

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Aplicadas e Educação – CCAE
Graduação em Ciências Contábeis

A PRÁTICA DO “FIADO” NA PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS E CONSUMIDORES: Uma abordagem no município de Baía Formosa-RN.

Contabilidade Financeira

Francisco de Assis Gomes Neves - UFPB – chiconevesbfsurf@gmail.com

João Marcelo Alves Macêdo - UFPB – joao.marcelo@academico.ufpb.br

Josicarla Soares Santiago - UFPB – josicarla.santiago@gmail.com

Yara Magaly Albano Soares – UFPB – yara.magaly@academico.ufpb.br

Resumo

O fiado é uma prática presente na rotina da gestão de muitas micro e pequenas empresas. Em muitos casos, essa prática é explorada como estratégia de sobrevivência. Os objetivos deste trabalho foram pesquisar: i) Os motivos que levam um gestor a conceder crédito informal na forma do Fiado? ii) Quais os fatores que contribuem para que o consumidor venha solicitar o fiado como forma de pagamento? e iii) A prática do fiado está sendo evidenciada nas demonstrações contábeis das empresas? Para isso foram aplicados questionários estruturados a três grupos distintos: empresários, consumidores e profissionais contábeis. O trabalho de pesquisa apontou que as relações sociais e a necessidade de sobrevivência são os principais motivos para concessão do fiado; que a dificuldade de acesso ao dinheiro em espécie e a falta de planejamento financeiro são os principais motivos pela procura e que as empresas não estão evidenciando a prática do fiado em suas demonstrações.

Palavras-chave: Fiado. Crédito informal. Gestão financeira.

1 Introdução

Atualmente os fenômenos que afetam a rotina diária dos micros e pequenos empreendimentos exigem muito mais da Contabilidade do que o seu conceito fundamental de ciência social aplicada, lastreada por práticas formalizadas no intuito de produzir informações relacionadas ao Patrimônio, definida por Iudícibus *et al.* (2010). Ainda segundo o autor (*ibid.*), a todo instante uma decisão precisa ser tomada. E, para tal, as informações produzidas pela contabilidade torna-se uma importante fonte de pesquisa para que se possa tomar a melhor decisão.

Para o SEBRAE (2016), o corpo gestor de uma organização precisa estar preparado para enfrentar instabilidades dado o alto índice de insolvência de micro e pequenas empresas no Brasil. Muito embora, está comprovado que em momentos de crise econômica costumam surgir excelentes oportunidades de negócios e de crescimento. Para tal, exige-se dos envolvidos o aprimoramento no que diz respeito às práticas de análise das informações para utilização nos processos decisórios.

Rogers e Rogers (2021) reforçam a afirmação de que a todo instante, relações sociais produzem trocas que podem ser de cunho sentimental, como também de cunho econômico-financeiro. E, tratando-se de trocas econômico-financeiras, caso sejam desprezadas pelas

prerrogativas dos modelos de captação de dados estatísticos oficiais, estas são consideradas relações econômico-financeiras informais. Estima-se que, apesar dos riscos envolvidos, em países como o Brasil a economia informal representa quase um terço de toda riqueza produzida.

Ainda segundo os autores (*ibid*), o Crédito Informal deriva-se das relações sociais econômico-financeiras praticadas, em especial, por agentes que carregam uma característica em comum: a relação de proximidade entre as partes. A relação de proximidade pode ser: amigos, familiares, vizinhos e aqueles “indicados” por um ou mais dos já citados. São exemplos, mas não se limitando à, de crédito informal: Empréstimos familiares ou entre amigos, agiotagem, cheque a prazo, duplicatas, notas promissórias e a mais praticada de todas: o fiado. O fiado consiste na relação de venda e compra feita a crédito, a prazo, sem empenho ou oferecimento de nenhuma garantia a título de segurança e compromisso de pagamento futuro. É algo que transcende a prática da duplicata, da nota promissória ou mesmo do cheque a prazo. O fiado carrega características marcantes que podem ser facilmente comprovadas. Uma delas é a presença intangível da relação social. Já a outra, tangível, é a presença física da “caderneta” ou “notinha”.

Segundo Mosimann e Fisch (1999) a prática do fiado impõe a necessidade de adoção de práticas de controladoria àquele que decide ofertar o fiado a seus clientes. O desejo de otimizar resultados precisa estar rodeado de ferramentas de planejamento e controle da execução. Do contrário, pode desequilibrar o fluxo de caixa, afastar os demais clientes, causar prejuízos irreversíveis e, até mesmo, a falência.

Contudo, o trabalho de pesquisa busca averiguar e entender os reais motivos que levam por um lado: o cliente a pedir “crédito informal” em vez de pedir crédito nos estabelecimentos financeiros. E, por outro lado: o gestor a conceder “crédito informal” em vez de promover que os pagamentos sejam feitos da forma convencional sem pôr em risco a saúde financeira da empresa.

A relação interpessoal humana naturalmente produz arranjos. A relação envolvendo fornecedor e consumidor envolve práticas sociais (fidelização, satisfação, comodidade etc.) e econômicas (preço, prazo, formas de pagamentos etc.) e uma, em especial, caracteriza o problema chave desse trabalho: **O que empresários e consumidores buscam atender quando recorrem a prática do fiado?**

O objetivo geral desse trabalho de pesquisa é identificar os motivos que fomentam a procura e a oferta da prática do fiado e se as micro e pequenas empresas do município de Baía Formosa-RN estão evidenciando a prática em suas demonstrações contábeis. Os objetivos específicos são: (i) Identificar a importância da oferta do fiado para as empresas pesquisadas; ii) Conhecer o que os consumidores buscam atender quando solicitam o fiado como forma de pagamento; iii) Descobrir se a prática do fiado está sendo evidenciada nas demonstrações contábeis das empresas; iv) analisar a forma de controle da prática do fiado; e v) conhecer a importância das relações sociais para a prática do fiado.

O estudo justifica-se face a relevância nas cidades pequenas das relações sociais entre fornecedores e consumidores. O aspecto social possui relevância e impacta nas relações de mercado. Somado a isso existe a má educação financeira dos envolvidos, que em grande parte são consumistas ou mesmo não dispõem do hábito de programar suas aquisições. Esse cenário constitui um ambiente extremamente favorável ao início da prática do fiado. Por outro lado, vem causando prejuízos financeiros, problemas relacionais, resultando em demissões, a falta de variedade de produtos nas gôndolas e o não crescimento do comércio local.

2 Fundamentação Teórica

2.1. O papel da Contabilidade na gestão das organizações

Iudicibus *et al.* (2010) define a Contabilidade como uma ciência social aplicada, lastreada por práticas formalizadas para produzir informações relacionadas ao Patrimônio. É no material produzido pela Contabilidade onde se concentra boa parte das informações utilizadas no apoio à tomada de decisões. Já Oliveira *et al.* (2007) afirma que as etapas de planejamento, execução e controle dos atos praticados são vitais para qualquer tipo de organização. Sendo assim, a contabilidade atua no provimento de informações para a gestão das organizações.

No Brasil, a Contabilidade sofre adequações constantes em seu processo evolutivo de busca pela convergência às práticas internacionais. Suas normas e práticas, a partir de 2008, convergem para o mais próximo possível da Contabilidade praticada mundo afora. Ao aprovar o CPC 00 (R2), por exemplo, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis alterou a estrutura conceitual do Relatório Financeiro. O foco dos dados nele contidos passou a ser a demonstração da saúde financeira da entidade e, dessa forma, fornecer subsídios para a tomada de decisões de quem planeja ofertar recursos a entidade.

Segundo Ribeiro (2008, p.37), as Demonstrações Financeiras ou Contábeis apresentam informações que evidenciam as mutações, em consequência de sua gestão, sofridas pelo patrimônio em um determinado exercício social. Destas, a Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC) fornece informações sobre saídas, entradas e o resultado deste fluxo de dinheiro no caixa. Assim como a Demonstração de Resultados de Exercícios, a DFC é uma demonstração dinâmica e deve ser incluída no balanço patrimonial. A DFC é de apresentação obrigatória para sociedades de capital aberto ou com patrimônio líquido superior a R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais). Esta obrigatoriedade vigora desde 01.01.2008, por força da Lei 11.638/2007 e desta forma torna-se mais um importante relatório para a tomada de decisões gerenciais. A Deliberação CVM 547/2008 aprovou o Pronunciamento Técnico CPC 03, que trata da Demonstração do Fluxo de Caixa.

Para as Pequenas e Médias Empresas (PMEs), a DFC também é de elaboração obrigatória, conforme item 3.17 (e) da NBC TG 1000. Portanto, independentemente do tipo societário adotado, as entidades devem apresentar o referido demonstrativo, pelo menos anualmente, por ocasião da elaboração das demonstrações financeiras (“balanço”).

2.2 Vendas a prazo, evidenciação, impacto e inadimplência nas demonstrações contábeis

Para Rogers e Rogers (2021), o capital de giro das empresas, composto pelos recursos de curto prazo, passíveis de serem convertidos em caixa no prazo de um ano, absorve todo o crédito formal e informal ofertado pela empresa e necessita de uma boa gestão. A realização dos recebimentos evidenciados no ativo, especificamente na conta “*A receber - Clientes*”, precisa contribuir de forma satisfatória fazendo frente aos compromissos evidenciados no passivo. Do contrário, haverá desequilíbrio no Fluxo de Caixa. Quando se trata de Micro e Pequenas empresas a boa gestão do capital de giro se torna ainda mais importante em função das poucas opções e dificuldades de acesso aos financiamentos bancários.

O Conselho Federal de Contabilidade, através da NBC TG 1000, publicada em 01/11/2016, caracteriza as empresas como pequenas e médias (PMEs) em razão da desobrigação pública de prestação de contas e elaboração de demonstrações contábeis para fins gerais com público-alvo específico formado por proprietários (não administradores), credores e agências de avaliação de créditos. As demonstrações contábeis ofertam informações sobre a posição financeira (Balanço Patrimonial), o desempenho (Resultado e resultado abrangente) e fluxo de caixa da entidade. O CFC atrela o propósito da geração da informação, o público-alvo e a existência de leis fiscais específicas como justificativa para a elaboração de uma Norma exclusiva para PMEs.

2.3. As micro e pequenas empresas e a prática do “fiado”.

O governo e o ambiente de negócios utilizam o faturamento e o número de funcionários como indicadores de enquadramento de uma empresa no grupo de micro e pequenas empresas (MPE's). O SEBRAE (2014) aponta que existem no Brasil mais de 9 milhões de MPE's. Somadas, elas contribuem com quase um terço do que se produz formalmente. As MPE's se destacam socialmente por absorver mais da metade da mão de obra ativa e representam 40% da massa salarial. Setorizando, as MPE's são responsáveis por: i) 53,4% do PIB gerado pelo setor de comércio; ii) 36,3% pelo setor de serviços; e iii) 22,5% do PIB pelo setor da indústria no Brasil.

São diversos os fatores que levam o cidadão comum a navegar pelos mares do empreendedorismo. Muitos deles encaram o desafio sem nenhum pré-requisito básico para abrir uma empresa. Em 2016 o SEBRAE levantou que houve um avanço discreto na taxa de sobrevivência das empresas com até dois anos de existência, passando de 46% em 2008 para 55% em 2012.

No Brasil ainda é muito comum à prática do comprar e pagar depois sem oferecer garantia e sem proporcionar uma cobrança oficial futura. O jornal ESTADÃO (2017) reportou que cerca de 27,12% das famílias brasileiras praticaram o fiado de alguma forma em 2016; que a prática é recorrente para 38% das Classes D e E, 28% da Classe C; e que as regiões Norte e Nordeste lideram essa modalidade com 39%. A reportagem baseou-se nos resultados apontados por pesquisas efetuadas pelas consultorias Kantar Worldpanel e Nielsen.

Por haver poucas opções de trabalho e baixos salários, os bancos de cidades do interior dificultam a liberação de crédito, isso faz com que a caderneta de anotação seja uma opção forçada ao varejista que deseja aumentar suas vendas.

Segundo Holanda (1995), os vínculos comerciais devem ser também pessoais e cordiais. A prática do fiado proporciona um incremento no relacionamento interpessoal cliente/empresa. A fidelização do cliente potencial consta na cesta de objetivos da administração comercial moderna.

3 Procedimentos metodológicos

O estudo se deu na forma de Pesquisa de Campo, efetuada no período de 03 a 15 de maio de 2021. Para geração de informações foram aplicados questionários dirigidos buscando quantificar e qualificar a forma, identificar os objetivos dos empresários e consumidores relacionados à prática do fiado na amostra pesquisada. Foram feitas abordagens aos profissionais responsáveis pela contabilização do público empresarial buscando averiguar como a prática do fiado está sendo evidenciada.

A pesquisa foi direcionada aos Empresários, aos consumidores e aos profissionais contábeis da seguinte forma: i) “Grupo A - Empresários” constituído por uma amostra de 35 empresários e/ou gestores, correspondentes à 37,23% da população formada por 94 empresas existentes no município de Baía Formosa-RN, conforme aponta o IBGE (2021). Para este grupo foi aplicado um questionário, por meio de entrevista estruturada, composto de 20 perguntas buscando conhecer suas características pessoais, experiência administrativo financeira, seu grau de conhecimento sobre práticas de gestão e controladoria, perspectiva sobre a importância e consequências da prática do fiado na gestão do seu negócio; ii) “Grupo B - Consumidores” constituído por uma amostra de 70 consumidores correspondentes à 2,36% da população economicamente ativa formada por 2.963 potenciais consumidores existentes no município de Baía Formosa-RN, segundo aponta o IBGE (2021). Foram abordados 02 dois indivíduos do Grupo B para cada indivíduo do Grupo A. Para o Grupo

Consumidores foi aplicado um questionário, composto de 15 (quinze) perguntas visando conhecer suas características pessoais, econômico-financeiras, grau de conhecimento sobre finanças pessoais e os motivos pelos quais os levam a fazerem uso do fiado no seu dia a dia. iii) “Grupo C – Profissionais Contábeis” constituído por uma amostra de 2 escritórios contábeis correspondentes à 100% da população. Para os profissionais contábeis foram feitas as seguintes perguntas: a) A prática do fiado é evidenciada nos demonstrativos contábeis? b) A que se deve à ausência de evidenciação da prática do fiado?

A todos foram aplicados questionários, em modo de entrevistas estruturadas, visando facilitar a cooperação e não atrapalhar a rotina dos participantes. Algumas questões ofertaram respostas preestabelecidas estimulando o entrevistado a responder dentro do contexto pesquisado. Porém, em contrapartida a estimulação foi dada uma opção de resposta espontânea.

O estudo foi de aplicação prática quanto a sua natureza, de abordagem quanti-qualitativa. O objetivo do estudo foi identificar e compreender os motivos que contribuem para existência da prática do fiado caracterizando-o como pesquisa explicativa segundo (Gil, 1989, p. 46).

O trabalho de pesquisa ocorreu na cidade de Baía Formosa, localizada na mesorregião Leste Potiguar e na microrregião Litoral Sul do Estado do Rio Grande do Norte, que possui uma população atual de 9.322 habitantes, estimada pelo IBGE. Dos quais, 2.963 são considerados ocupados. Sua economia se baseia na extração e processamento da cana-de-açúcar, na pesca artesanal, nos rendimentos oriundos de programas sociais de distribuição de renda e na exploração de atrativos turísticos.

Segundo o IBGE (2021), Baía Formosa-RN possui 94 empresas ativas, subdivididas em diversos ramos de atividades. A amostra deste trabalho contou com a participação de 35 empresas, correspondentes à 37,23% da população.

4 Apresentação e análise dos resultados

4.1 Perfil das empresas e dos empresários.

A amostra composta por 35 empresas apresentou 16 tipos de atividades distintas, com destaque para Mercados e minimercados, vestuário e salão de beleza com 20%, 14,29% e 11,43% de participação na amostra respectivamente.

Quanto ao responsável pela gestão financeira da empresa, o resultado demonstrado na Tabela 1 apontou que 97,14% das empresas têm suas finanças geridas pelo próprio dono e em apenas uma delas a tarefa é delegada a terceiros.

Tabela 1: Grupo A - Perfil dos Empresários - Quem administra a parte financeira da empresa?

Administrador Financeiro	Valor Absoluto	Valor Relativo
Proprietário	34	97,14%
Funcionário contratado	01	2,86%
Membro da família	00	0,00%
Outro	00	0,00%
Total	35	100,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Em seguida buscou-se descobrir o nível de conhecimento e experiência do gestor financeiro das empresas pesquisadas. As respostas contidas na Tabela 2 apontam que mais da metade dos gestores não possuem experiência ou formação financeira para gestão do seu negócio.

Tabela 2: Grupo A - Empresários - A pessoa que administra tem experiência ou formação na área financeira?

Resposta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	17	48,57%
Não	18	51,43%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

4.2 Meios de pagamentos ofertados aos consumidores

A pesquisa levantou quais eram os meios de pagamentos formais e informais ofertados pelas empresas a seus clientes. As Tabelas 3, 4 e 5 demonstram de que forma a questão foi apresentada ao entrevistado e as opções de resposta oferecidas. Para cada opção de resposta, o entrevistado respondia com um “Sim” ou com um “Não”.

Tabela 3: Grupo A - Empresários: Dos meios de pagamentos citados, qual (is) sua empresa utiliza?

Meio de Pagamento	Valor Absoluto	Valor Relativo
Dinheiro	35	100,00%
Cartão de Crédito e Débito	35	100,00%
Transferência Bancária / Pix	33	94,29%
PicPay, Ame Digital ou Outro	08	22,86%
Boleto Bancário	12	34,29%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

A tabela 4 demonstra o resultado relacionado aos meios de pagamentos formais ofertados pelos empresários aos seus clientes. Dinheiro e cartões de crédito e débito tiveram afirmações positivas para 100% dos entrevistados. Para 94,29% deles, transferência bancária e PIX tiveram afirmações positivas e fazem parte do “leque” de meios de pagamentos ofertados.

Tabela 4: Grupo A - Empresários: Dos meios de pagamentos citados, qual (is) sua empresa utiliza?

Meio de Pagamento	Valor Absoluto	Valor Relativo
Cheque a prazo (Pré-datado)	01	2,86%
Convênio (Empresas etc.)	05	14,29%
Fiado / Caderneta	26	74,29%
Outros	00	0,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Em se tratando de meios de pagamentos informais, destaca-se o fiado de caderneta. O resultado apresentado na Tabela 4 mostra que o fiado é ofertado por 74,29% das empresas pesquisadas.

Tabela 5: Grupo A - Empresários: O que mais lhe atrai nos meios de pagamentos formais?

Benefícios dos meios de pagamentos formais	Valor Absoluto	Valor Relativo
Taxa atrativa	09	25,71%
Forma fácil de operacionalizar	34	97,14%
Promoções / Bonificações	05	14,29%
Outros	00	0,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Os meios de pagamentos formais no Brasil atrelados a oferta de crédito (cartões de crédito, crediário formal etc.) enfrentam resistências do empresariado devido ao custo financeiro envolvido na prática e às denúncias decorrentes dos cruzamentos feitos pelos

órgãos governamentais. Essa resistência é ainda maior nas empresas voltadas ao comércio varejista de gêneros alimentícios (Mercados e minimercados), que formam a maioria, por conta da baixa margem de lucro. Outros fatores contribuem para a busca de redução de custos como: Concorrência, dificuldade de acesso a dinheiro em espécie e ao crédito formalizado nas pequenas cidades. Esses fatores em conjunto abrem caminho para o uso da caderneta do fiado.

4.3 Percepção dos empresários quanto à importância, risco e controle da prática do fiado.

O trabalho buscou coletar informações sobre a percepção dos empresários sobre a importância, o risco e o controle da prática do fiado para a gestão financeira do seu negócio. Quanto a importância, foi apresentada a seguinte questão: “*Se sua empresa aceita meios de pagamentos informais, indique a importância dessa prática na gestão do seu negócio.*”. A resposta foi estimulada por três opções de resultado. Sendo: (i) “Essencial. Preciso vender fiado para sobreviver! Aqui é uma prática muito antiga.”; (ii) “Importante. Vendo fiado porque fideliza o cliente e potencializa meu faturamento!”; e (iii) “Irrelevante. As vendas no fiado são insignificativas, não estímulo à venda por este modo.”

O resultado apresentado na Tabela 6 demonstra que 25,71% dos entrevistados afirmam que a prática do fiado é essencial para sobrevivência do seu negócio e 22,86% consideram o fiado uma ferramenta de gestão voltado a alavancagem das vendas. Por outro lado, 51,43% dos entrevistados consideram que a prática do fiado é irrelevante. O resultado apresentou equilíbrio no que diz respeito a dependência do negócio em relação a prática do fiado. Metade dos entrevistados consideram o fiado um aliado, outra metade, apesar de boa parte praticar, não estimula a prática.

Tabela 6: Grupo A - Empresários: Indicador do grau de importância da Prática do Fiado

Grau de importância	Valor Absoluto	Valor Relativo
Essencial	09	25,71%
Importante	08	22,86%
Irrelevante	18	51,43%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Quanto ao risco, foi apresentada a seguinte questão: “*Se sua empresa aceita meios de pagamentos informais, como você avalia o risco envolvido na relação.*”. A resposta foi estimulada por três opções de resultado. Sendo: (i) “Alto. Inclusive já perdi dinheiro com a prática.”; (ii) “Médio. Possuo bom controle e gestão de cobrança e análise de crédito!”; e (iii) “Baixo. Só vendo a quem confio e nunca recebi calote.”

O resultado (Tabela 7) demonstra que mais da metade dos entrevistados afirmam que o risco envolvido na prática do fiado é alto, 25,71% consideram o risco Médio e 20% consideram o risco envolvido baixo.

Tabela 7: Grupo A - Empresários: Indicador de avaliação do risco da Prática do Fiado

Avaliação do Risco	Valor Absoluto	Valor Relativo
Alto	19	54,29%
Médio	09	25,71%
Baixo	07	20,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Quanto ao controle, foi apresentada a seguinte questão: “*Se sua empresa aceita meios de pagamentos informais, como você costuma controlar os valores envolvidos na prática.*”. A resposta foi estimulada por quatro opções de resultado

Tabela 8: Grupo A - Empresários: Controle dos valores envolvidos na Prática do Fiado

Forma de controle	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sistema de Gestão	02	5,71%
Demonstração Contábil	00	0,00%
Somando as anotações na caderneta	25	71,43%
Outro	01	2,86%
Não Possui ou não respondeu	07	20,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

O resultado (Tabela 8) aponta uma grande incidência (71,43%) de afirmações positivas em relação ao uso de “anotações na caderneta” como sendo a única ferramenta de controle da prática do fiado.

4.4 Fatores de concessão de crédito.

Algumas questões buscaram descobrir se as relações sociais interferem nos critérios de concessão de créditos informais aos clientes interessados em comprar fiado. O resultado apresentado nas tabelas 09, 10, e 11 apontam que sim! as relações sociais interferem na hora de conceder ou não crédito informal.

Em uma das questões o entrevistado respondeu sobre: “*qual seria o fator principal, levado em consideração, para aprovação do crédito informal a um cliente?*”. Os resultados revelaram que, para a grande maioria dos entrevistados, questões sociais adquiridas no meio ambiente, tais como: reputação, indicação de um conhecido e tempo de relação de compra à vista, em conjunto ou individualmente, já são critérios suficientes para que seja concedido crédito a um cliente. O resultado pode ser conferido na Tabela 9.

Tabela 9: Grupo A - Empresários: Critério de aprovação de crédito dos clientes

Critérios para aprovação de crédito	Valor Absoluto	Valor Relativo
Apenas reputação	05	14,29%
Apenas indicação de algum conhecido	01	2,86%
Apenas capacidade de pagamento	03	8,57%
Apenas tempo de relação de compra à vista	08	22,86%
Mais de uma opção	15	42,86%
Nenhuma das opções	03	8,57%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

O trabalho de pesquisa buscou descobrir se grupos específicos de clientes com características de vulnerabilidade como desemprego e informalidade fazem parte das carteiras de clientes que compram fiado.

Nessa temática o entrevistado respondeu sobre: “*Qual é a representatividade, analisando seu quadro de clientes, dos grupos de consumidores classificados como: pescadores artesanais, trabalhadores safristas da Usina Vale Verde, pedreiros e ajudantes, desempregados e autônomos?*”. O resultado apresentado na Tabela 10 apontou que para 62,86% dos entrevistados, esses grupos específicos são a maioria dos seus clientes.

Tabela 10: Grupo A - Empresários: Representatividade de grupos específicos no quadro de Clientes

Volume	Valor Absoluto	Valor Relativo
Menos de 10%	05	14,29%
Menos da metade	08	22,86%

Mais da metade	17	48,57%
Mais de 90%	05	14,29%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Em seguida o entrevistado respondeu a seguinte questão: “*Para qual dos grupos de consumidores você concede crédito e vende fiado?*”. O resultado apresentado na Tabela 11 apontou rejeição aos grupos específicos de consumidores. Cerca de 71,43% dos entrevistados afirmaram não conceder crédito informal na forma do fiado a nenhum dos grupos abordados.

Tabela 11: Grupo A - Empresários: Grupo Específico de Consumidores

Grupo Específico de Consumidores	Valor Absoluto	Valor Relativo
Pescadores Artesanais	01	2,86%
Trabalhadores Safristas (Usina Vale Verde)	02	5,71%
Pedreiros	00	0,00%
Desempregados	00	0,00%
Mais de um dos grupos específicos de consumidores	07	20,00%
Nenhum dos grupos específicos de consumidores	25	71,43%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Os resultados apresentados na Tabela 12 apontam que 71,43% dos entrevistados não concedem fiado a Grupos Específicos (Pescadores artesanais, Trabalhadores Safristas da Usina Vale Verde etc.). Com isso, é possível afirmar que, mesmo que de forma subjetiva, os gestores fazem análise de crédito antes de conceder o financiamento informal.

4.5 Perfil dos empresários.

O questionário aplicado ao público empresarial contou com sete questões e objetivou traçar o perfil do empresariado entrevistado. Os resultados demonstrados nas Tabela 12 apontou a predominância de mulheres (62,86%), quanto ao gênero; ensino médio completo (42,86%), quanto ao grau de escolaridade; maiores de 30 anos (60%), quanto à idade. A pesquisa apontou 06 resultados positivos em relação ao grau de escolaridade: “Ensino Superior Completo”. Mas, nenhum dos resultados relaciona-se com formação acadêmica na área administrativa financeira. A exemplo de: Administração de Empresa, Contabilidade, Economia etc.

Tabela 12: Grupo A - Empresários: Perfil do Entrevistado

Gênero	Valor Absoluto	Valor Relativo
Masculino	13	37,14%
Feminino	22	62,86%
Não informado	00	0,00%
Idade	Valor Absoluto	Valor Relativo
Até 25 anos	11	31,43%
De 26 a 30 anos	03	8,57%
De 31 a 40 anos	10	28,57%
De 41 a 50 anos	08	22,86%
Maiores de 50 anos	03	8,57%
Escolaridade	Valor Absoluto	Valor Relativo
Analfabeto	00	0,00%
Fundamental Completo	00	0,00%
Fundamental Incompleto	03	8,57%
Médio Completo	15	42,86%
Médio Incompleto	09	25,71%

Superior Completo	06	17,14%
Superior Incompleto	02	5,71%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

A pesquisa buscou descobrir se os empresários entrevistados haviam procurado auxílio de algum órgão especializado na gestão de negócios, como por exemplo: SEBRAE, Banco do Nordeste etc. A tabela 13 aponta que 77,14% dos empresários entrevistados afirmaram não ter recebido apoio técnico.

Tabela 13: Grupo A - Empresários: *Recebeu auxílio de algum órgão especializado?*

Resposta	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	08	22,86%
Não	27	77,14%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

4.6 Grupo B – Consumidores em relação ao fiado.

O questionário aplicado ao público consumidor reuniu quinze questões com o objetivo de apurar os motivos envolvidos na cultura das pessoas em solicitar crédito informal com foco em adquirir mercadorias e serviços utilizando a confiança como garantia de promessa de pagamento futuro.

As questões iniciais objetivaram descobrir se o colaborador compra ou já comprou fiado alguma vez na vida. Os resultados apresentados nas Tabelas 14 e 15 apontam que a prática do fiado está presente na vida de mais de 90% dos entrevistados.

Tabela 14: Grupo B - Consumidores em relação ao Fiado

Compra ou já comprou fiado neste estabelecimento?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	65	92,86%
Não	05	7,14%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

A prática do fiado está inserida no cotidiano dos consumidores. O público ouvido demonstrou naturalidade ao falar sobre o assunto e para a grande maioria comprar fiado é algo normal, meramente cômodo e satisfatório. Isso implica dizer que o empresariado é quem deve tomar as decisões sobre o assunto.

Tabela 15: Grupo B - Consumidores em relação ao Fiado

Compra ou já comprou fiado em outro lugar?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	57	81,43%
Não	13	18,57%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Em seguida, procurou-se apurar os motivos que semeavam a prática do fiado na visão do consumidor e de que forma ela se iniciava. O entrevistado respondeu a seguinte questão: “Qual o maior motivo de você optar por comprar fiado?”. Os resultados foram estimulados com ofertas de respostas preestabelecidas conforme Tabela 16. As respostas ofertadas traziam em seu núcleo formador palavras-chaves: Comodidade, hábito e costume, objetivando traçar em qual dos núcleos estariam mais concentradas as repostas.

Identifica-se que com 61,43%, prevaleceu a maior incidência no resultado da resposta relacionada à comodidade. Para 24,29% o hábito seria o maior motivo para se pedir fiado. Ninguém respondeu que o costume era o motivo. A análise do resultado dessa questão expôs um fato curioso. Espontaneamente, 14,29% dos entrevistados afirmaram que a dificuldade de acesso a dinheiro em espécie seria o maior motivo para se pedir crédito informal e comprar fiado.

Tabela 16: Grupo B - Consumidores em relação ao Fiado

Qual o motivo para comprar Fiado?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Comodidade em pagar mensalmente	43	61,43%
Não tenho o hábito de comprar para muito tempo, então compro o que falta	17	24,29%
Costume, pois quem efetua o pagamento é meu (minha) marido (esposa) e ele (ela) trabalha o dia todo.	00	0,00%
Outro	10	14,29%
Total	70	100,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

É fato que o município de Baía Formosa-RN não dispõe de agentes financeiros (bancos) e não existe caixa eletrônico que permita o acesso a dinheiro em espécie. A oferta é limitada a dois agentes credenciados que funcionam paralelamente as suas atividades principais e uma casa lotérica. Àqueles que pacientemente suportam as longas filas é dada a possibilidade de sacar baixas quantias.

Buscou-se saber se os entrevistados tinham acesso a meios de financiamento formais. Exemplo: Cartão de Crédito, cheque especial, talão de cheques etc. Para 64,29% a resposta foi afirmativa. Ou seja, possuíam sim meios de pagamentos formais (Tabela 17). O cartão de crédito aparece como o mais citado.

Tabela 17: Grupo B - Consumidores em relação ao acesso aos meios de pagamentos formais

Possui alguma forma de financiamento oficial para suas compras?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	45	64,29%
Não	25	35,71%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

A pesquisa também abordou a proposta de incentivo à utilização de meios de pagamentos formais. Foi perguntado: “Se você soubesse que pagando à vista teria desconto, você faria esforço para passar a pagar à vista?”. O resultado contido na Tabela 18 aponta que 88,57% dos entrevistados afirmaram que sim, comprariam! Isso demonstra a falta de estratégias por parte do empresariado em ofertar opções de pagamentos incentivados por propostas que visem induzir o consumidor a abdicar da comodidade de comprar fiado em detrimento aos benefícios envolvidos na prática da compra à vista.

Tabela 18: Grupo B - Consumidores em relação a incentivos para utilização de meios de pagamentos formais

Se você soubesse que pagando à vista teria desconto, você faria esforço para passar a pagar à vista?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	62	88,57%
Não	05	7,14%
Não responderam	03	4,29%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

A Tabela 19 mostra os resultados sobre afirmações dos entrevistados no que diz respeito aos serviços de proteção ao crédito (Serasa/SPC). 75,71% dos entrevistados

afirmaram que não estão com pendências financeiras inscritas. O resultado poderia ser considerado positivo se não fosse o fato de que a pesquisa não buscou saber o nível de inadimplência da prática do fiado.

Tabela 19: Grupo B - Consumidores em relação a restrição a créditos

Seu nome está com pendências junto ao SERASA/SPC?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	16	22,86%
Não	53	75,71%
Não responderam	01	1,43%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

“Qual o motivo que mais te impede de comprar à vista?”. Esta pergunta fez parte do questionário dirigido ao Grupo B – Consumidores e o resultado apresentado na Tabela 20 apontou que, para 47,14% dos colaboradores, a falta de planejamento financeiro seria o principal motivo de não se conseguir comprar à vista. 37,14% responderam que o motivo seria a dificuldade de acesso ao dinheiro em espécie, 7,14% não responderam, 4,29% atribuíram o motivo a falta de incentivos dos lojistas em ofertar promoções, 2,86% afirmaram que o motivo estaria ligado ao costume de comprar fiado e, para 1,43% seria em função da forma de pagamento não oferecida pela loja respectivamente.

Tabela 20: Grupo B - Consumidores em relação a compras à vista

Qual o motivo que mais te impede de comprar à vista?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Dificuldade de acesso de ao dinheiro em espécie	26	37,14%
Costume	02	2,86%
Falta de descontos e incentivos à compra a vista	03	4,29%
Falta de planejamento	33	47,14%
A loja não aceita o meio de pagamento disponível	01	1,43%
Não responderam	05	7,14%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

4.8 Grau de vulnerabilidade dos consumidores.

As duas últimas questões dirigidas aos consumidores buscaram relacionar o perfil dos entrevistados com o grupo específico considerado vulnerável e propício a recorrer a prática do fiado para satisfazer suas necessidades básicas.

Tabela 21: Grupo B - Perfil dos Consumidores quanto a sua profissão

Profissão	Valor Absoluto	Valor Relativo
Grupo específico (Trabalhadores rurais, pescadores, autônomos etc.)	32	45,71%
Outros	38	54,29%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

A Tabela 21 demonstra que 45,71% dos entrevistados afirmaram fazer parte do grupo específico de pescadores artesanais, trabalhadores rurais safristas, autônomos, desempregados etc. Já 54,29% afirmaram que não fazem parte do grupo considerado específico. O resultado demonstrou que 57,14% (Tabela 22) dos entrevistados encontram-se em situação de vulnerabilidade no que diz respeito a possuir uma fonte confiável e segura de renda para contrapor com os compromissos assumidos na relação de compra e venda informal através da prática do fiado. Onde 28,57% são de trabalhadores informais, 27,14% de desempregados e 1,43% de pescadores que aguardam o tempo melhorar para irem ao mar pescar.

Tabela 22: Grupo B - Consumidores: Situação atual relacionado ao mercado de trabalho

Situação atual	Valor Absoluto	Valor Relativo
Trabalhando no setor privado	17	24,29%
Trabalhando no setor público	07	10,00%
Desempregado	19	27,14%
Aguardando início da safra da cana	00	0,00%
Aguardando melhorar o tempo para ir pescar	01	1,43%
Trabalhador informal / Trabalho em casa por conta própria	15	21,43%
Trabalhador informal / Trabalho para outra pessoa	05	7,14%
Apenas estudo	02	2,86%
Desisti de procurar emprego e vivo dos auxílios do governo	00	0,00%
Outros	04	5,71%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

4.9 Grupo C – Profissionais Contábeis.

O trabalho de pesquisa abordou o público formado pelos contadores e escritórios contábeis existentes na cidade de Baía Formosa-RN. A amostra pesquisada contou com 100% da população formada por dois escritórios que têm como seus gestores proprietários profissionais contadores. Aos dois profissionais foram feitas duas perguntas: i) “*A prática do fiado é evidenciada nos demonstrativos contábeis das empresas que fazem parte dos seu hall de clientes?*”; ii) “*Caso negativo, a que se deve à ausência de evidenciação da prática do fiado?*”.

Tabela 23: Grupo C - Profissionais Contábeis em relação a demonstrações e evidenciação da Prática do Fiado.

A prática do fiado é evidenciada nos demonstrativos contábeis?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Sim	00	0,00%
Não	02	100,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Os resultados da pesquisa aplicada aos profissionais contábeis constam nas Tabelas 23 e 24. O resultado demonstra que, para 100% dos profissionais entrevistados, a prática do fiado não é evidenciada nas demonstrações contábeis e apontam a dificuldade de apuração cumulada com a prestação de serviços básicos de contabilização voltados para apuração fiscal como justificativas para esse comportamento.

Tabela 24: Grupo C - Profissionais Contábeis e evidenciação da Prática do Fiado.

A que se deve a ausência de evidenciação da prática do fiado?	Valor Absoluto	Valor Relativo
Dificuldade de apuração das anotações de caderneta	01	50,00%
Contabilização básica voltada a apuração fiscal	01	50,00%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados dos questionários aplicados em 2021.

Os dados apresentados como resultado da pesquisa demonstram o enraizamento da prática do fiado no dia a dia das pessoas fomentada pela estreita relação social presente nos pequenos municípios, pela dificuldade de acessos aos créditos formais e ao dinheiro em espécie no município de Baía Formosa-RN. A falta de conhecimento administrativo financeiro por parte dos empresários contribui a adoção de práticas informais de pagamento, entre elas o fiado.

5 Considerações finais

O trabalho de pesquisa evidenciou que a prática do fiado faz parte do ambiente de negócio e do cotidiano para a maioria das empresas e consumidores do município de Baía Formosa-RN respectivamente. Podemos considerar que a prática está inserida na cultura comercial do município de Baía Formosa-RN. E, que essa prática não tem prazo definido para deixar de existir.

Ficou claro que as relações sociais fomentam a prática do fiado onde empresários buscam equilíbrio para manter e alavancar seus negócios e consumidores encontram comodidade e praticidade na hora de comprar com a possibilidade de concentrar o vencimento no futuro. Nesse contexto as boas práticas de gestão financeira são deixadas em segundo plano e prevalece o amadorismo na gestão financeira das empresas.

Restou comprovado que o grupo específico mais vulnerável formado por pescadores, desempregados, trabalhadores rurais sazonais etc., abordado na pesquisa sofre restrições na hora de concessão de crédito informal. Isso significa que, mesmo que de forma muito subjetiva, os empresários fazem análise de crédito antes de conceder o financiamento informal. Na hora de conceder crédito, a condição de pagamento de cada indivíduo e sua reputação são os principais adjetivos a serem levados em consideração.

O trabalho contribuiu para demonstrar a falta de controle e conhecimento dos gestores e empresários do município no que diz respeito a gestão financeira de seus negócios. Pois, mesmo atualmente onde ferramentas de controle e gestão de pequenos negócios são ofertadas a um custo baixíssimo, a prática de anotações em cadernetas prevalece sobre investimentos em ferramentas de controle gerencial e análise de informações geradas pela contabilidade.

O estudo limita-se em função da baixa população pesquisada, do ambiente de negócio existente no município de Baía Formosa-RN, da influência social do pesquisador junto ao público pesquisado onde, por exemplo, as respostas podem não representar a verdade por vergonha de afirmar prejuízos ou omissão de fatos relevantes.

O estudo demonstrou que o profissional contábil pode explorar esse público e pôr a disposição do público, seus conhecimentos de gestão e controladoria para que os empresários possam aplicá-los no seu dia a dia. Com essa oferta, os profissionais proporcionarão aos gestores a possibilidade de alcançarem novos patamares na gestão de seus negócios. Com o apoio do profissional contábil, por exemplo, os empresários poderão substituir as tradicionais cadernetas de anotações por sistemas de controle para, com isso, controlar os prazos de recebimentos e evitar perdas por inadimplência. Também poderá incentivar os empresários a se organizarem socialmente com o objetivo de formar força e voz junto ao poder público e a rede bancária para que o município possa ofertar formas de acesso ao dinheiro em espécie e ao crédito formal. Práticas como estas contribuiriam para o incentivo da utilização de crédito formal (dinheiro, cartão de crédito e débito etc.) e diminuição da cultura da prática do fiado.

Referências

- ESTADÃO (2017) Com a crise, fiado volta a ganhar força. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,com-a-crise-fiado-volta-a-ganhar-forca,70001705201>. Acesso em: 20 out. 2020.
- Gil, A. C., (1989) Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 2. Ed. São Paulo: Atlas.
- HOLANDA, S. B. de, (1995) Raízes do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras.
- IBGE (2021) Cadastro Central de Empresas. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/baia-formosa/pesquisa/19/29761>. Acesso em: 15 mai. 2021.

- Iudícibus, S., Martins, E., Gelbcke, E. R., (2003) Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações (aplicável às demais sociedades). 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Mosimann, C. P. & Fisch, S. (1999). Controladoria: seu papel na administração de empresas. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Normas Simplificadas para PME's | Conselho Federal de Contabilidade (cfc.org.br). Disponível em: <https://cfc.org.br/tecnica/normas-brasileiras-de-contabilidade/normas-simplificadas-para-pmes/>. Acesso em: 12/05/2021.
- Ribeiro, O. M., (2008) Demonstrações financeiras: mudanças na lei das sociedades por ações: como era e como ficou. São Paulo: Saraiva.
- Rogers, D. & P., (2021) O Perfil do Empreendedor e as Práticas Empresariais Associadas à Oferta de Crédito Comercial Informal. *Revista Gestão & Regionalidade*, v. 37, n. 110, p. 300-316, jan. a mar. ISSN 2176-5308. São Caetano do Sul, SP.
- Sebrae (2014). Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>. Acesso em: 20 de outubro de 2020.
- Sebrae (2016). Sobrevivência das empresas no Brasil. Disponível em <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2017/04/Sobreviv%C3%Aancia-deEmpresas-no-Brasil-2016-FINAL.pdf>. Acesso em 13 de outubro de 2017.