. Curitiba, v 3, n. 3, p. 1 – 12, set/dez 2000.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE. Biblioteca Temática do Empreendedor. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>> Acesso em: 15/06/2011.

PEREIRA, Maurício Fernandes *et al.* Fatores condicionantes de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil. Dissertação de Mestrado (Administração). Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - XIX Congreso Latinoamericano y del Caribe Sobre Espírito Empresarial, Brasil, 2008

UENO, Rodrigo Bergame; CASA NOVA, Silvia Pereira de Castro. Um estudo sobre a percepção do micro e pequeno empresário sobre a importância da contabilidade no processo de tomada de decisão. IX SEMEAD – Administração no Contexto Internacional. 2006.

XAVIER, Marcelle Bittencourt *et al.* Causas gerenciais e ambientais da mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo com empresários de Vitória da Conquista, Bahia. *Caderno de Ciências Sociais Aplicadas*. Vitória da Conquista – BA. n. 5/6, p. 61 – 78, 2009.