

**INSTITUTO VALE DO CRICARÉ  
FACULDADE VALE DO CRICARÉ  
BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**JOICE NUNES CÉZAR  
NARON GUIMARÃES CAMPOLINA  
YANA SANTOS BARRETO**

**A CONTABILIDADE NA GESTÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, DO  
RAMO DE VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE SÃO  
MATEUS - ES**

**SÃO MATEUS  
2019**

**JOICE NUNES CÉZAR  
NARON GUIMARÃES CAMPOLINA  
YANA SANTOS BARRETO**

**A CONTABILIDADE NA GESTÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, DO  
RAMO DE VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE SÃO  
MATEUS - ES**

Trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, na Faculdade Vale do Cricaré  
Orientador: Prof<sup>a</sup>. Me. Jussara Plácido Rangel Pereira.

**SÃO MATEUS  
2019**

**JOICE NUNES CÉZAR  
NARON GUIMARÃES CAMPOLINA  
YANA SANTOS BARRETO**

**A CONTABILIDADE NA GESTÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, DO  
RAMO DE VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE SÃO  
MATEUS - ES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Contabilidade.

Aprovado em 05 de dezembro de 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**PROF. JUSSARA PLACIDO RANGEL PEREIRA  
FACULDADE VALE DO CRICARÉ  
ORIENTADOR**

---

**PROF. JOSÉ MARIA FERREIRA  
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

---

**PROF. RHULLYANO BERNARDO MARTINS  
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

A nossas famílias e Deus.

“Juro que nós devíamos ser mais unidos: porque o Universo é tão grande que ultrapassa qualquer linha de horizonte. Se nós não nos amarmos estamos perdidos. É melhor nós nos encontrarmos em Deus”.

Clarice A. Lispector

## RESUMO

A presente pesquisa tem por objetivo demonstrar a importância de uma gestão eficiente para a sobrevivência das micro e pequenas empresas, apresentando e sugerindo práticas de contabilidade gerencial ao microempresário que possam vir a auxiliá-lo na administração e controle de seu negócio. A problemática a ser considerada é que muitos empreendedores não estão preparados e qualificados tecnicamente para administrar uma empresa. A metodologia empregada para elaboração desse estudo, refere-se a pesquisa bibliográfica, com base em livros da área de Administração, Contabilidade Gerencial e Empreendedorismo, bem como em dados via Internet através do site do Sebrae e pesquisa de campo diretamente com o empresário, e teve como resultado a constatação de que os maiores motivos pelos quais levam as micro e pequenas empresas à decretarem falência é a falta de gestão administrativa, gestão financeira e um planejamento adequado. Portanto, torna-se necessário que o microempresário conheça conceitos e ferramentas administrativas e contábeis, bem como saber a maneira apropriada para utilizá-las, a fim de que sejam capazes de gerir seu negócio e consigam continuar em atividade no mercado.

**Palavras-chave:** Administração. Falência. Microempresário. Negócio. Sobrevivência. Gerencial.

## **ABSTRACT**

This research aims to demonstrate the importance of efficient management for the survival of micro and small enterprises, presenting and suggesting management accounting practices to microentrepreneurs that may help it in administration and control of your business. The problem to consider is that many entrepreneurs are not technically prepared and technically qualified to run a company. The methodology used to elaborate this study refers to bibliographic research, based on books in the area of Administration, Management Accounting and Entrepreneurship, as well as data via the Internet through the Sebrae website and field research directly with the entrepreneur, and resulted in the finding that the biggest reasons why micro and small companies lead to bankruptcy is the lack of administrative management, financial management and adequate planning. Therefore, it is necessary for the microentrepreneur to know concepts and tools about administrative and accounting, as well as know the appropriate way to use them, so that they are able to manage their business and be able to continue in activity in the Market.

**Keywords:** Administration. Bankruptcy. Micro entrepreneur. Business. Survival. Managerial.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Exemplo de balanço patrimonial.....	17
Tabela 2 – Exemplo de uma demonstração do resultado do exercício...19	
Tabela 3 – Demonstração de fluxo de caixa.....	39
Tabela 4 – Demonstração custo variável.....	42

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Faixa etária dos empresários.....	46
Gráfico 2 – Sexo.....	46
Gráfico 3 – Conhecimento acerca da Contabilidade.....	47
Gráfico 4 – Utilização da Contabilidade pelos empresários.....	47
Gráfico 5 – Conhecimento sobre o porte da empresa.....	48
Gráfico 6 – Os portes empresariais.....	48
Gráfico 7 – Conhecimento sobre Contabilidade Gerencial.....	49
Gráfico 8 – Custo da Mercadoria Vendida (CMV).....	49
Gráfico 9 – Formação do preço de venda.....	50
Gráfico 10 – Funcionários.....	50
Gráfico 11 – Pagamento dos impostos.....	51
Gráfico 12 – Viabilidade de negócio.....	52
Gráfico 13 – Planejamento.....	52
Gráfico 14 – Separação de despesas da empresa e despesas Pessoais.....	53

## LISTA DE SIGLAS

CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
COFINS	Contribuição para Financiamento da Seguridade Social
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CMV	Custo da Mercadoria Vendida
CSLL	Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido
DAS	Documento de Arrecadação do Simples Nacional
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
EPP	Empresa de Pequeno Porte
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPI	Imposto sobre Produtos Industrializados
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
MPE	Micro e Pequenas Empresas
NPC	Norma e Procedimento de Contabilidade
PN	Plano de Negócio
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
IBRACON	Instituto dos Auditores Independentes do Brasil

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>1. CONTABILIDADE PARA NÃO CONTADORES</b> .....	<b>15</b>
1.1 CONCEITUAÇÃO DE CONTABILIDADE .....	16
1.2 INTRODUÇÃO AO BALANÇO PATRIMONIAL .....	17
1.3 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO .....	18
1.4 PRINCÍPIOS BÁSICOS DA CONTABILIDADE .....	20
<b>2. MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE</b> .....	<b>23</b>
2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) .....	23
2.2 MICROEMPRESA (ME) .....	24
2.3 EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP) .....	25
2.4 DECISÃO .....	25
<b>3. O PLANEJAMENTO, PLANO DE NEGÓCIO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO</b> .....	<b>27</b>
3.1 PLANEJAMENTO .....	27
3.2 PLANO DE NEGÓCIO .....	28
3.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO .....	29
<b>3.3.1 Estratégia</b> .....	<b>29</b>
<b>3.3.2 Planejamento Estratégico</b> .....	<b>30</b>
<b>4. EMPREGABILIDADE</b> .....	<b>32</b>
<b>5. CONTABILIDADE GERENCIAL</b> .....	<b>34</b>
5.1 CUSTOS E DESPESAS .....	35
5.2 IMPORTANCIA DO CAPITAL DE GIRO E FLUXO DE CAIXA PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS .....	37
<b>5.2.1 Capital de Giro</b> .....	<b>37</b>
<b>5.2.2 Fluxo de Caixa</b> .....	<b>37</b>
5.2.2.1 Aplicabilidade do fluxo de caixa .....	38
5.3 PREÇO DE VENDA .....	39
<b>5.3.1 Fatores básicos que devem ser analisados na formação do preço de venda</b> .....	<b>40</b>
<b>5.3.2 Mark-up</b> .....	<b>41</b>
5.3.2.1 Exemplificação da formação do preço de venda com o Mark-up .....	42

<b>6 PESQUISA DE CAMPO.....</b>	<b>44</b>
6.1 RESULTADO DA PESQUISA .....	45
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>56</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>60</b>

## INTRODUÇÃO

A contabilidade como um todo é fundamental para a gestão de qualquer tipo de empreendimento, visto que um profissional contábil fornece aos proprietários informações e aspectos importantes da saúde financeira de seus negócios. Uma melhor organização e estruturação da vida financeira dessas empresas são benefícios proporcionados através da contabilidade e suas ramificações.

A aplicação de uma gestão mais profissional, um controle e planejamento são de extrema importância para se elevar a saúde financeira e organizacional de uma empresa. Considerando-se, que a sobrevivência e prosperidade das Micro e Pequenas Empresas (MPE's), influenciaria consideravelmente nas taxas de desemprego, já que são responsáveis por 40% da massa salarial brasileira.

Dentro do município de São Mateus as MPE's representam 94,62% das empregadoras de mão de obra. Levando em consideração os dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), tendo como base a quantidade de empresas registradas no município estão distribuídas da seguinte forma: 7.327 como Microempreendedor Individual (MEI), 3.575 como Microempresa (ME), 386 como Empresa de Pequeno Porte (EPP), quanto aos 5,38% restante, representam um total de 642 demais empresas.

Apesar dos números, essas empresas enfrentam um problema muito grande tratando-se de sobrevivência. A falta de gestão financeira é o pior ponto, pois esses novos empresários não possuem, na maioria dos casos, nenhuma noção de gestão, controle, planejamento, não separam suas despesas pessoais das despesas do empreendimento, não sabem formar o seu preço de venda, não procuram um profissional contábil para auxiliar na gestão do empreendimento, entre outros pontos que são de extrema importância para a sobrevivência das mesmas.

De acordo com pesquisas do SEBRAE, apontam que a cada 100 MPE's iniciadas no Brasil, 73 continuam em atividade após os primeiros dois anos de abertura, em contrapartida, 26,9% não sobrevivem aos próximos 03 (três) anos.

Perante isso o presente trabalho visa estudar e pesquisar sobre a contabilidade na gestão das micro e pequenas empresas, do ramo de vestuário e acessórios, localizadas no bairro centro em São Mateus – ES. Visando dessa forma,

conhecer melhor sobre os pequenos empresários e sua gestão diante das adversidades do dia a dia.

Nesse sentido, presente estudo visa contribuir para o desenvolvimento das MPE's do município de São Mateus, com o intuito de fornecer ao empresário uma base para melhor aplicabilidade da contabilidade gerencial, de forma que contribua com a longevidade dessas pequenas organizações.

Diante da alta taxa de mortalidade que essas empresas apresentam, quais seriam as ferramentas de gestão básicas que as micro e pequenas empresas do município de São Mateus podem adotar para melhorar o desenvolvimento de seu negócio e conseqüentemente aumentar a sua longevidade no mercado?

O propósito dessa pesquisa é apresentar a contabilidade básica e algumas técnicas de contabilidade gerencial, visando dessa forma, contribuir para a prosperidade das micro e pequenas empresas. Para alcançarmos nosso objetivo final propomos alguns objetivos específicos, sendo eles: desenvolver uma pesquisa de campo, com o intuito de medir o nível de conhecimento que o empresário possui em relação a gestão de seu negócio, expor quais são as diferenças entre os portes de microempresa (ME), empresa de pequeno porte (EPP) e microempresa individual (MEI), evidenciar a definição da contabilidade básica voltada para não contadores, de forma que qualquer leigo possa entender e descrever a importância da contabilidade gerencial voltada aos micros e pequenos empresários e descrever o conceito de planejamento e a sua importância para longevidade das micros e pequenas empresas, e apresentar a influência que uma MPE gera diante das taxas de empregabilidade.

Em decorrência, optou-se por realizar o procedimento metodológico dentro de uma abordagem qualitativa baseado em uma pesquisa bibliográfica, através da análise de textos diversos (livros, artigos científicos, periódicos e informativos) e de uma pesquisa de campo, realizada através de questionários entregues aos empresários do comércio varejista de vestuário e acessórios localizados no bairro Centro, em São Mateus, que sustentam a base deste estudo.

Para maior compreensão do tema apresentado, dividiu-se este trabalho de conclusão de curso em seis capítulos. O Primeiro abordará sobre a contabilidade para não contadores, no qual é apresentado a conceituação de contabilidade, destacando sua importância para o micro e pequeno empresário, bem como os dois relatórios essenciais para a gestão de seu negócio.

No segundo capítulo falaremos a respeito dos três tipos portes empresariais, conceituando e diferenciando-os e informando características e limites de cada um.

No Terceiro, discutiremos o planejamento como uma ferramenta fundamental, pois, o gestor a partir desse instrumento administrativo, conseguiria ter uma visão melhor e mais clara de sua empresa, bem como do mercado, conhecendo os pontos positivos e negativos da organização, indicando também as oportunidades e desafios de sua área de atuação, proporcionando até mesmo realização de investimentos com mais confiança.

No quarto capítulo, discorreremos sobre a empregabilidade e os impactos positivos proporcionados pelas MPE's através da longevidade e a manutenção das mesmas e criação de novos pequenos negócios ocasionados pelo empreendedorismo.

A apresentação sobre a Contabilidade Gerencial, seus conceitos básicos e demais ramificações aplicáveis ao micro e pequeno empreendedor para auxílio na gestão e tomada de decisão em relação ao seu negócio são assuntos que abordaremos no quinto e último capítulo.

# 1 CONTABILIDADE PARA NÃO CONTADORES

Seja qual for o porte da empresa e seu ramo de atuação, seu crescimento e sucesso dependerá de quanto os profissionais que se encontram à sua frente estão preparados para administrar e utilizar as ferramentas disponíveis para auxílio nas tomadas de decisões.

Por conseguinte, um dos objetivos deste trabalho é buscar fornecer uma base de conhecimento adequada sobre a Contabilidade e suas ferramentas básicas para que os gestores dessas MPE's possam manter e, conseqüentemente, desenvolver seu negócio.

Conforme Ferronato (2015, p. 29), “aqueles que militam na carreira de gestor dos menores negócios carecem de claras e consistentes noções sobre contabilidade, finanças e gestão empresarial”. Nesta visão, a procura por qualificação para gestão torna-se uma responsabilidade para o empresário que almeja sucesso.

Dito isto, a Contabilidade é um ramo importante e que não pode ser deixado de lado na gestão de uma empresa, desempenhando uma função imprescindível que é a coleta dados e transformação dos mesmos em relatórios contábeis contendo informações claras e precisas, sendo um apoio para aqueles que não exercem essa atividade ou que são leigos no assunto, mas, que necessitam entender essas informações, principalmente para a tomada de decisão.

Marion (1998, p. 24) afirma que “contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para tomada de decisões dentro e fora da empresa. Ela é muito antiga e sempre existiu para auxiliar as pessoas a tomarem decisões”. Sendo assim, a contabilidade organiza essas as informações necessárias de forma com que sejam transformadas em relatórios que serão bases confiáveis para que o gestor possa ter segurança ao adotar certas atitudes.

Diariamente o empresário depara-se com situações em que é exigida uma tomada de decisão rápida e correta. Do contrário, isso pode ter impactos, muitas das vezes, negativas em seu negócio.

De acordo com Ludícibus e Marion (2011, p.1), “frequentemente, os responsáveis pela administração estão tomando decisões, quase todas importantes, vitais para o sucesso do negócio. ”

Portanto, percebe-se que as probabilidades de obter resultados positivos em uma empresa são reduzidas significativamente quando seus administradores e gestores são profissionais preparados.

## 1.1 CONCEITUAÇÃO DE CONTABILIDADE

A Contabilidade pode ser definida como uma ciência social aplicada, na qual seu principal objetivo é o controle do patrimônio de uma entidade.

Padoveze (2018, p. 3) assim afirma "podemos definir Contabilidade como o sistema de informação que controla o patrimônio de uma entidade." Sendo que o referido controle é realizado por meio da coleta e transformação dos dados que afetam o patrimônio.

O patrimônio de uma entidade engloba todos seus bens, direitos e obrigações. Numa empresa, por exemplo, seus bens podem ser classificados como um terreno, onde o mesmo está em nome da empresa. Seus direitos como uma duplicata a receber de um cliente. E uma obrigação, que pode ser um fornecedor a pagar.

Gouveia (2001, p. 01) define contabilidade como:

[...] um sistema muito bem idealizado que permite registrar as transações de uma entidade que possam ser expressas em termos monetários, e informar os reflexos dessas transações na situação econômico-financeira dessa entidade em uma determinada data.

Fabretti (2003, p. 30) afirma que:

Contabilidade é a ciência que estuda, registra e controla o patrimônio e as mutações que nele operam os atos e fatos administrativos, demonstrando no final de cada exercício social o resultado obtido e situação econômico-financeira da entidade.

A contabilidade registra toda movimentação de uma entidade, transformando esses dados em relatórios e os apresenta a todos os interessados na situação atual da organização.

Marion (2009, p.28) reforça, "a contabilidade não deve ser feita visando basicamente atender às exigências do governo, mas, o que é muito mais importante, auxiliar as pessoas a tomarem decisões".

Diante das afirmações dos autores da área, observa-se que a contabilidade é um tema importante e não pode ser esquecida pelo empresário, que é a parte mais

interessada nos bons resultados do empreendimento. Uma vez que o pequeno empresário deixa de buscar conhecimento para a melhoria de seu negócio, ele automaticamente deixa de evoluir, causando até mesmo a insolvência de seu estabelecimento.

## 1.2 INTRODUÇÃO AO BALANÇO PATRIMONIAL

Um dos principais relatórios contábeis existentes é o Balanço Patrimonial. Pode-se afirmar que o mesmo é um retrato da empresa em uma data fixa. Geralmente, ao final do exercício (ano).

Conforme afirma Iudícibus e Marion (2011, p. 15), “o balanço patrimonial reflete a posição financeira em determinado momento (normalmente, no fim do ano) de uma empresa.” Sendo assim, o referido relatório não interessa tão somente à administração e os gerentes de uma empresa, mas também à bancos, fornecedores, clientes, entre outros.

O Balanço Patrimonial é formado pelo conjunto do Ativo (bens e direitos), Passivo (Passivo Exigível e Patrimônio Líquido).

Nesse sentido, Padoveze (2018 ,p.7 ) afirma:

O conjunto do Ativo e Passivo denominamos BALANÇO PATRIMONIAL. O nome Balanço vem da ideia de equilíbrio entre Ativo e Passivo. Assim, o Ativo compreende os bens e direitos, e o Passivo compreende as obrigações e o Patrimônio Líquido.

A seguir, segue um exemplo simplificado de como seria um Balanço Patrimonial:

Tabela 1 – Exemplo de Balanço Patrimonial.

<b>Balanço Patrimonial da Empresa X em 31/12/20XX</b>			
Ativo		Passivo	
Caixa	5.000,00	Fornecedores	2.700,00
Banco	7.000,00	Salários a Pagar	4.300,00
		Patrimônio Líquido	
		Capital Social	5.000,00
<b>Total</b>	<b>12.000,00</b>	<b>Total</b>	<b>12.000,00</b>

Os bens e direitos de uma empresa formam seu Ativo. Em um Balanço Patrimonial, é representado ao lado esquerdo. Têm como principais contas: o Caixa, Banco, Clientes, Imobilizado (veículos, terreno, edificações, etc.).

Figurando ao lado direito do Balanço Patrimonial, o Passivo é constituído pelo Passivo Exigível e o Patrimônio Líquido.

Pode-se definir o Passivo Exigível como sendo todas as obrigações que a empresa possui com terceiros. Têm-se como exemplos de contas do Passivo: fornecedores a pagar, salários a pagar, impostos a pagar, etc.

O Ativo pode ser classificado como a aplicação dos recursos financeiros na empresa e o Passivo como a origem desses recursos.

De acordo com Padoveze (2018, p. 10), “o Ativo representa todas as aplicações de recursos dentro da empresa, enquanto o Passivo representa todas as origens (fontes) de recursos que entraram na empresa.”

O Patrimônio Líquido (PL) demonstra os recursos empregados no negócio por seus proprietários (Iudícibus e Marion, 2011).

Logo, o PL pode ser representado pelo resultado da soma dos bens e direitos (Ativo) diminuídos das obrigações (Passivo Exigível).

Segundo Padoveze (2018, p.5), “define-se Patrimônio Líquido como a resultante aritmética do somatório dos bens e direitos (elementos patrimoniais positivos) diminuída do somatório das obrigações (elementos patrimoniais negativos).

Diante disso, é imprescindível para o pequeno empresário juntamente com a contabilidade, estar ciente da movimentação e crescimento de seu patrimônio líquido, pois entendendo o seu quadro financeiro e seu desempenho se tornará mais fácil tomar uma decisão sobre possíveis investimentos.

### 1.3 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Juntamente com o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um relatório extremamente importante onde é evidenciado o resultado da empresa em certo período, computando todas as operações realizadas pela empresa neste tempo.

Conforme afirma Iudícibus et. al (2017, p. 177), “a Contabilidade, com os dois relatórios, Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado o Exercício, um

completando o outro, atinge a finalidade de mostrar a situação patrimonial e financeira da empresa.”

Neste sentido, observa-se que é imprescindível que o microempreendedor tenha um conhecimento, ainda que básico, sobre os relatórios contábeis e como interpretar os mesmos, a fim de informar-se da situação em que sua empresa se encontra.

Assim como dito a respeito do Balanço Patrimonial, a DRE também é de interesse de usuários externos (bancos, fornecedores, etc.), onde os mesmos podem obter dados e realizar avaliações em relação ao negócio.

Diante disso, Ludícibus et. al (2017,p.177) assegura:

Com os dois relatórios, qualquer pessoa interessada nos negócios da empresa tem condições de obter informações, fazer análises, estimar variações, tirar conclusões de ordem patrimonial e econômico-financeira, traçar novos rumos para futuras transações e, para tanto, é só praticar adequada técnica de Análise e Interpretação de Balanços e outros processos fornecidos pela Contabilidade.

No tocante, vale ressaltar ainda que, partindo do pressuposto que a DRE retrata a real posição financeira da empresa, torna-se possível a tomada de decisões mais assertivas e confiáveis que poderão auxiliar a gestão na diminuição de gastos e otimização das receitas.

A seguir, uma DRE simplificada de uma empresa:

**Tabela 2 - Exemplo de uma demonstração do resultado do exercício.**  
**Demonstração do Resultado do Exercício da Empresa X em**  
**31/12/20XX**

Receita Bruta	70.000,00
(-) Impostos incidentes sobre a venda	(4.500,00)
(=) Receita Líquida	65.500,00
(-) Custo das Mercadorias Vendidas (CMV)	(30.000,00)
(=) Lucro Bruto	35.500,00
(-) Despesas com Vendas	(6.000,00)
(-) Despesas Gerais e Administrativas	(3.000,00)
(+) Receitas Financeiras	1.300,00
(-) Despesas Financeiras	(500,00)
<b>(=) Lucro/Prejuízo Operacional</b>	<b>27.300,00</b>

Observa-se que dentro de uma DRE, é apresentada a receita bruta da empresa onde a mesma é deduzida dos impostos gerados nas vendas, despesas incorridas e do custo das mercadorias vendidas (CMV) no determinado período. No entanto, destaca-se que o modelo de DRE a ser realizada numa empresa pode variar conforme seu ramo de atuação.

A receita bruta compreende o total das vendas de mercadorias efetivadas pela empresa, independente do momento do recebimento pelo seu pagamento.

Segundo Ludícibus et al. (2017, p. 65), “entende-se por receita a entrada de elementos para o ativo, sob a forma de dinheiro ou direitos a receber, correspondentes, normalmente, à venda de mercadorias, de produtos ou à prestação de serviços.”

O custo da mercadoria vendida é o valor relativo ao bem que foi adquirido pela empresa para revenda.

Padoveze (2018, p. 72) reafirma que o CMV “refere-se exclusivamente às empresas comerciais, que revendem as mercadorias da mesma forma que recebem dos fornecedores, sem alteração de sua constituição.”

As despesas deduzidas englobam todas aquelas que foram necessárias para a disposição da mercadoria no mercado.

Por conseguinte, Padoveze (2018, p. 73) ressalta:

As despesas mais comuns, além dos salários e encargos com mão de obra, são: energia elétrica, serviços de terceiros, viagens, despesas com veículos, comissões, manutenção dos prédios e equipamentos, materiais de expediente, despesas com comunicações, jornais, entidades de classe etc.

Posteriormente, obtêm-se o resultado da empresa no determinado período, sendo o mesmo lucro ou prejuízo. Logo, o presente resultado reflete o valor líquido das receitas, custos e despesas relevantes de que a empresa se desfez durante o exercício das demonstrações contábeis (PADOVEZE, 2018).

Constate-se a partir de então que a DRE é um dos relatórios mais importantes onde, são obtidos dados capazes de evidenciar quanto a empresa tem sido rentável ou não. Podendo, o empresário ter a capacidade de analisar os resultados do seu negócio, sendo primordial para a empresa que busca uma boa gestão.

## 1.4 PRINCÍPIOS BÁSICOS DA CONTABILIDADE

Diante de inúmeros instrumentos para o registro de todos os fatos que venham a afetar o patrimônio de uma empresa, tornou-se necessário a adequação de qual seria a melhor forma de se realizar tais registros. Desse modo, os princípios contábeis surgem como normas que visam a padronização, estruturação e escrituração da Contabilidade.

O Conselho Federal de Contabilidade, por meio do artigo 2º da Resolução CFC nº 750/93, atualizada pela Resolução CFC nº 1282/10, norteia que os princípios fundamentais de contabilidade:

[...]representam a essência das doutrinas e teorias relativas à Ciência da Contabilidade, consoante o entendimento predominante nos universos científico e profissional de nosso País. Concernem, pois, à Contabilidade no seu sentido mais amplo de ciência social, cujo objeto é o patrimônio das entidades.

Dito isso, a Contabilidade possui seis princípios, sendo eles: o Princípio da Entidade, da Competência, da Continuidade, da Oportunidade, da Prudência e do Registro pelo Valor Original.

Tendo em vista que o presente trabalho se propõe em apresentar técnicas e ferramentas que serão úteis e aplicáveis ao cotidiano do empresário, serão abordados dois dos seis princípios que são fundamentais para o mesmo no que tange a administração e gerência da empresa: o princípio da entidade e da competência.

O artigo 4º resolução CFC nº 750/93 dispõe que:

O Princípio da ENTIDADE reconhece o Patrimônio como objeto da Contabilidade e afirma a autonomia patrimonial, a necessidade da diferenciação de um Patrimônio particular no universo dos patrimônios existentes, independentemente de pertencer a uma pessoa, um conjunto de pessoas, uma sociedade ou instituição de qualquer natureza ou finalidade, com ou sem fins lucrativos. Por consequência, nesta acepção, o Patrimônio não se confunde com aqueles dos seus sócios ou proprietários, no caso de sociedade ou instituição.

Este princípio estabelece que o patrimônio da empresa não pode ser confundido com o patrimônio dos membros da mesma. Ou seja, deve haver a separação de o que é da empresa e o que é do empresário. Os dois jamais podem ser misturados.

Padoveze (2018, p. 120) destaca ainda “em outras palavras, a escrituração de uma empresa tem de ser completamente dissociada da escrituração de seus proprietários.”

Torna-se necessário salientar que este princípio é levemente menosprezado pelo empresário, principalmente no que se diz respeito às micro e pequenas empresas, onde muitas vezes são, por exemplo, constituídas por famílias, encontrando as mesmas bastante dificuldade na segregação desses patrimônios.

Já o princípio da Competência fundamenta que as receitas e as despesas da empresa precisam ser compreendidas na apuração do resultado no período em que ocorrerem, independentemente de seu recebimento ou pagamento.

O artigo 9º através da Resolução nº 750/93 afirma que:

O Princípio da Competência determina que os efeitos das transações e outros eventos sejam reconhecidos nos períodos a que se referem, independentemente do recebimento ou pagamento. Parágrafo único. O Princípio da Competência pressupõe a simultaneidade da confrontação de receitas e de despesas correlatas.

Exemplificando, uma venda de mercadoria efetuada pela empresa no mês de janeiro, onde o recebimento dessa venda pelo seu cliente se dê no mês de fevereiro, será contabilizada no mês de janeiro, que foi o momento em que a receita ocorreu. Por outro lado, considera-se uma despesa incorrida a partir do instante que o bem ou serviço é consumido. O aluguel do mês de janeiro, que será liquidado no mês subsequente, terá de ser contabilizado como uma despesa no mês de janeiro.

A prática desse princípio, reconhecendo as receitas e despesas no real momento em que acontecerem, permite com que a empresa, bem como a administração, organize-se de uma melhor forma, tendo em mente que possuindo informações confiáveis, a tomada de decisões será mais assertiva e benéfica para o gerenciamento e desenvolvimento da entidade.

## **2 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL, MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

A partir da decisão de se tornar um empreendedor e resolver abrir o seu próprio negócio, surge à necessidade de conhecer termos técnicos sobre o tipo e o tamanho que a nova empresa terá. É necessário que empresário escolha a categoria de empresa que ele quer ter, qual o faturamento anual de seu negócio, o quanto de impostos ele pagará, quais serão suas obrigações mensalmente, quais os custos com funcionários, entre outras variáveis. Será nesse ponto que ele começará a se organizar financeiramente para realizar o investimento necessário.

A empresa é a unidade econômica organizada, que, combinando capital e trabalho, produz ou faz circular bens ou presta serviços, com finalidade de lucro. Adquire personalidade jurídica pela inscrição de seus atos constitutivos no órgão de registro próprio, adquirindo dessa forma capacidade jurídica para assumir direitos e obrigações. A empresa deve ter sua sede, ou seja, deve ter um domicílio, local onde exercerá seus direitos e responderá por suas obrigações. (FABRETTI, 2003, p.36).

É essencial ter conhecimento sobre tudo que se relacionará com sua empresa, como por exemplo, o tipo de porte que precisará optar para dar início ao seu investimento. Se tratando de MPEs, existem três formas, sendo Microempreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME), Empresa de Pequeno Porte (EPP), falaremos mais adiante sobre cada uma dessas modalidades, é importante que o pequeno empresário conheça, pelo menos de forma básica, cada um deles antes de tomar sua decisão.

### **2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)**

O primeiro tipo de porte é o Microempreendedor Individual (MEI), a opção pelo recolhimento dos impostos e contribuições integradas pelo Simples Nacional com valores fixos mensais e que só pode contratar apenas um colaborador e pagá-lo somente o teto da categoria. Essa forma de recolhimento foi regimentada pelo Comitê Gestor do Simples Nacional, o CGSN. O optante será um profissional autônomo, com facilidades com a abertura de conta bancária, no pedido de empréstimos e na emissão de notas fiscais, além de ter obrigações e direitos de uma pessoa jurídica.

Sendo empresário individual, poderá exercer uma das atividades econômicas previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 22 de maio de 2018, o qual relaciona todas as atividades permitidas ao MEI. Seu faturamento anual R\$ 81.000,00 e R\$ 6.750,00 por mês. O pagamento do imposto será recolhido mediante o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), o valor dependerá do tipo de atividade, sendo comércio ou indústria R\$ 49,90, ou R\$ 50,90, prestação de serviços R\$ 54,90 e comércio e serviços juntos R\$ 55,90.

Como já mencionado o MEI possui suas vantagens, sendo elas: o empresário terá direito a auxílio-maternidade, direito a afastamento remunerado por problemas de saúde, aposentadoria; ele será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais, tais como: Imposto de Renda, Programa de Integração Social (PIS), Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL), com CNPJ, poderá abrir conta em banco e ter acesso a crédito com juros mais baratos, pode ter endereço fixo para facilitar a conquista de novos clientes.

## 2.2 MICROEMPRESA (ME)

Considera-se ME aquelas empresas que possuem ou pretendem obter um faturamento anual de até R\$ 360 mil e podendo desta forma empregar até 20 colaboradores.

Para realizar seu registro, é indispensável optar entre uma das formas de tributação (Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido) e concretizar o registro em uma Junta Comercial.

Nesse porte, não há impedimentos para o desempenho de serviços, no entanto, é importante ter o controle do faturamento a partir da elaboração e controle do fluxo de caixa. Se o lucro ultrapassar o limite para ME, o contrato social deve ser alterado, mudando também o regime de tributação do empreendimento. O empreendimento poderá optar por uma das quatro classes, sendo, sociedade simples, EIRELI, sociedade empresária e empresário.

Segundo Fabretti (2011, p.37), as médias empresas estão sujeitas, normalmente, a todos os tributos federais, estaduais e municipais incidentes em suas operações ou resultados.

O processo de abertura de uma ME é bem menos burocrático em relação às de modalidade maior, o sistema é simplificado. Se caso opte pelo regime simples nacional, que a partir da Lei Complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006, passou a vigorar o tratamento diferenciado as microempresas e empresas de pequeno porte, realizará o pagamento dos tributos federais, estaduais e municipais de forma unificada.

## 2.3 EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP)

A opção por esse porte é indicada para aqueles que pretendem ter um faturamento maior que R\$ 360 mil até o limite de R\$ 4,8 milhões anuais e que podem empregar até 100 pessoas.

Dispõe o § 1º do art. 3º da referida lei complementar nº 123 de 2006:

“1º considera-se receita bruta, para fins do disposto no caput deste artigo, o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.”

Da mesma forma que a ME, o titular de uma Empresa de Pequeno Porte deve formalizar o negócio em uma Junta Comercial, optando por um dos regimes tributários (Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido).

Sobre os benefícios de se optar por uma EPP, funciona da mesma forma que a ME, se caso optar pelo regime simples nacional, pois se trata da mesma Lei complementar nº 123 de 2006, que abrange sobre simplificação das exigências voltadas para a microempresa e empresas de pequeno porte e a unificação dos tributos federais, estaduais e municipais em um único documento de arrecadação.

## 2.4 DECISÃO

Definir se o negócio será MEI, empresa de médio ou grande porte, uma ME ou uma EPP, exige ajuda de um profissional contábil. De acordo com Ferronato (2015, pg. 116), define contabilidade como “instrumento de informações úteis para a gestão das empresas menores, sublinhando o seu uso como suporte básico à tomada de decisão desde os mais distantes tempos”.

Identificamos um problema grande quando o assunto se trata de contabilidade, pois esses pequenos empresários na maioria das vezes não procuram esse tipo de serviço, não buscam uma consultoria na hora de desenvolver seu negócio.

Trata-se, pois de uma relação tumultuada e essa dicotomia provoca dúvidas e tensões entre ambos. Na verdade, parece-nos, os pequenos empresários nem mesmo compreendem direito sobre a relevância do trabalho e sobre o papel dos profissionais da contabilidade. (FERRONATO, 2015 pg. 43)

Não é possível dar início a atividade de empresário sem empresa, pois comumente os pequenos empresários optam por não participar do processo de definição do porte, deixando por conta do contabilista. A união entre contador e empreendedor se faz importante para levantar uma análise sobre as características específicas do empreendimento e assim receber uma orientação particularizada a respeito de seu negócio. A escolha errada pelo porte da empresa pode ocasionar algumas penalidades e até mesmo perdas de alguns benefícios.

É importante a participação do empresário no processo de abertura da empresa, pois ele passará a compreender melhor o seu tipo de negócio, todos os processos que envolvem esse ponto de partida inicial, os riscos e benefícios. Quanto mais munido de informações o empresário estiver, mais vantajoso será para o seu negócio.

## 3 O PLANEJAMENTO, PLANO DE NEGÓCIO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 3.1 PLANEJAMENTO

O planejamento é uma atividade característica do ser humano, pois mesmo de feito informal, estamos diariamente desenvolvendo um planejamento, que vai desde darmos uma espiada na janela para ver como está o tempo até escolhermos a uma roupa adequada de acordo com o mesmo.

O propósito do planejamento pode ser definido como o desenvolvimento de processos, técnicas e atitudes administrativas, as quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função dos objetivos empresariais que facilitarão a tomada de decisão no futuro, de modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz. (OLIVEIRA, p. 5, 2007).

Voltada para o âmbito empresarial, o planejamento é uma função administrativa que permitirá ao microempreendedor entender a realidade de sua empresa, ou seja, é a determinação com antecedência das ações que devem ser exercidas para tornar realidade o objetivo que se deseja alcançar.

O planejamento deve ser uma das primeiras tarefas a serem executadas pelo microempreendedor, visto que as demais ações são determinadas por ele. O ato de se planejar faz com que as coisas aconteçam de forma adequada dentro da empresa. Portanto, para que essa função administrativa venha a obter êxito, torna-se necessário um acompanhamento e avaliações frequentes dos resultados alcançados.

Empresas bem-sucedidas não funcionam através de improvisação. Tudo deve provir de medidas previamente estabelecidas. O planejamento vem a ser o método ao qual a empresa deve adotar para que, assim, possa alcançar seus objetivos à curto, médio e longo prazo. Em outras palavras, o planejamento é uma ferramenta administrativa que lida com o futuro (CHIAVENATO, 2014).

A existência de um planejamento é essencial para a tomada de decisões na empresa, rechaçando a ideia de que as soluções devam surgir somente ao se deparar com os problemas. Portanto, o planejamento torna-se uma ferramenta indispensável para que se possa tomar decisões mais precisas e em pouco tempo, minimizando consideravelmente os riscos de erros.

Em um mercado completamente dinâmico, as MPE's também devem ter uma visão e ambição de crescimento, e as constantes mudanças existentes fazem com que as empresas, seja ela de qualquer ramo ou tamanho, se adaptem rapidamente e continue operando.

Nenhuma organização é livre de mudança, assim todas devem planejar efetivamente para sobreviver e crescer. Quer envolvendo forças internas ou externas, o planejamento auxilia a organização a evitar ficar em situação crítica quando surge uma mudança em um desses dois ambientes. (KWASNICKA, 1995, p. 169)

Ao se ter um planejamento em mãos, essa dinamicidade torna-se quase que imperceptível, pois já se traçou o que fazer e como fazer, sem que isso altere os objetivos da empresa.

O mercado está preparado para gerir empresas de grandes portes, entretanto as pequenas empresas não suportam a mesma forma de titulação, muitas dessas MPE's não suportam o peso dessas exigências e acabam fechando suas portas.

Imposição unilateral pelas maiores empresas dos preços e dos prazos de pagamento e de recebimento; política equivocada de incentivos; excesso de exigências burocráticas; carência de informações gerenciais e parâmetros trabalhistas deficitários são alguns exemplos que podemos referir (FERRONATO, 2015, pág. 3).

Nesse sentido é importante o quesito planejamento, pois será através dele que uma pequena empresa conseguirá se organizar melhor financeiramente para ser capaz de andar em dia com suas obrigações e com o fisco.

## 3.2 PLANO DE NEGÓCIO

Um plano de negócio (PN) é um documento que descreve quais os objetivos de uma empresa e quais são os passos que devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo assim os riscos e as incertezas para o empresário e deve ser usado por todo e qualquer empreendedor que queira transformar o seu sonho em realidade.

Ele é um método de sustentação de uma ideia, através do qual o empreendedor obtém elementos para decidir se deve ou não iniciar um novo projeto. E quando o empreendedor começa escrevê-lo passa a ser possível entender e estabelecer quais são as melhores diretrizes que devem ser aplicadas ao seu negócio.

O desenvolvimento do plano de negócio conduz e obriga o empreendedor ou empresário a concentrar-se na análise-se do ambiente de negócios, nas estratégias, nas competências, na estrutura, na organização, nos investimentos e nos recursos necessários, bem como no estudo da viabilidade do modelo de negócio. (BERNARDI, 2008, p.4).

O PN é extremamente importante quando se trata da longevidade das micro e pequenas empresas, pois ele é uma ferramenta de gestão que se aplica tanto na abertura de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas mais maduras.

O plano de negócio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade, no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento de modelo e da estratégia de negócios. (BERNARDI, 2008, p. 4).

É uma prática administrativa para o empreendedor expor suas ideias e buscar novas informações sobre o ramo, os serviços, os produtos, os clientes, os fornecedores e principalmente sobre os fracos e fortes do seu empreendimento, esclarecendo assim a viabilidade sobre a perspectiva de êxito do seu negócio em relação às novas exigências do mercado.

### 3.3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

#### 3.3.1 Estratégia

A estratégia de uma empresa consiste em aglomerado de mudanças competitivas e abordagens comerciais que os gestores desempenham para almejar a melhor performance da empresa. Ela é basicamente um vasto e intenso plano de ação selecionado pela empresa, partindo de algumas premissas, para oferecer ganhos e vantagens em relação a situação em se encontra.

A estratégia é uma complicada escolha que envolve toda a organização e consiste em selecionar dentre várias hipóteses existentes qual deve ser escolhida a respeito dos aspectos internos e externos da organização e tomar decisões com base nesta opção. (CHIAVENATO E SAPIRO, 2016, p. 35)

Uma estratégia bem formulada, ajuda a absorver e alocar todos os recursos da organização de forma viável para antecipar-se as inúmeras mudanças ocorridas no mercado e circunstancialmente aos competidores capacitados, que disputam os

mesmos clientes e fornecedores, interferindo assim nos objetivos almejados pela empresa.

Thompson Jr e Strickland III (2000, p.1) afirmam, que “ a estratégia é o planejamento do jogo de gerencia para reforçar a posição da organização no mercado e promover a satisfação dos clientes e atingir os objetivos de desempenho.

A formulação de uma estratégia é primordial para melhorar a produtividade e os resultados da empresa, pois sem a estratégia um gestor não tem um rumo de antemão para seguir, não tem um mapa e não tem um plano de ação para produzir os resultados almejados. (THOMPSON JR E STRICKLAND III, 2000).

Neste sentido, a estratégia é o ponto de partida para a empresa conseguir o que almeja, buscando as melhores formas de se atingir os propósitos e potencializar os resultados.

### **3.3.2 Planejamento Estratégico**

O Planejamento Estratégico é uma das ferramentas mais importantes para auxiliar na tomada de decisão, pois é a partir dele que se toma a decisão do que dever ser feito, de como e por quem será feito. Ele é essencial dentro das grandes e pequenas empresas, pois na medida em que se traça os objetivos, as diretrizes e os planos de ação, terá como resultado vantagens sobre a concorrência e a sustentabilidade da empresa a longo prazo.

A cada dia que passa o mercado se torna mais competitivo e isso faz com que as empresas busquem meios para manter-se ativas no ramo das atividades que atuam. Levando em consideração a essa prerrogativa, o principal objetivo do planejamento estratégico é propiciar bases necessárias que permitam que estas empresas consigam navegar e permanecer dentro do seu contexto de negócio.

Para Chiavenato e Sapiro (2016, p. 35) o planejamento estratégico é um processo de formulação e execução de estratégias organizacionais para buscar a inserção da organização e de sua missão no ambiente onde ela atua.

O planejamento estratégico é uma forma de gestão muito importante e eficiente para qualquer tipo de empresa, ou seja, sendo grande ou pequena, é fundamental para a sobrevivência da empresa que o mesmo seja exercido de uma maneira lógica, tendo uma visão clara e coerente dos objetivos e de suas metas.

O planejamento estratégico é o processo administrativo que proporciona sustentação metodológica para se estabelecer a melhor direção a ser seguida pela empresa, visando ao otimizado grau de interação com os fatores externos, não controláveis e atuando de forma inovadora e diferenciada. (OLIVEIRA, 2007, p.17).

Percebe-se dessa forma, que mesmo que o planejamento estratégico seja utilizado mais por grandes corporações, ele é indicado a qualquer tipo de empresa, pois consiste basicamente em definir metas e objetivos que impulsionará as atividades da empresa e seu futuro.

## 4 EMPREGABILIDADE

Nosso país passou e continua passando por um momento muito crítico quando o assunto é economia e desemprego. Muitos cidadãos brasileiros perderam seus postos de trabalho principalmente em 2018, fazendo com que a economia do país declinasse da mesma forma.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o percentual de desemprego concluiu os três últimos meses de 2018 em 11,6%. Resultando em um saldo abaixo daquele apurado no terceiro trimestre (11,9%) e do apontado no mesmo período em 2017 (11,8%).

Diante dessa situação muitas pessoas se viram sem seu emprego, uma família para sustentar, dívidas e mais dívidas se acumulando. A alternativa do cidadão brasileiro foi empreender, criar algum tipo de negócio para sua subsistência.

Empreendedorismo sempre existiu, não sendo um tema novo e nem atual, surgindo desde a primeira ação do homem, com o objetivo de melhorar e facilitar as relações.

As pessoas passaram a buscar uma forma de gerar sustento, pagar suas dívidas e sustentar suas famílias e viram o empreendedorismo como uma alternativa mais rápida. Mas o empreendedorismo não surge somente a partir de necessidades extremas, não podemos deixar de mencionar que o empreendedorismo também surge de forma planejada.

A área do empreendedorismo começa com sonhos, quando uma ou mais pessoas formula uma ideia criativa ou inovadora, ou pelo reconhecimento de uma oportunidade potencialmente útil e economicamente viável, passa pela reunião de recursos e avança com a fundação de uma empresa que, inexoravelmente, começa pequena. (FERRONATO, 2015, pg. 59)

Observamos que empreender gera emprego para quem investe, o indivíduo passa a ser seu próprio funcionário. Existem situações em que o negócio evolui de forma tão positiva, que passa a ser necessário contratar pessoal para auxiliar nas tarefas do novo empreendimento e notamos que as MPES passam a gerar emprego e renda para outras pessoas também.

De acordo com levantamentos realizados pelo SEBRAE, baseando-se no cadastro geral de empregados e desempregados (CAGED) do Ministério da Economia, os pequenos negócios geraram nos quatro primeiros meses de 2019 quase 300 mil novos postos de trabalho.

Dados do ano de 2019 mostram que as MPE's são as maiores geradoras de emprego no país. Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego, os pequenos negócios foram responsáveis pela geração de 47,4 mil empregos no país em março. Correspondendo a 84% do total de postos criados no mês, que ficou em 56,1 mil, enquanto as médias e grandes empresas empregaram 5 mil pessoas e a administração pública, 3,6 mil.

No cenário econômico brasileiro, é inegável a importância das MPEs para o desenvolvimento nacional no âmbito da geração de empregos e renda em uma situação caracterizada pela concentração e pela centralização do capital. (CALIXTRE, 2012, p.10).

De acordo com o IBGE, pequenos negócios já empregam mais da metade dos trabalhadores no país. Têm-se tantos fatos que comprovam a relação importantíssima das pequenas empresas com o mercado de trabalho, ficando evidente o quanto elas são responsáveis por promoverem a maior parte do desenvolvimento econômico e social no país e redução das desigualdades.

## 5 CONTABILIDADE GERENCIAL

A contabilidade gerencial pode ser definida como a utilização de técnicas e procedimentos contábeis capazes de identificar, mensurar, analisar e transformar as informações necessárias à administração para que as mesmas auxiliem os gestores nas tomadas de decisões.

Padoveze (2012, p.11) afirma:

A Contabilidade Gerencial é necessária para qualquer entidade. O foco são os usuários internos em quaisquer níveis da administração que necessitam de informações contábeis para o processo de planejamento e controle das operações e a tomada de decisão.

Ferramenta indispensável para aqueles empresários que almejam o sucesso e desenvolvimento de seu negócio, a contabilidade gerencial proporciona subsídios para que a administração determine qual o melhor caminho para a empresa.

Ferronato (2015, p.29) reforça:

Não se pode perder de vista que o conhecimento gerencial é condicionante vital para o êxito da corporação de pequena monta. Para viabilizar sobrevivência e prosperidade sobre os negócios menores, mesmo que a titulação acadêmica não seja fundamental, o proprietário-gestor que negligenciar a procura por formação teórica e técnica está abandonando um ingrediente poderoso que sem dúvida potencializa a microempresa.

De fato, é notável a importância da utilização da contabilidade gerencial como instrumento de gestão empresarial, independentemente do tamanho da empresa. Portanto, a constante busca por conhecimento é requisito para que se tenha resultados positivos.

De acordo com Ferronato (2015, p. 40) “a boa gestão é um dos fatores que induz a resultados positivos. Nessa linha de raciocínio, o vetor do conhecimento é um diferencial competitivo de destaque para o alongamento da vida de qualquer organização”.

Em contrapartida, o empresário que ignora as ferramentas contábeis e não procura conhecimento vislumbrando possível crescimento da empresa, sucumbirá em pouco tempo diante às dificuldades do mercado, principalmente quando se tratam de pequenas e médias empresas, onde pode haver a concorrência de grandes empresas.

Conforme Ferronato (2015, p. 39), “a realidade contemporânea revela que o número de empresas fracassadas do saber gerencial é muito grande”.

Ainda segundo Ferronato (2015, p.31) “os pequenos gestores não estão nas melhores posições para avaliar sozinhos o desempenho de seus negócios. A obstinação e a convicção de sucesso exagerados são a prova mais evidente dessa postura”.

A má gerência de uma empresa é consequência de se ter em mente apenas o suposto “lucro” que a mesma pode vir a proporcionar aos seus proprietários. Realizar uma boa gestão de uma empresa vai além. Requer conhecer os desafios e obstáculos que estarão presentes e saber quais ferramentas utilizar para que os mesmos sejam minimizados.

Ludícibus e Marion (2011, p. 2) sustentam:

Observamos com certa frequência que 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 estes que, sem dúvida, contribuem para debilitar a empresa. Entretanto, descendo a fundo nas nossas investigações, constatamos que, muitas vezes, a “célula cancerosa” não repousa naquelas críticas, mas na má gerência, nas decisões tomadas sem respaldo, sem dados confiáveis. Por fim observamos, nesses casos, uma contabilidade irreal, distorcida, consequência de ter sido elaborada única e exclusivamente para atender as exigências fiscais.

A utilização da contabilidade gerencial como método para afastar as dificuldades e as crises, proporciona melhores opções em relação à otimização das operações e redução dos custos, sendo estas medidas decisivas para manter a longevidade e competitividade da empresa no mercado.

Consoante, Ferronato (2015, p. 3) ressalta que “à microempresa não basta apenas sobreviver, será preciso vislumbrar-se alguma probabilidade de crescimento. Caso contrário, inexistindo perspectiva de evolução, pouco atrativa será a aplicação de recursos nesses negócios”.

As pequenas e médias empresas não podem se contentar apenas à liquidação de seus custos e despesas, e ao final auferir algum lucro. É preciso objetivar o crescimento. De outro modo, a mesma não será considerada um investimento viável.

## 5.1 CUSTOS E DESPESAS

Define-se custo como gasto relativo a bens ou serviços utilizados para que a empresa possa ofertar outros bens ou serviços. Em outras palavras, e voltando para

o lado das empresas comerciais, seria basicamente o que a empresa gasta para que sua mercadoria adquirida para revenda seja ofertada à seu cliente.

A Norma e Procedimento de Contabilidade (NPC) 2 do Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (IBRACON), define:

Custo é a soma dos gastos incorridos e necessários para a aquisição, conversão e outros procedimentos necessários para trazer os estoques à sua condição e localização atuais, e compreende todos os gastos incorridos na sua aquisição ou produção, de modo a colocá-los em condições de serem vendidos, transformados, utilizados na elaboração de produtos ou na prestação de serviços que façam parte do objeto social da entidade, ou realizados de qualquer outra forma. (IBRACON, item 8)

O empresário precisa reconhecer que esse processo envolve custo, e necessário identificar qual o custo que ele tem, pois influenciará em todo o processo de precificação e venda de seu produto.

É necessário saber diferenciar os gastos relativos a bens e serviços daqueles que provem da administração da empresa. Esses desembolsos relativos a administração são chamados despesas, como por exemplo, marketing, aluguel do imóvel, materiais para uso e consumo, entre outros.

Conforme Dutra (2010, p. 17), as despesas “são os gastos incorridos durante as operações de comercialização. Ela é representada pelo consumo de bens e serviços e decorrencia direta e indireta da obtenção de receitas.”

Diante disso, é possível observar que esses valores (despesas) são importantes para apuração de resultado da empresa, porém não estão vinculados aos produtos comercializados.

Dessa forma o empresário precisa saber diferenciar em seu negócio a diferença dessas duas variáveis, pois o custo interfere diretamente na formação do preço de venda da sua mercadoria. Consequentemente, influenciando na sua margem de lucratividade na venda do produto.

Por conseguinte, uma separação inadequada de custos e despesas pode fazer com que o empresário forme seu preço de venda de forma equivocada, tendo uma falsa impressão de lucro, mas que na verdade ele só faturou para pagar seu próprio custo, não sobrando assim para novos investimentos.

## 5.2 IMPORTANCIA DO CAPITAL DE GIRO E FLUXO DE CAIXA PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

### 5.2.1 Capital de Giro

Quando o assunto é equilíbrio financeiro dentro da empresa o capital de giro é uma ferramenta muito importante, pois trata-se da diferença entre os recursos disponíveis no ativo circulante e os valores do passivo circulante.

O termo capital de giro precisa ser entendido como o valor investido nas atividades operacionais correntes dos pequenos negócios. Mais detalhadamente, na sua formulação tradicional, em termos absolutos, trata-se da diferença algébrica entre o Ativo Circulante menos o Passivo Circulante (AC-PC). (FERRONATO, 2015, P. 138).

É o capital de giro que permitirá que a empresa continue operando suas atividades em situações em que as despesas excedam suas receitas, ou seja, ele tem um papel importante no desempenho dos pequenos negócios, pois geralmente cobrirá a maior parte dos ativos investidos.

Segundo Assaf e Silva (2012, p.1) “uma administração inadequada do capital de giro resulta normalmente em sérios problemas financeiros, contribuindo efetivamente para a formação de uma situação de insolvência”.

Ele é a parte do investimento que consiste em uma reserva dos recursos que irão ser utilizados para suprir as necessidades da empresa ao passar do tempo. Encontra-se representado pelos recursos correntes que geralmente são as disponibilidades, estoques e valores a receber.

Portanto, administrar corretamente o capital de giro da pequena empresa implica na avaliação o momento atual, na mensuração dos recursos que faltam e que sobram e também na análise dos os reflexos processados pela tomada de decisão em relação às compras, vendas e à administração do fluxo de caixa.

### 5.2.2 Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa é uma ferramenta de gestão muito importante para a tomada de decisão e garantia de sustentabilidade do negócio, pois permite ao empresário realizar acompanhamento de toda a movimentação do empreendimento, sendo

assim possível, saber o total das receitas e do quanto pode ser gasto para que a empresa não fique no vermelho, ou seja, é basicamente o controle de todos os valores que saem e entram da empresa.

Para Ross et al. (2013, p. 37) “Fluxo de caixa é a diferença entre a quantidade de dinheiro que entrou e a quantidade que saiu”.

O fluxo de caixa é um esquema que representa as entradas e saídas do caixa ao longo do tempo. Em um fluxo de caixa deve existir pelo menos uma saída e pelo menos uma entrada (ou vice-versa). (HOJI, 2014, p.74).

A sua elaboração e introdução é de vital importância para as micro e pequenas empresas dentre os dias atuais, pois com o mercado cada vez mais competitivo faz-se necessário utilizar esta ferramenta como auxílio na tomada de decisão e manutenção no mercado.

Conforme Marion (2009, pag. 119) “Sem o fluxo de caixa fica quase impossível projetar, planejar financeiramente. Sem orçamento (planejamento financeiro) é impossível ter uma administração sadia”.

Neste seguimento, nota-se que o fluxo de caixa se apresenta como uma ferramenta de gestão extremamente eficaz e aplicável para as micro e pequenas empresas, pois além de auxiliar os empresários na gestão, contribui consideravelmente para a maximização dos lucros e permanência do negócio mediante ao mercado.

#### 5.2.2.1 Aplicabilidade do fluxo de caixa

O fluxo de caixa como já foi dito anteriormente é muito importante para gestão financeira da empresa. Ele pode ser desenvolvido por qualquer tipo de empresa, podendo ser elaborado em um caderninho, planilha no Excel até um sistema de software.

Logo abaixo elaboramos um fluxo de caixa simplificado que pode ser aplicada em qualquer empresa, contudo foi formulado pensando nos pequenos negócios de comércio varejista de vestuário e acessórios do município de São Mateus.

O saldo anterior representa todos os valores existentes em caixa e em todas as contas bancárias de titularidade da empresa antes de iniciar o fluxo de caixa.

As entradas são representadas por todos os valores das vendas à vista, a prazo e outros recebimentos ocorridos no dia a dia da empresa.

As saídas são caracterizadas por todos os pagamentos realizados pela empresa no decorrer do dia, no qual, correspondem basicamente às compras à vista, a prazo, pagamentos de salários, impostos e outros pagamentos feitos no período.

Finalizando, o saldo final é caracterizado pela a diferença do total das entradas pelo total de saídas.

Tabela 3 – Demonstração de fluxo de caixa

HISTÓRICO	CONTROLE DE CAIXA DIÁRIO					
	DIA 01	DIA 02	DIA 03	DIA 4	DIA 05	DIA 06
SALDO ANTERIOR						
<b>ENTRADAS</b>						
Vendas no dinheiro						
Vendas no cartão de debito						
Vendas no cartão de crédito						
Vendas no crediário						
Outras receitas						
<b>TOTAL DAS ENTRADAS</b>						
<b>SAIDAS</b>						
Compras à vista						
Compras a prazo						
Salários						
Impostos						
Outros Pagamentos						
<b>TOTAL DAS SAIDAS</b>						

O Fluxo de Caixa apresentado pode ser modificado conforme a tipologia da empresa, podendo dessa maneira, serem adicionadas novas contas enquanto forem aparecendo novas movimentações.

### 5.3 PREÇO DE VENDA

Um dos fatores determinantes que induz clientes sobre a decisão de compra em um determinado estabelecimento é o preço venda. E em um mercado competitivo é necessário que os micros e pequenos empresários saibam se o preço que estão oferecendo é a melhor oferta sem comprometer a sua lucratividade.

Caso pergunte a qualquer comerciante como ele forma o seu preço de venda, a resposta será provavelmente que ele considera o preço que pagou pelo produto e então multiplica por dois. Mas infelizmente não é tão simples assim, pois para que o

preço de venda se torne lucrativo é necessário que os custos sejam mensurados sem erros.

Comumente a falta de informação sobre o mercado que atuam e sobre os seus custos, faz com que os micros e pequenos empresários tenham dificuldade na hora de formar o seu preço de venda, podendo assim incorrer num prejuízo e na inviabilidade do negócio.

Para Bruni e Famá (2003, p. 311) “um preço equivocado de um produto ou serviço certamente causará sua ruína”.

Uma empresa somente conseguirá prosperar e continuar existindo se praticar preços superiores aos custos incorridos. (BRUNI e FAMÁ 2012, p. 275).

Nota-se a partir de então, o quão importante é a formação de preço de venda para sustentabilidade da empresa, visto que, ao possuir uma estratégia de preço bem formulada mediante as condições impostas pelo mercado, permitirá que a empresa atraia clientes, ofereça produtos de qualidade e tenha bons resultados.

### **5.3.1 Fatores básicos que devem ser analisados na formação do preço de venda.**

Quando o micro e pequeno empresário for calcular seu preço de venda é essencial ele leve em consideração três fatores importantes para a definição do preço. São eles: os custos, a demanda e a concorrência.

Conforme Bruni e Famá (2003, p.313) “os maiores conflitos decorrentes da aplicação de preços exclusivamente nos preços residem na não consideração da demanda e dos níveis de concorrência”.

Em relação aos custos, já foi dito anteriormente que o mesmo é primordial para definição do preço dos produtos a serem vendidos, visto que, a partir da mensuração de seus custos é que a empresa irá saber quanto custa sua mercadoria para que assim possa vendê-la sem a empresa sair no prejuízo.

Sobre a demanda é necessário que empresário fique atento ao fator de demanda/oferta, pois quando a procura por uma determinada mercadoria é alta e existe pouca concorrência e uma pequena oferta, existe a tendência das empresas aumentarem os preços dos produtos, obtendo a partir de então uma boa lucratividade. Da mesma maneira, quando existe uma pequena procura por parte

dos consumidores e conseqüentemente uma baixa concorrência há tendência que os preços ofertados sejam reduzidos.

Já sobre a concorrência é crucial que pequeno empresário calcule o custo da sua mercadoria a ser vendida e que analise se há uma grande ou de pequena demanda, antes de sair pesquisando o preço dos concorrentes, pois se seus concorrentes praticam preços abaixo do mercado, essa pratica pode vir de inúmeros fatores que talvez não corresponda com a mesma realidade do seu negócio.

Deste modo, percebe-se que se o pequeno empresário montar seu preço de venda analisando esses três fatores, o mesmo terá a possibilidade de colocar em prática uma boa política de preço aliando competitividade, procura e lucratividade.

### 5.3.2 Mark-up

O Mark-up, do inglês marca acima, é uma metodologia de precificação que permite controlar do preço de venda, por meio de índices aplicados sobre o custo do produto, determinando dessa forma o preço de venda para a comercialização.

De acordo com Hoji (2014) o Mark-up é uma taxa predeterminada que se adiciona sobre uma base, que podem ser dos custos totais, dos custos e despesas variáveis até os custos com matéria-prima etc., com o intuito de determinar o preço de venda.

O Mark-up pode ser calculado através das seguintes maneiras: Multiplicador que é o utilizado com mais frequência, onde representa por quantas vezes devem ser multiplicados os custos variáveis para se obter o preço de venda. E o Divisor que reproduz em percentual o custo variável sobre o preço de venda.

Ele é evidenciado pelas formulas:

$$\text{Mark-up Divisor: } \frac{\text{Custo variável}}{\text{Preço de venda}}$$

$$\text{Mark-up Multiplicador: } \frac{\text{Preço de venda}}{\text{Custo variável}}$$

### 5.3.2.1 Exemplificação da formação do preço de venda com o Mark-up

A empresa JYN Comércio de Roupas e Acessórios Ltda., é uma microempresa do regime simples nacional, que irá calcular o seu preço venda utilizando o Mark-up. A empresa costuma ter um faturamento mensal no valor de R\$ 25.000,00 custos fixos no valor de R\$ 3.000,00 e oferece aos seus dois funcionários uma comissão 1.4% sobre as vendas. No mês de outubro de 2019 a empresa decidiu comprar 30 unidades de cintos da coleção verão 2020, no qual o custo unitário de compra desta mercadoria é no valor de R\$ 10,00, diante disso resolveu calcular qual seria o seu preço de venda utilizando os Mark-up, sendo que a mesma espera um lucro de 20%.

Logo a baixo estará exibida os cálculos pelos dois tipos de Mark-ups.

Tabela 4 – Demonstração custo variável.

DESCRIÇÃO CUSTO VARIÁVEL		
Vendas	25000	100,00%
Custos fixos	$3000/25000 \times 100$	(-) 12%
Comissão		(-) 2,8%
Simple Nacional		(-)5,32%
Lucro líquido esperado		(-)20%
		TOTAL= 59,85

OBS: Foi considerado o valor de R\$ 300.000,00 para a receita bruta dos últimos 12 meses para o cálculo da alíquota efetiva do simples.

$$\frac{(\text{RBT12} \times \text{alíquota}) - \text{parcela a deduzir.}}{\text{RBT12}}$$

RBT12

$$\frac{(300.000,00 \times 7.3\%) - 5.940,00}{300.000,00} = 0.0532 \text{ ou } 0.0532 \times 100 = 5,32\%$$

300.000,00

- Formação do preço de venda pelo Mark-up multiplicador:

$$\text{Mark-up} = \frac{100}{59,85} = 1,6708$$

Preço de venda (PV) = Custo da mercadoria x Mark-up

$$\text{PV} = 10 \times 1,6708 = 1,71$$

- Formação do preço de venda pelo Mark-up divisor:  
$$\text{Mark-up} = \frac{59,85}{100} = 0,5985$$

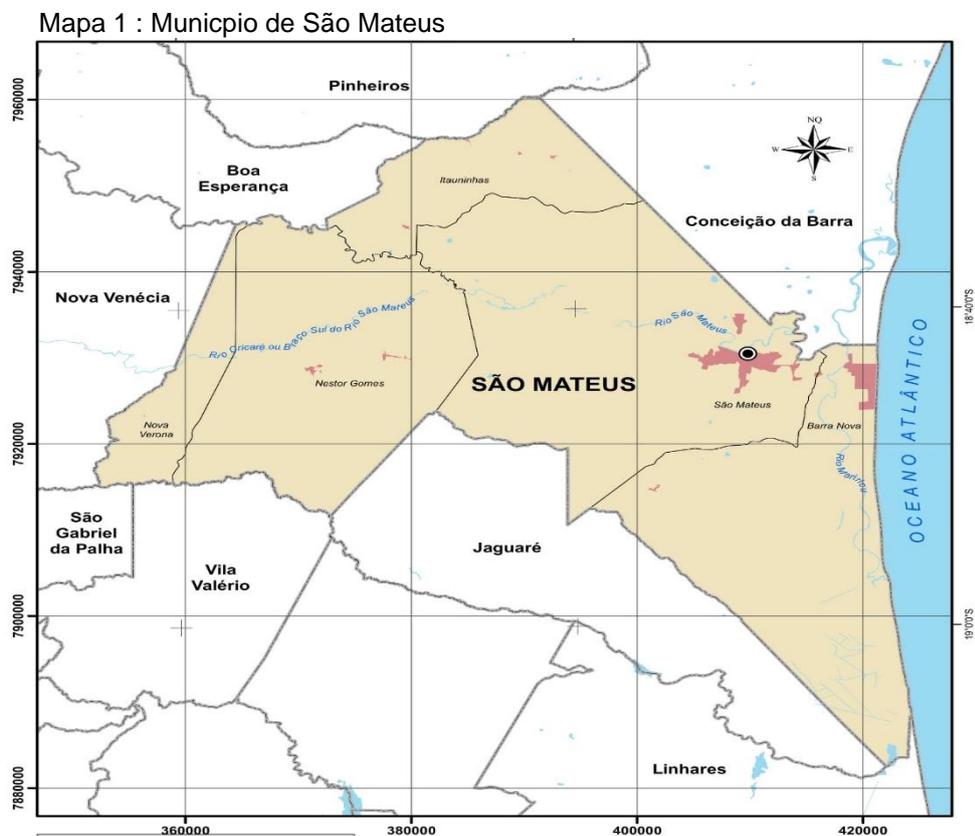
$$\text{Preço de venda (PV)} = \text{Custo da mercadoria} / \text{Mark-up}$$
$$\text{PV} = \frac{10}{0,5985} = 16,71$$

Após os cálculos verificou-se que o preço a ser praticado deve ser o valor de R\$ 16,71 (dezesesseis reais e setenta e um centavos). A partir desta perspectiva, percebe-se que a utilização do Mark-up possibilita formar o preço de forma bem simples e transparente.

Nota-se a partir da exemplificação o quão importante é formar um preço de venda adequado conforme a realidade da sua empresa, pois ao possuir uma estratégia de preço bem estruturada, permite que a empresa mantenha a saúde de seu negócio, não correndo risco de entrar em dívidas ou baixar a qualidade de seu serviço, tornando possível que o empresário aufera lucro em suas vendas.

## 6 PESQUISA DE CAMPO

Nossa pesquisa foi realizada no município de São Mateus - ES, de acordo com dados do IBGE, os primeiros colonizadores portugueses chegaram a São Mateus por volta de 1544, mas a vila de São Mateus só passou a município em 1848. A cidade recebeu o nome de São Mateus por ter sido visitada pelo padre José de Anchieta no dia 21 de setembro (dia do evangelista Mateus). Atualmente, a cidade possui 475 (quatrocentos e setenta e cinco) anos.



Fonte: GEOBASES. Divisões Político-Administrativas do ES. Disponível em: <https://geobases.es.gov.br/mapas-munic%C3%ADpios-es>. Acesso em: 15 nov.2019.

São Mateus tem se desenvolvido bastante com a abertura de novos pequenos negócios, pois o comércio, se tratando do segmento Varejista de Artigos do Vestuário e Acessórios, é o setor que tem a maior participação de MPEs na cidade, se tratando de 113 empresas, de acordo com dados disponibilizados pelo SEBRAE em 27 de Março de 2019.

Tomando como base esses mesmos dados, dentro do município as Micro e Pequenas Empresas, de forma geral, juntando as três modalidades, sendo elas MEI,

ME e EPP totalizam 11.288 empresas, representando 94,62% das empregadoras de mão de obra.

Diante desse cenário é importante ressaltar que as empresas de micro e pequeno porte estão em ascensão e o empreendedorismo crescente é um fenômeno atual, observamos a importância de seus resultados e a influência dos mesmos na sociedade, visto que se uma MPE gera efeitos positivos no mercado, a mesma acaba gerando consequências positivas, por exemplo, emprego, geração de renda e redução das desigualdades sociais.

Para realização da pesquisa de campo, foi elaborado um questionário com 13 (treze) perguntas fechadas que foram distribuídas entre os empresários que possuem suas empresas do ramo referido, situadas no bairro Centro em São Mateus.

Foram identificadas 77 (setenta e sete) empresas funcionando com a atividade de vestuário e acessórios. Dentre essas empresas, foi executado um cálculo estatístico onde nossa amostra resultou em 60 empresas a serem entrevistadas. Realizamos as visitas, entregando os questionários a serem respondidos, disponibilizando os mesmos e dando o prazo de acordo com a disponibilidade do empresário. Ao final, depois de recolher todos eles, realizamos as apurações e por fim os gráficos que serão apresentados mais adiante no resultado na pesquisa.

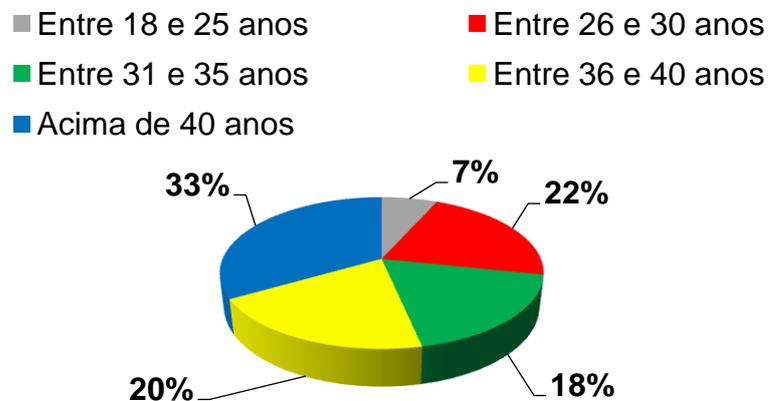
A elaboração e prática dessa pesquisa de campo foram importantes, pois a partir dela conhecemos os pontos positivos e deficientes dos pequenos empresários, diante da gerencia de seu empreendimento.

## 6.1 RESULTADO DA ANÁLISE DA PESQUISA DE CAMPO

Neste estágio do trabalho tem-se como objetivo apresentar os resultados da pesquisa de campo realizada e evidenciar como as MPEs do ramo de vestuário e acessórios do centro de São Mateus estão com relação à gestão de seu negócio. Os dados estão demonstrados por meio de gráficos e foram comentados com intuito de enriquecer e auxiliar a análise da pesquisa.

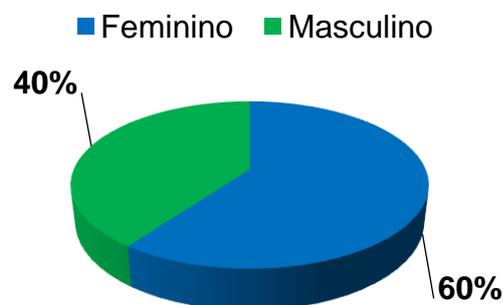
O gráfico 1 apresenta um levantamento da faixa etária dos empresários, no qual, 33 % representa as pessoas que possuem idade acima de 40 anos, 22% entre 26 e 30 anos, 20% entre 36 e 40 anos, 18% entre 31 e 35 anos e por último representado por 7% as idades entre 18 e 25 anos. Dessa forma observa-se que os maiores empreendedores são as pessoas acima de 40 anos, que por possuírem experiência com o mercado de trabalho, já não acha esse meio tão atrativo, resolvendo assim abrir o seu próprio negócio.

Gráfico 1 – Faixa etária dos empresários:



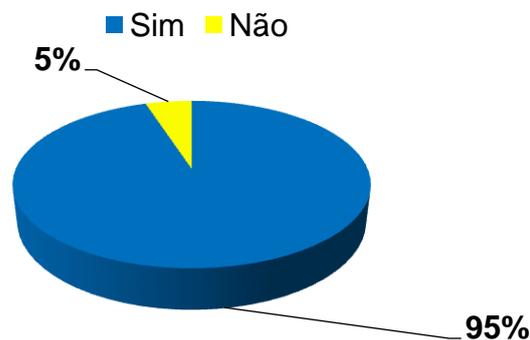
O gráfico 2 representa o levantamento de gênero dos empresários. No qual 60% é representado pelo sexo feminino e 40% representado pelo sexo masculino. Provavelmente esse resultado seja pelo fato de que as mulheres almejam uma renda extra, ou até mesmo recolocação no mercado.

Gráfico 2 – Sexo:



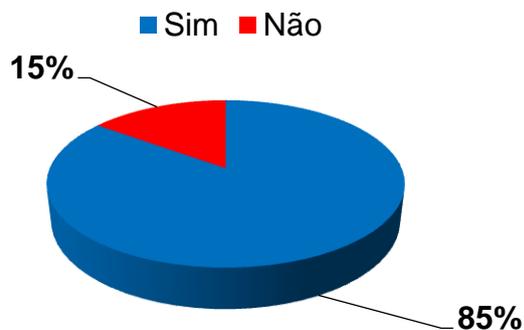
O gráfico 3 representa o questionamento aos empresários se os mesmos possuíam conhecimento sobre o que é a Contabilidade. Observa-se que 95% afirmaram conhecer a área, por outro lado, apenas 5% não sabem o que é Contabilidade. Apesar do conhecimento, esses empresários não buscam o auxílio da contabilidade e nem buscam conhecimento acerca de suas ferramentas gerenciais para tomar suas decisões, gerir e realizar investimentos em seu negócio.

Gráfico 3 – Conhecimento acerca da Contabilidade:



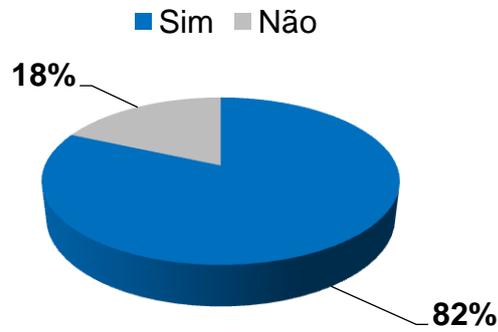
De acordo com a população entrevistada, o gráfico 4 representa o quantitativo de empresários que utilizam os serviços da Contabilidade. Onde 85% utilizam o serviço e 15% não utilizam. A maioria dos empresários que utilizam os serviços contábeis com a finalidade de gerar folha de pagamento e apurar impostos mensais, os mesmos não procuram a consultoria contábil para tomar decisões, realizar investimentos ou até mesmo buscar conhecer melhor o seu negócio, é um dado preocupante, pois a contabilidade e suas ferramentas são importantíssimas para o desenvolvimento do empreendimento, seja ele qual for.

Gráfico 4 – Utilização da Contabilidade pelos empresários:



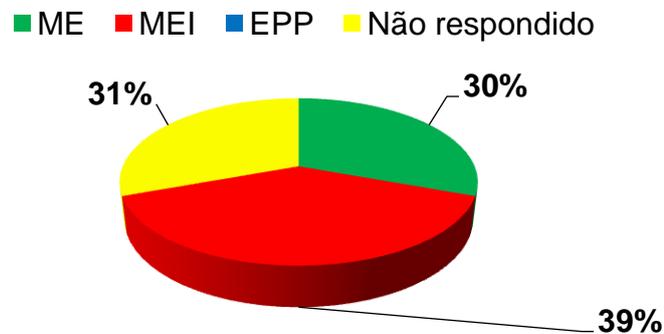
No gráfico 5, observa-se que 82% dos empresários entrevistados afirmam ter ciência do porte empresarial de sua empresa, já os 18% restantes desconhecem essa informação. Outro dado importante da pesquisa, pois cada porte empresarial possui suas limitações e regras, o empresário que não busca conhecimento de fato quanto a esse assunto, acaba, que por muitas vezes, levando o negócio a falência, porque cada porte empresarial possui limites de faturamentos e compras. É importante o empreendedor ter conhecimento sobre esse assunto e realizar esse controle junto a contabilidade.

Gráfico 5 – Conhecimento sobre o porte da empresa:



O seguinte gráfico (6), juntamente com o gráfico anterior (5), representa quais os portes das empresas levando em consideração os que alegaram saber essa informação. Nota-se que, 39% são Microempreendedor Individual (MEI), 30% são Microempresa (ME) e 31% optaram por não identificar o porte. Ressalta-se que não houve nenhuma EPP entrevistada.

Gráfico 6 – Os portes empresariais:



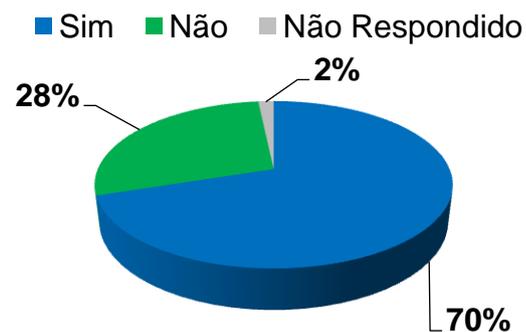
O presente gráfico (7) evidencia a compreensão do empresário a respeito do que é Contabilidade Gerencial. Percebe-se que há um equilíbrio entre os que afirmam conhecer ou não este conceito, resultando num percentual de 50% para ambos. A contabilidade gerencial se faz importante quando o assunto é administrar bem o seu negócio, a partir do momento que o empresário não se interessa ou não busca conhecimento sobre gerenciamento, ele começará a fazer parte do grupo de empresas que irão entrar em falência. Ele precisa dominar sua empresa, saber gerenciar, investir no momento correto, precificar o seu produto de forma que não fique no prejuízo, e para tudo isso ocorrer é necessário o conhecimento a área.

Gráfico 7 – Conhecimento sobre Contabilidade Gerencial:



Já o gráfico 8 demonstra que 70% dos entrevistados asseguram saber calcular o custo da mercadoria que é vendida, já 28% não possuem esse entendimento e 2% optaram por não responder. Outro ponto importante é saber qual o seu custo em cima do que é vendido, isso influenciará no preço de venda do seu produto. É a partir desse cálculo que o empresário analisará se será viável ou não comercializar determinado tipo de produto.

Gráfico 8 – Custo da Mercadoria Vendida (CMV):



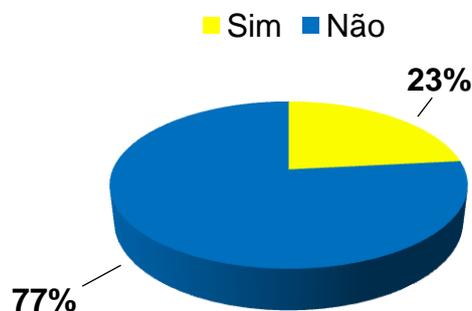
Neste gráfico 9, verifica-se que 88% afirmam que sabem calcular o preço de venda de sua mercadoria, 10% não conhecem o método para este cálculo e 2% optaram por não responder. É um dado contraditório, levando em consideração o gráfico anterior, onde 28% não sabem mensurar o custo da sua mercadoria. Logo, para formação do seu preço de venda, é imprescindível que se tenha essa informação.

Gráfico 9 – Formação do preço de venda:



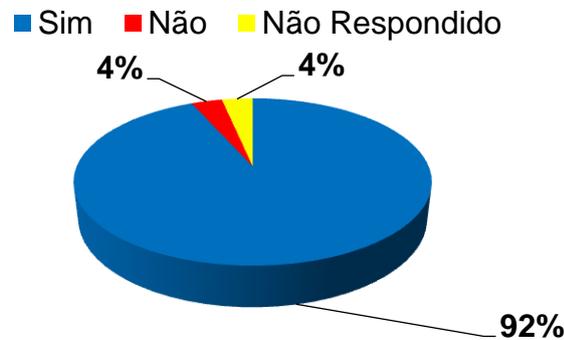
O gráfico 10 apresenta o quantitativo de funcionários que a empresa possui. Observa-se que 77% das empresas não possuem mais de 02 (dois) funcionários e 23% possuem 03 (três) ou mais funcionários. É um dado importante, visto que a folha de pagamento é uma das despesas mais significativas para a empresa, com isso, para que o empresário possa ter funcionários sem ter problemas financeiros, se torna essencial que haja uma organização financeira por parte do mesmo.

Gráfico 10 – Funcionários:



Neste gráfico 11, demonstra-se o percentual de empresários que mantêm os pagamentos dos impostos em dia. Sendo que 92% da população entrevistada afirma pagar os tributos em dia, 4% diz não estar em dia com os pagamentos dos mesmos e 4% optaram por não responder. A partir do momento que o empresário passa a não quitar suas dívidas e impostos mensais ele cria um alerta ao fisco, e com isso ele abre uma possibilidade muito grande de ser fiscalizado, gerando mais uma dívida que ele provavelmente não conseguirá quitar, levando o seu negócio a falência.

Gráfico 11 – Pagamento dos impostos:



O gráfico seguinte (12) expõe o percentual de empresários que afirmam ou não terem feito uma pesquisa de mercado anteriormente da abertura da empresa, com intuito de verificar a viabilidade do negócio. Nota-se que 63% não fizeram a pesquisa de mercado, 35% realizaram a mesma e 2% optaram por não responder a este questionamento. O estudo de viabilidade do negócio é importantíssimo, pois é a partir dele que terá uma prévia de quão rentável, necessário e viável o mesmo será. Através desse estudo fica visível os pontos fracos e fortes do ramo, podendo também ser analisado a concorrência e quais as suas deficiências, para que esse novo negócio atenda o que é ruim no seu concorrente.

Gráfico 12 – Viabilidade de negócio:



O gráfico 13 apresenta os percentuais de empresários que fazem planejamento em suas empresas para realização de investimentos futuros. Percebe-se que 61% afirmam que fazem esse planejamento, 37% não o realizam e 2% optaram por não responder. A utilização das ferramentas de contabilidade gerencial, como já exposto nesse estudo, e o auxílio do contador ajudam muito no processo de planejamento e tomada de decisão por parte do empresário. Tendo em vista que para uma MPE não basta apenas existir é preciso almejar crescimento e para isso entra o planejamento.

Gráfico 13 – Planejamento:



O gráfico 14 demonstra sobre os empresários que realizam a separação de despesas da empresa e despesas pessoais, problema sério que é encontrado nos pequenos negócios, principalmente. Dentre os entrevistados, 63% alegam que existe a separação das despesas, 35% não fazem essa separação e 2% não responderam a esse questionamento. Se tratando dessa separação, chamamos atenção ao princípio da entidade que já foi mencionado no presente estudo, sem essa segregação torna-se difícil mensurar se realmente a empresa está dando lucro

ou prejuízo, pois não consegue obter um fluxo de caixa correto, nem tampouco ter um balanço patrimonial concreto.

Gráfico 14 – Separação de despesas da empresa e despesas pessoais:



Os dados apurados contribuíram de forma satisfatória para o presente estudo, atingindo nossos objetivos que era conhecer um pouco mais sobre o empresário, sua gestão e nível de conhecimento a respeito das ferramentas básicas da contabilidade gerencial. Alguns dados nos surpreenderam, pois ficou explícito que os empresários afirmam possuir entendimento acerca das ferramentas de gestão, mas, sabemos que muitos empresários mentem ou omitem informações nestes tipos de pesquisas, portanto nós deixamos o seguinte questionamento: será que realmente sabem ou mascaram a pesquisa?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As micro e pequenas empresas são de grande importância para a economia brasileira, haja vista que, seu principal enfoque é a geração de renda e mão de obra no país. Contudo, como grande parte delas são constituídas por indivíduos que ficaram anos em uma empresa e quando saem tentam se arriscar em um novo empreendimento, mas sem obter conhecimentos que possam agregar na longevidade do seu negócio, essas empresas acabam entrando em falência em seus primeiros anos de vida.

Levando em conta essas informações, o propósito desse estudo foi apresentar algumas ferramentas de gestão básicas, que venham a contribuir para a prosperidade dessas empresas, visando dessa forma minimizar as altas taxas de mortalidade que existem entre os negócios que possuem essa natureza jurídica.

Dentre as inúmeras ferramentas gerenciais existentes, optou-se em abordar as que são consideradas básicas para o sucesso da empresa, como por exemplo, conhecimento em contabilidade para não contadores, onde foi abordado sobre a interpretação dos dois relatórios contábeis mais importante, sendo eles, o balanço patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício, também foi exposto sobre a aplicabilidade dos princípios da contabilidade, para uma melhor organização da empresa, falamos também sobre os tipos de portes empresariais, onde essa informação se faz necessário que o empresário escolha a categoria de empresa que ele quer ter, qual o faturamento anual de seu negócio, o quanto de impostos ele pagará, quais serão suas obrigações mensalmente, quais os custos com funcionários, entre outras variáveis, o planejamento, estratégias e as ferramentas gerenciais básicas.

Nosso estudo visou ajudar nos problemas de gestão financeira, controle, planejamento, separação de despesas pessoais e jurídicas, formar preço de venda, buscar auxílio da contabilidade para a gestão e administração de seu negócio, expôs ferramentas administrativas e frisou a importância que uma MPE possui se tratando dos níveis de empregabilidade.

Diante da problemática apresentada, ficou evidente o quanto as ferramentas de gestão básicas são úteis e eficazes para o aumento e desenvolvimento das MPE's no geral, além de diminuir principalmente as taxas de mortalidade das mesmas.

Atingimos o propósito dessa pesquisa que era apresentar a contabilidade básica e algumas técnicas de contabilidade gerencial, visando dessa forma, contribuir para a prosperidade das micro e pequenas empresas, não somente do município de São Mateus-ES, mas pequenos empresários como um todo.

Com base nos nossos objetivos específicos propostos, realizamos a pesquisa de campo com os microempresários do ramo de vestuário e acessórios de centro de São Mateus, no qual foi mensurado o nível de compreensão dos mesmo a respeito da gestão de seu negócio. Evidenciamos no decorrer do trabalho sobre os diferentes tipos de portes empresariais, voltados para as micro e pequenas empresas, sendo eles, ME que possui receita bruta igual ou inferior a 360.000 mil, MEI 81.000 mil e EPP limite de faturamento anual até 4,8 milhões.

Do mesmo modo foi exibido conceitos a respeito da contabilidade e gerencial para não contadores, de forma clara e sucinta para que o pequeno empresário possa compreender sobre o que é e qual sua importância, podendo assim interpretar os relatórios fornecidos pela contabilidade, e suas ferramentas básicas influenciando assim na prosperidade das MPE's.

E por fim, concluindo nossos objetivos específicos, relatamos sobre a influência que uma MPE gera diante das taxas de empregabilidade, pois de acordo com as pesquisas realizadas pelos órgãos competentes, são agentes potencializadores na geração de emprego, renda, e redução das desigualdades sociais.

Vale ressaltar que a presente temática não se concluirá por aqui, essa área de pesquisa tem crescido muito e tenderá a desenvolver ainda mais. Sendo assim, esse estudo não se encerra, visto que é um tema vasto e importante. Portanto, torna-se necessário que haja maiores pesquisas e análises acerca do mesmo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Arnaldo Rosa de. **Planejamento estratégico**: formulação, implementação e controle. 2 ed - ( 2 Reimpr.). São Paulo: Atlas ,2018.

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, Cesar Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro**. 4 ed.São Paulo: Atlas,2012.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo** e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios**: fundamento, processos e estruturação. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BRASIL, Agência. **Em quatro meses, pequenos negócios criam quase 300 mil empregos**. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/05/em-quatro-meses-pequenos-negocios-criam-quase-300-mil-empregos.html>>. Acesso em: 29 maio 2019.

BRASIL, Agência. **Pequenos negócios criaram 95% das vagas de trabalho em julho**. 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/pequenos-negocios-criaram-95-das-vagas-em-julho-diz-sebrae/>>. Acesso em: 24 ago. 2019.

BRASIL, Portal. **Sobrevivência e mortalidade**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/sobrevivencia-e-mortalidade>>. Acesso em: 28 out. 2017.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de preço**: com aplicação na calculadora HP 12C e Excel. 2 ed. São Paulo: Atlas,2003.

CARPINETTI, Luiz C. Ribeiro. **Gestão da Qualidade – Conceitos e Técnicas**, São Paulo, Atlas, 2010.

CFC. **Resolução 750 de 1993**. Disponível em: <[http://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes\\_sre.aspx?codigo=2010/001282](http://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?codigo=2010/001282)>. Acesso em: 09 nov. 2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 5. ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 9. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo, Makron Books, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico**: Fundamentos e aplicações da intenção aos resultados. 3 ed . Rio de janeiro: Elsevier, 2016.

COGAN, Samuel. **Custos e Preços: formação e análise**. 1 ed. São Paulo: Pioneira , 2002.

DINO. **MEI, ME e EPP: qual a melhor modalidade de microempresa para investimento?**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mei-me-e-epp-qual-a-melhor-modalidade-de-microempresa-para-investimento/>>. Acesso em: 13 out. 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. 12. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DUTRA, René Gomes. **Custos: Uma abordagem Prática**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FABRETTI, Láudio Camargo. **Contabilidade tributaria**. 8. ed. São Paulo:Atlas,2003.

FABRETTI, Láudio Camargo. **Prática tributária da micro, pequena e média empresa**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FABRETTI, Láudio Camargo. **Prática Tributária da Micro, Pequena e Média Empresa: Legislações Tributária e Empresarial Simples Nacional e Lei de Falência e Recuperação de Empresas nº 11.101/05**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FERRONATO, Airto João. **Gestão Contábil-Financeira de Micro e Pequenas Empresas: Sobrevivência e Sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GLOBO, G1 - Portal de Notícias da. **Pequenos negócios respondem por 82% das novas vagas nos últimos nove meses**. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2018/10/pequenos-negocios-respondem-por-82-das-novas-vagas-nos-ultimos-nove-meses.html>>. Acesso em: 15 out. 2019.

GOUVEIA, Nelson. **Contabilidade Básica**. 2. ed. São Paulo: Harbra, 2001.  
IBGE. **São Mateus**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/es/sao-mateus/historico>>. Acesso em: 21 out. 2019.

IBRACON. **NPC 2 Estoques**. Disponível em: <<http://www.ibracon.com.br/ibracon/Portugues/lisPublicacoes.php?codCat=3>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

IUDICIBUS, Sérgio de (Coord). **Contabilidade Introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDICIBUS, Sergio de; MARION, José Carlos. **Introdução a Teoria a contabilidade para o nível de graduação**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KWASNICKA, Eunice Lacava. **Introdução à Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LISPECTOR, Clarice. **A Descoberta do Mundo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

LONGENECKER, Justin G; MOORE, Carlos W ; PETTY, J. William; PALICH, Leslie E. **Administração de pequenas empresas**. 13 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATEUS, Prefeitura de São. **História**. Disponível em: <<http://www.saomateus.es.gov.br/sao-mateus/historia>>. Acesso em: 21 out. 2019.

MORANTE , Antonio Salvador ; JORGE, Fauzi Timanco. **Formação de preços de venda: preços e custos, preços e composto de marketing, preços e concorrência, preços e clientes**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Administração estratégica na prática: a competitividade para administrar o futuro das empresas**. 5.ed.Sao Paulo: Atlas, 2007.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Manual de contabilidade básica: contabilidade introdutória e intermediária**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

PEREIRA, Paulo Teixeira do Valle. **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características**. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>>. Acesso em: 15 out. 2019.

REPÚBLICA, Presidência da. **LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/lcp/lcp123.htm)>. Acesso em: 24 out. 2019.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos**. 10. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

ROSS, Stephen A. et al. **Fundamentos da administração Financeira**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH , 2013.

SANTOS, Anselmo Luís dos; KREIN, José Dari; CALIXTRE, André Bojikian. **Micro e Pequenas Empresas: Mercado de Trabalho e Implicação para o Desenvolvimento**. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro\\_micro\\_pequena\\_sempresas.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_micro_pequena_sempresas.pdf)>. Acesso em: 24 out. 2019.

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

SEBRAE. **Mulheres empreendem mais que os homens.** Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/mulheres-empreendem-mais-que-os-homens,00705bd2fb7f1610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração.** 2. ed. São Paulo: Pearson, 2014.

SOUZA, Acilon Batista de. **Contabilidade de empresas comerciais.** São Paulo: Atlas, 2002.

TOMAZATTE, Marlon. **Curso de Direito Empresarial: Falência e Recuperação de Empresas.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

TOMPSON, Arthur A. JR; Strickland III. A.J. **Planejamento estratégico: elaboração, implementação e execução.** 1 ed . São Paulo: Pioneira, 2000.

## APÊNDICE – QUESTIONARIO APLICADO NA PESQUISA DE CAMPO

Informações para o (a) participante voluntário (a):

Você está convidado (a) a responder este questionário anônimo que faz parte da coleta de dados da pesquisa **A CONTABILIDADE NA GESTÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, DO RAMO DE VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE SÃO MATEUS - ES**, sob responsabilidade dos(as) pesquisadores Joice Nunes César (27) 99533-8224, Naron Guimarães Campolina (27) 99607-3229 e Yana Santos Barreto (27) 99645-2440, alunos da Faculdade Vale do Cricaré.

Caso você concorde em participar da pesquisa, leia com atenção os seguintes pontos:

- a) você é livre para, a qualquer momento, recusar-se a responder às perguntas que lhe ocasionem constrangimento de qualquer natureza;
- b) você pode deixar de participar da pesquisa e não precisa apresentar justificativas para isso;
- c) sua identidade será mantida em sigilo;
- d) caso você queira, poderá ser informado (a) de todos os resultados obtidos com a pesquisa, independentemente do fato de mudar seu consentimento em participar da pesquisa.

### 1 - Qual sua faixa etária?

- Menos de 18 anos
- Entre 18 e 25 anos
- Entre 26 e 30 anos
- Entre 31 e 35 anos
- Entre 36 e 40 anos
- Acima de 40 anos

### 2 - Qual seu sexo?

- Feminino
- Masculino
- Outros

### 3 - Você empresário (a) sabe o que é a contabilidade?

Sim ( )                      Não ( )

### 4 - Você empresário (a) utiliza os serviços de contabilidade?

Sim ( )                      Não ( )

### 5 - Você empresário (a) sabe qual é o porte empresaria da sua empresa (ME, EPP ou MEI) se SIM qual?

Sim ( ) \_\_\_\_\_ Não ( )

**6 - Você empresário (a) sabe o que é contabilidade gerencial?**

Sim ( ) Não ( )

**7 - Você empresário (a) sabe calcular o custo da sua mercadoria vendida ou o seu custo de produção?**

Sim ( ) Não ( )

**8 - Você empresário (a) sabe como elaborar o seu preço de venda?**

Sim ( ) Não ( )

**9 - Você empresário (a) possui mais de dois funcionários? Se SIM quantos?**

Sim ( ) \_\_\_\_\_ Não ( )

**10 - Mantêm os pagamentos de seus impostos em dia?**

Sim ( ) Não ( )

**11 - Antes da abertura da empresa e escolha do ramo, foi feita alguma pesquisa de mercado para fins de viabilidade do negócio?**

Sim ( ) Não ( )

**12 - Hoje, em sua empresa, é feito planejamento para possíveis investimentos?**

Sim ( ) Não ( )

**13 - Em seu controle financeiro, é feita separação de despesas da empresa e despesas pessoais?**

Sim ( ) Não ( )