

# **Análise do Perfil da Gestão Financeira Realizada Pelas Micro e Pequenas Empresas da Cidade de Itajubá**

**Adriano\_fernandes\_vianna@ymail.com**

**cca@facesm.br**

**Facesm**

**João Paulo Guerreiro Gonçalves**

**cca@facesm.br**

**Facesm**

**Resumo:**Esse artigo irá abordar a situação das micro e pequenas empresas de varejo na cidade de Itajubá, através de pesquisas, tabelas e figuras que irão demonstrar a realidade do varejo. Primeiramente será abordado o assunto através de uma breve introdução sobre a definição das micro e pequenas empresas, Juntamente com estas definições, foram apresentadas tabelas demonstrando os tipos de empresas e seus tamanhos assim como o número de funcionários que ela possui. Também é abordado um referencial sobre a administração financeira nas micro e pequenas empresas, que é um tema essencial para o controle das finanças da empresa e para mantê-la forte no mercado. Neste tópico, também serão aproveitadas as visões e definições de importantes autores o que irá enriquecer ainda mais o artigo. No Brasil muitas empresas terminam com menos de cinco anos de existência. As principais causas dessa mortalidade são: a falta de boa administração, concorrentes fortes no mercado, altos custos, difícil colocação da empresa no mercado, investimento baixo e não conhecimento do mercado atuante. As maiorias das empresas no Brasil são micro e pequenas empresas, por isso esta mortalidade causa grandes impactos na economia do país, e na cidade de Itajubá isto não é diferente, por isso precisam ser propostas mudanças e melhoramentos para que estas empresas possam ter uma maior vida útil. Uma pesquisa de campo foi desenvolvida para identificar a realidade das micro e pequenas empresas quanto sua gestão financeira. O resultado não foi diferente das outras pesquisas já realizadas pelo Brasil. A conclusão apresenta uma situação de falta de estrutura na gestão financeira das empresas.

**Palavras Chave: MPE - Mercado - Gestão Financeira - Mostalidade -**

## 1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas no Brasil tem um papel de grande importância no que tange ao fator econômico. Muitas destas empresas, tem como proprietários pessoas que trabalham de maneira informal, e que muitas vezes não procuram obter informações sobre o mercado em que sua empresa atua, na maioria das vezes isso ocorre por falta de tempo ou interesse na economia.

Mas é essencial conhecer o mercado para conseguir um bom espaço nele. Pois é no mercado que estão os clientes, que tem problemas a serem resolvidos e as empresas precisam resolver estes problemas e necessidades de maneira prática e eficiente. E é através do estudo de mercado que os proprietários poderão formar estratégias para não só manter, mas também atrair novos clientes.

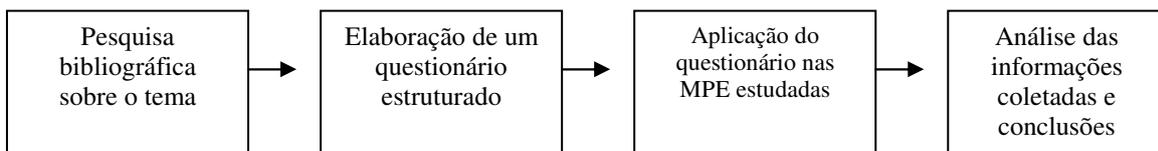
O mercado possibilita também, a identificação de novas necessidades que precisam ser supridas. Com a identificação destas necessidades, as empresas poderão criar novos produtos e serviços que possam atender o consumidor.

A pesquisa de preços é outro fator muito importante para formar estratégias para as micro e pequenas empresas, só assim estas empresas poderão competir com as suas concorrentes e ultrapassar suas metas de lucro.

O principal objetivo desta pesquisa é analisar o perfil das micro e pequenas empresas e buscar soluções para os seus problemas, trazendo assim mais lucratividade e clientes para a empresa.

## 2. METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica para estruturação de uma pesquisa de campo através da análise do resultado de um questionário estruturado com base nas micro e pequenas empresas. Como mostrado a seguir:



## 3. DEFINIÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Já foram utilizadas várias definições de micro e pequenas empresas uma delas é feita pelo número de funcionários (SEBRAE, 2010); definição esta que também é utilizada por Filion (1991). Como demonstrado na tabela a seguir:

Tabela 1 – Classificação do porte das empresas segundo FILION

<b>Número de empregados</b>	<b>Tipo de empresa</b>
1 a 3	Auto-Empregado
4 a 50	Pequena
51 a 200	Média
200 a 500	Grande
Mais de 500	Muito grande

Fonte: FILION (1991) adaptado pelo autor

No Brasil costumava-se utilizar também o critério utilizado pelo SEBRAE, como demonstrado na Tabela 2:

Tabela 2 – Classificação do porte das empresas segundo SEBRAE

	<b>Indústria</b>	<b>Comercio e Serviço</b>
<b>Micro</b>	Até 19	Até 9
<b>Pequena</b>	De 20 a 99	De 10 a 49

Fonte: SEBRAE (2000) adaptado pelo autor

### 3.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Todas as micro e pequenas empresas necessitam de uma boa área financeira, bem organizada e que possua profissionais com qualidade para administrá-la.

Segundo Matias e Lopes Júnior (2002), a falha na administração financeira das MPE é em muitos dos casos o principal responsável pelo insucesso do empreendimento. A administração financeira de uma empresa precisa também ser bem dividida, para que o superior não seja sobrecarregado por isso é necessário que haja alguém na empresa responsável pela parte financeira e que controle todos os custos e gastos da empresa.

### 3.2 PARTICIPAÇÃO DAS MPE NO CENÁRIO ECONOMICO NACIONAL

Ao contrario do que muitas pessoas pensam, Micro e Pequenas Empresas têm uma enorme relevância no cenário econômico nacional, sendo responsáveis por grande parte dos postos de trabalhos e por não respeitarem uma distribuição geográfica pré-determinada.

Um estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2000) demonstrou que estas empresas representam aproximadamente 95% do total dos estabelecimentos industriais, 98% dos comerciais e 99% dos estabelecimentos do setor de serviços.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2004), as MPE compõem 98% das empresas formais estabelecidas no país.

As MPE são um dos principais combustíveis no cenário econômico mundial, no Brasil não funciona diferente. Segundo dados do IBGE (2008), frequentemente são gerados novos postos de trabalho, estimulando o crescimento econômico.

MPE funcionam como uma válvula de escape para as pessoas menos qualificadas e que não conseguem ocupar postos de trabalho em empresas de grande porte.

### 3.3 MORTALIDADE DAS MPE

Pesquisa do SEBRAE (2006), identificou as principais causas de mortalidade das MPE na concepção dos empresários entrevistados. De acordo com essa pesquisa as principais causas de mortalidade apontadas pelos empresários são: falta de capital de giro (42% dos entrevistados), falta de clientes (25% dos entrevistados) e problemas financeiros (21% dos entrevistados).

Com essa constatação, podemos observar que o principal problema das empresas é a falta de capital de giro, que gera uma alta nos custos e uma dificuldade por parte do empresário em continuar a gerenciar o seu negócio.

Mas o problema muitas vezes está também na falta de confiança do empresário, na crença de que o seu negócio não vai dar certo ou que outras empresas maiores irão dominar o mercado, por isso é preciso que os empresários não se abalem por não conseguirem o lucro esperado.

Além disso, muitos fatores precisam ser avaliados na hora de abrir uma empresa, como por exemplo a localização, o perfil dos clientes, o preço, a oferta de mercado entre outros.

## 4 PESQUISA DE CAMPO

Foi realizado um estudo através da aplicação de um questionário elaborado em cima de 30 empresas da cidade de Itajubá, que será demonstrada no quadro a seguir:

Quadro 1: Questionário realizado abordando 30 empresas da cidade de Itajubá

<b>Empresas</b>	<b>Cargo do respondente da pesquisa</b>
Empresa 1	Gerente
Empresa 2	Gerente
Empresa 3	Proprietário
Empresa 4	Gerente
Empresa 5	Gerente
Empresa 6	Proprietário
Empresa 7	Proprietário
Empresa 8	Proprietário
Empresa 9	Proprietário
Empresa 10	Auxiliar Administrativo
Empresa 11	Auxiliar Administrativo
Empresa 12	Auxiliar Administrativo
Empresa 13	Auxiliar Administrativo

Empresa 14	Auxiliar Administrativo
Empresa 15	Gerente
Empresa 16	Gerente
Empresa 17	Gerente
Empresa 18	Gerente
Empresa 19	Proprietário
Empresa 20	Gerente
Empresa 21	Proprietário
Empresa 22	Gerente
Empresa 23	Gerente
Empresa 24	Gerente
Empresa 25	Gerente
Empresa 26	Proprietário
Empresa 27	Proprietário
Empresa 28	Gerente
Empresa 29	Proprietário
Empresa 30	Gerente

Relação das empresas entrevistadas e respectivos respondentes. Fonte: pesquisado pelos autores.

#### 4.1 PERFIL DAS EMPRESAS

Foi elaborado um questionário que identificou o perfil das micro e pequenas empresas com os fatores principais: tempo de mercado, quantidade de funcionários e ramo de atuação, como as figuras demonstradas a seguir:

Figura 1: Ramo de atuação das empresas



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme os dados apresentados na Figura 1, 80% das empresas estudadas atuam no ramo do comércio, 10% no setor de serviços e outros 10% no setor industrial.

Foram coletados também alguns dados sobre a abrangência dos mercados por parte das micro e pequenas empresas da cidade de Itajubá conforme demonstrado na Figura 2.

Figura 2 – Abrangência de mercado das empresas.

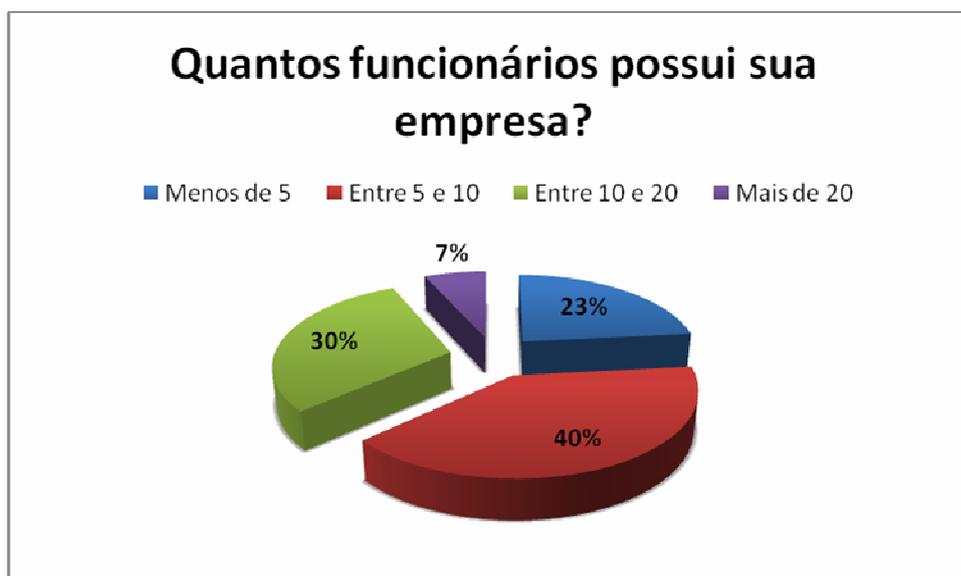


Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados apresentados na Figura 2 nos mostram que 57% das empresas estudadas atuam apenas no mercado local, 40% atuam no mercado nacional e apenas 3% das empresas estudadas atuam no mercado internacional. As empresas estudadas que atuam no mercado internacional são na sua maioria as empresas do ramo industrial.

Na Figura 3 estão expostos dados sobre a quantidade de funcionários que as empresa possuem.

Figura 3 – Quantidade de funcionários das empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 3 nos mostra que 40% das empresas estudadas possuem entre cinco e dez funcionários, 30% das empresas tem entre dez e vinte funcionários, 23% das empresas têm menos de cinco funcionários e apenas 7% delas possuem mais de 20 funcionários.

O questionário estruturado aplicado nas empresas conta com dezenove perguntas específicas que visam levantar e identificar o perfil da gestão financeira executada pelas empresas estudadas.

## 5 INFORMAÇÕES DE GESTÃO FINANCEIRA

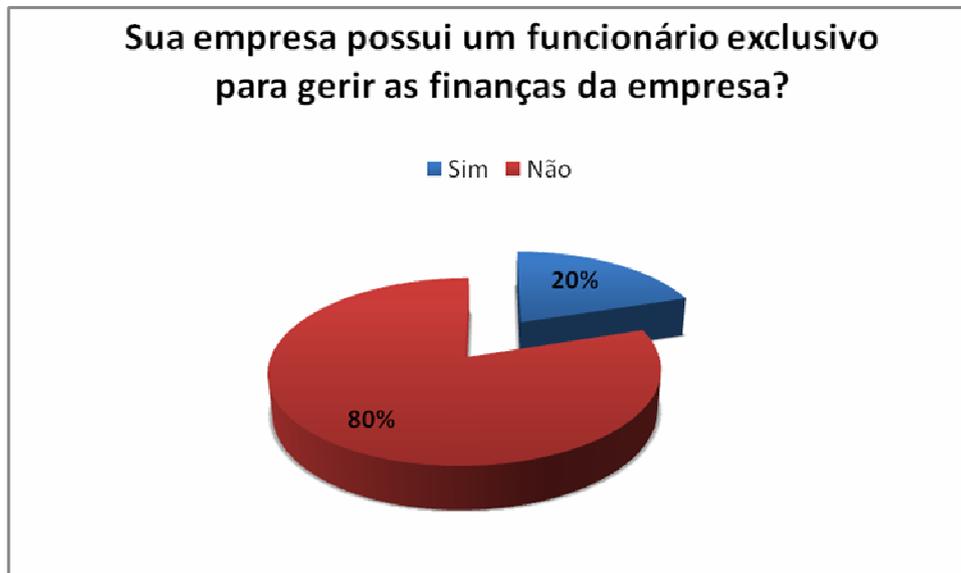
O questionário aplicado teve com objetivo levantar e analisar o perfil da gestão financeira executada pelas micro e pequenas empresas da cidade de Itajubá.

Algumas questões abordadas no questionário referem-se ao comportamento dos proprietários das organizações quanto à gestão financeira da empresa.

Serão expostos nesse capítulo apenas os principais dados obtidos com o questionário, os demais dados serão expostos como anexo desse trabalho.

A Figura 2 e 3 nos mostram dados sobre a existência ou não de um funcionário específico para gerir as finanças da organização e se esse funcionário possui algum tipo de especialização na área financeira.

Figura 4 – Existência de um gestor financeiro nas empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados expostos na Figura 4 nos mostram que das trinta micro e pequenas empresas entrevistadas apenas 20% delas possuem um funcionário específico para gerir as finanças da organização e os outros 80% das empresas deixam essa atividade para ser realizada por uma pessoa, na maioria dos casos, o próprio proprietário da empresa que deve se preocupar com outras atividades além da gestão financeira da empresa.

Essas seis empresas que possuem um funcionário específico para gerir suas finanças foram questionadas sobre a capacitação desse funcionário para realizar tal atividade conforme dados da Figura 5.

Figura 5 – Especialização do gestor financeiro das empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 5 nos mostra que apenas 33% dos gestores financeiros das empresas estudadas possuem algum tipo de especialização na área e os outros 67% exercem essa atividade contando apenas com a experiência adquirida durante sua vida profissional.

Os funcionários entrevistados durante a realização desse estudo disseram realizar um controle das vendas eficiente sobre as vendas realizadas pela empresa conforme dados da figura:

Figura 6: Controle de vendas da empresa

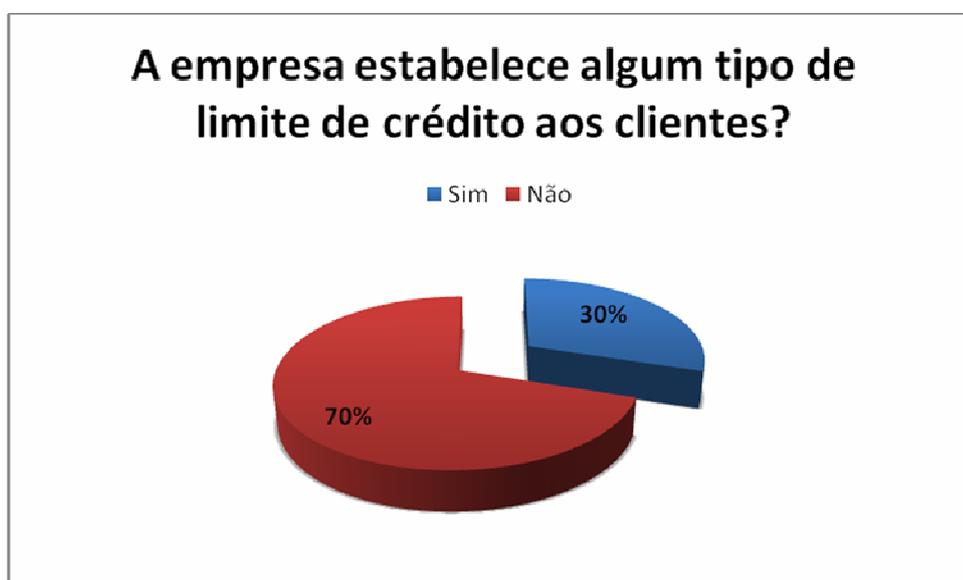


Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados da Figura 6 nos mostram que 80% das empresas entrevistadas realizam um controle de vendas mensais e diárias já os outros 20% não realizam nenhum tipo de controle.

As empresas entrevistadas realizam um controle de vendas, porém não estabelecem nenhum tipo de limite de crédito para os clientes, conforme podemos constatar na Figura 7.

Figura 7 – Limite de credito aos clientes.

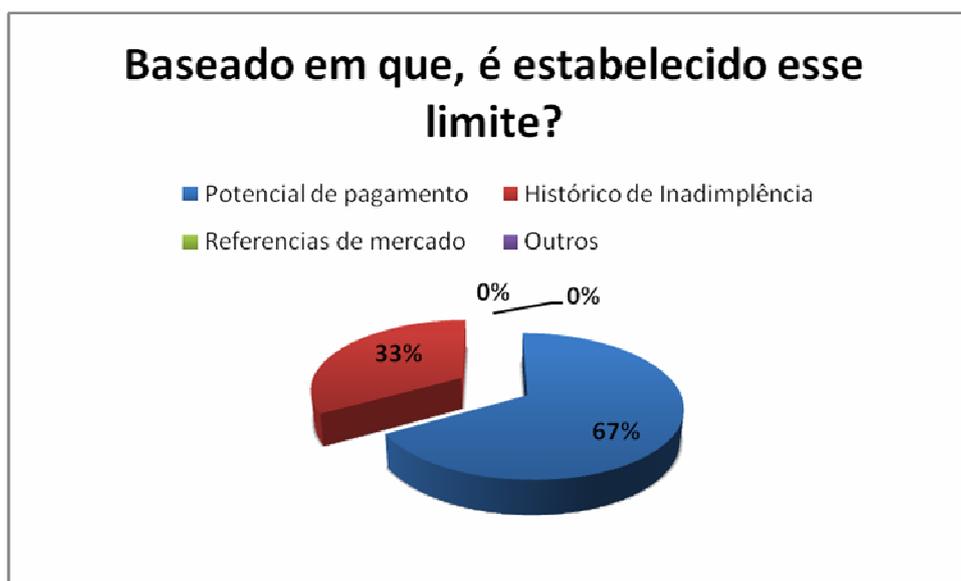


Fonte: Elaborado pelo autor.

Das trinta empresas entrevistadas apenas 30% delas estabelecem algum tipo de limite de crédito para os clientes e os outros 70% não acham que limitar a compra dos clientes seja um detalhe importante.

As empresas que realizam esse tipo de limitação foram questionadas sobre a forma que esse limite é estabelecido e os dados coletados estão expostos na Figura 8.

Figura 8 – Base para limite de credito aos clientes.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme dados da Figura 8, das empresas que limitam o crédito de seus clientes, 67% baseiam-se no potencial de pagamento dos clientes e os outros 33% baseiam-se no histórico de inadimplência dos clientes.

O fato de a maioria das empresas não acharem um detalhe relevante limitar o crédito de seus clientes faz com que as mesmas sofram com um alto índice de inadimplência de seus clientes. Segundo dados levantados com o questionário estruturado esse índice de inadimplência tem uma média de 17% em casos podendo chegar aos 52%.

Uma estratégia utilizada por algumas das micro e pequenas empresas entrevistadas é realizar vendas a prazo apenas no cartão de crédito, o que faz com que o índice de inadimplência seja zero, pois o valor da venda é repassado para a empresa pelo banco e o banco se responsabiliza por receber o valor do cliente.

As empresas entrevistadas foram questionadas quanto ao índice de liquidez delas e a necessidade de capital de giro da empresa, conforme veremos nos próximos gráficos.

A Figura 9 nos mostra dados sobre a necessidade de capital de giro das empresas.

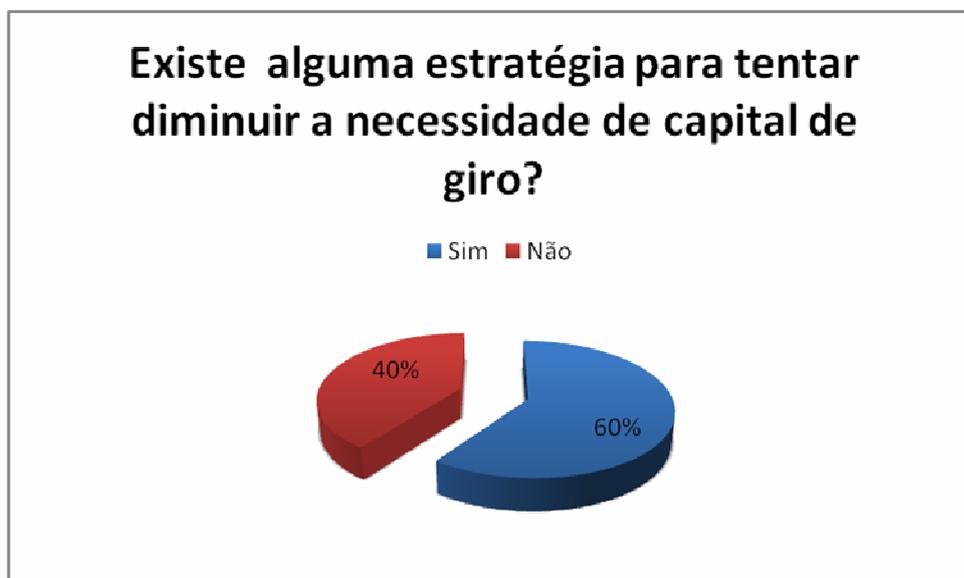
Figura 9 – Conhecimento da NCG das empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme os dados da Figura 9, metade das empresas dizem conhecer a real necessidade de capital de giro da empresa, porém mesmo conhecendo esse dado, nem todas as empresas possuem uma estratégia que busque diminuir essa necessidade, conforme dados da Figura 10.

Figura 10 – Estratégia para diminuir a NCG das empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 10 nos mostra que apenas 60% das empresas entrevistadas se preocupam em diminuir a necessidade de capital de giro da empresa.

Outro dado importante para o gestor financeiro é a capacidade de pagamento da empresa e esse dado também passa despercebido por várias empresas.

Figura 11 – Real capacidade de pagamento das empresas.



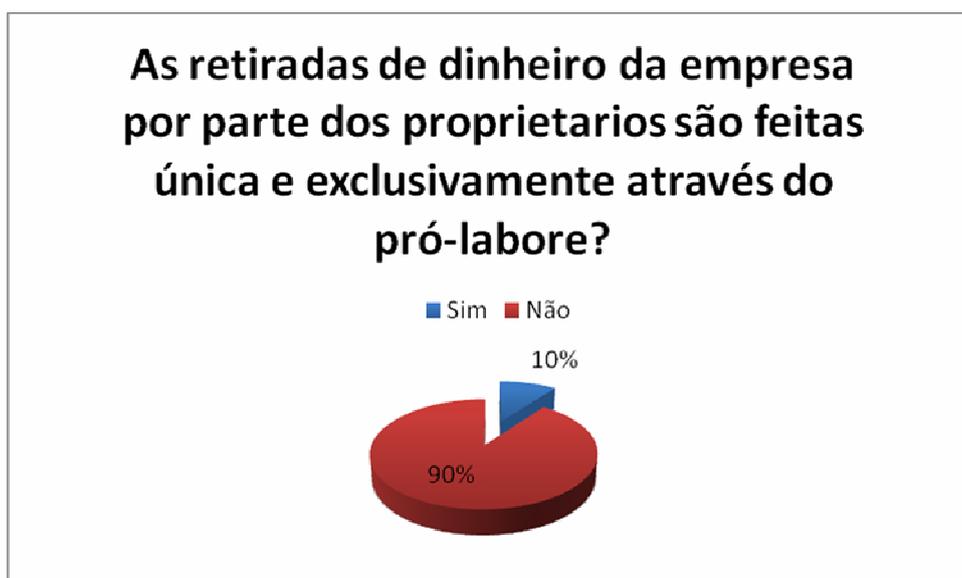
Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme dados da Figura 11 podemos constatar que apenas metade das empresas entrevistadas conhece realmente a capacidade de pagamento da empresa.

Uma das questões muito importantes para a gestão financeira de uma MPE é o comportamento de seu proprietário e sócios. Algumas questões foram abordadas no questionário quanto ao comportamento dos proprietários da organização.

Dados expostos na Figura 12 nos mostram que o comportamento dos proprietários das empresas entrevistadas quanto a sua retirada de dinheiro da empresa é incorreto.

Figura 12 – Retirada de dinheiro pelos proprietários das empresas.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados da Figura 12 apontam que apenas 10% dos proprietários das empresas fazem sua retirada de dinheiro da empresa única e exclusivamente através do pró-labore os outros 90% retiram dinheiro no momento em precisam.

Tal comportamento pode prejudicar o fluxo de caixa da empresa e acarretar sérios problemas, mas na ótica dos proprietários isso não interfere em nada na gestão da empresa.

Outro detalhe muito importante e que na visão de muitos proprietários e gestores das micro e pequenas empresas pode representar um grande passo para o declínio financeiro da empresa é injetar na empresa, recursos financeiros não oriundos da organização.

Figura 13 – Aplicação de recursos financeiros na empresa



Fonte: Elaborado pelo autor.

A Figura 13 demonstra que 30% das empresas não se preocupam com a inserção de recursos financeiros de outras fontes na organização, porém 70% das empresas consideram isso inadmissível e não permitem que isso ocorra.

Outros assuntos foram abordados durante a entrevista como o controle de contas a pagar/ recebimentos, procedimento padrão para cobrança de clientes, procedimento padrão para pagamento de fornecedores, pagamento de impostos e a utilização do fluxo de caixa, entre outros. Os gráficos referentes a esses assuntos serão anexados a esse trabalho.

## 6. CONCLUSÃO

Tornando possível assim, que novas estratégias de gestão possam ser criadas com o intuito de aumentar a lucratividade e o número de clientes.

Das trinta empresas entrevistadas, apenas 20% delas possuem um funcionário específico para gerir as finanças da organização, o que demonstra não haver uma estrutura compatível com a importância da atividade. A falta de profissionais com especialização na área financeira também é uma realidade. A metade das empresas entrevistadas não conhece a necessidade de capital de giro, bem como a real capacidade de pagamento. Em função desta e

de outras informações identificadas na pesquisa, conclui-se que existe uma deficiência na gestão financeira das empresas pesquisadas. Embora o resultado desta pesquisa não possibilite a generalização, esta realidade identificada na amostragem coletada na cidade de Itajubá, reflete a várias pesquisas realizadas a nível de Brasil, na qual demonstra a falta de estrutura na gestão financeira das micro e pequenas empresas.

## 7. REFERÊNCIAS

ALVIM, P.C.R.de C. O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas. Brasília: Revista Ciência da Informação, v.27, jan./abr. 1998.

ANTONIK, L.R. A administração financeira das pequenas e médias empresas. Revista FAE BUSINESS, número 8, maio 2004

ARRUDA, S. A inserção de produtos no mercado, Revista SEBRAE, número 6, setembro/outubro 2002.

FILION, L.J. The definition of small business as a basic element for policy making. Small business, Marketing and Society Conference, USSR, 1991.

FILION, L.J. The nature of small business and its implications for managerial activities. Small business, Marketing and Society Conference, USSR, 1991.

GITMAN, L.J. Princípios Básicos da Administração Financeira, 2002

HOJI, M. Administração financeira: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro. – São Paulo: Atlas, 1999.

LACERDA, J.B. A contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira das micro, pequenas e médias empresas (MPM Es): Necessidade e aplicabilidade.

MATIAS, A.B.; LOPES JÚNIOR, F. Administração financeira nas empresas de pequeno porte. – São Paulo: Manole, 2002.

KOTESKI, M.A. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. Revista FAE BUSSINES, número 8, maio 2004.

ZDANOWICZ, J.E. Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros. – D.C. Luzzatto Ed., 1995.

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/default.shtm>  
SEBRAE. Belo Horizonte, 2010. Acesso em 09/09/2010.