

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

ARTHUR GUSTAVO ROSENDO DE PAULA

**UM ESTUDO SOBRE O USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DE TRIUNFO – PARAÍBA**

**JOÃO PESSOA
2014**

ARTHUR GUSTAVO ROSENDO DE PAULA

**UM ESTUDO SOBRE O USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DE TRIUNFO – PARAÍBA.**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis, do Departamento de Finanças e Contabilidade, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora Pro (ª) Ms. Sheila Sayuri Kataoka.

**JOÃO PESSOA
2014**

ARTHUR GUSTAVO ROSENDO DE PAULA

**UM ESTUDO SOBRE O USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DE TRIUNFO – PARAÍBA.**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Resultado: _____

João Pessoa, _____ de _____ de 20_____

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^ª. Ms. Sheila Sayuri Kataoka

Prof^º. Dr. Aldo Leonardo Cunha Callado

Prof^ª. Ms. Mirza Cunha Saraiva

*Dedico este Trabalho em especial aos meus pais,
por todo o esforço, dedicação e apoio em cada
momento de minha vida.*

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a Deus primeiramente, por toda coragem, força e determinação pra vencer todos os desafios e poder realizar mais um sonho.

Em especial minha família, minha base, que me apoiou sempre. Se mostrando presentes em todos os momentos da minha vida, principalmente nesse momento da realização de mais um sonho. Em especial aos meus pais, Raimundo Rosendo e Auda de Paula por terem contribuído com a minha formação, caráter, educação e também meus agradecimentos a minha avó Severina, minha tia Sandra, minha irmã Aline e ao meu irmão Arlan, obrigado pelo amor e carinho.

A minha orientadora Ms. Sheila Sayuri Kataoka, pelo auxílio, incentivo, presteza e ensinamentos para a conclusão desta monografia.

Aos meus amigos Andréia Kérsia, Aline Melo, Camila Maia, Darly Dayane, Evllon Sá, Joelton Duarte, Josyas Amaro, Juliana Cavalcante, Renata Constantino por todo carinho, palavra amiga, apoio, respeito e atenção comigo durante esses anos de graduação.

Aos empresários das micro e pequenas empresas de Triunfo - PB por todo apoio e colaboração.

In memoriam ao meu avô materno e minha avó e avô paterno.

Por fim, a todas as pessoas que tive a oportunidade de conviver esses anos na universidade e também todos aqueles que passaram na minha vida e que contribuíram de alguma forma para a realização de mais um sonho. Meu muito obrigado.

“A contabilidade nasceu com a civilização e jamais deixará de existir em decorrência dela; talvez, por isso, seus progressos quase sempre tenham coincidido com aqueles que caracterizam os da própria evolução do ser humano” (Antônio Lopes de Sá).

RESUMO

As micro e pequenas empresas representam mais de 90% das empresas do Brasil, sendo responsáveis pelo desenvolvimento e crescimento econômico, como também contribuem na geração de novos empregos. O presente trabalho tem como área de estudo a contabilidade gerencial e o objetivo deste foi identificar o uso da informação contábil pelos gestores das micros e pequenas empresas da cidade de Triunfo, às informações contábeis produzidas e fornecidas pela contabilidade gerencial. Para o alcance desse objetivo foram investigados se essas informações são ou não utilizadas no processo decisório, como também identificar o perfil desses gestores. Para ter embasamento do tema proposto, foi analisado obras de vários autores e legislação aplicada, fazendo assim uma revisão da literatura. Em seguida foi utilizada uma pesquisa de campo com 47 empresários donos de micro e pequenas empresas da cidade de Triunfo – PB através de um questionário com todas as questões fechadas, onde foi constatado que maioria dos entrevistados já estão instalados no mercado local a algum tempo. Os empresários entrevistados, na maioria, classificam as informações transmitidas pelos seus contadores como sendo uma linguagem satisfatória, mas admitem que ainda há dificuldade no entendimento e conhecimento sobre o assunto abordado, 72% dos entrevistados já utilizaram algum tipo de informação contábil na hora de tomar alguma decisão e grande parte dos entrevistados não tem conhecimento sobre contabilidade gerencial. Desta forma, conclui-se que os micros e pequenos empresários da cidade de Triunfo- PB enxergam a contabilidade apenas como uma ferramenta utilizada para fins fiscais e tributários, apesar desses empresários considerarem importantes as informações geradas pela contabilidade.

PALAVRA-CHAVE: Informação contábil. Micro e pequena empresa. Contabilidade gerencial.

ABSTRACT

Small enterprises account for over 90 % of the companies in Brazil, being responsible for economic development and growth, but also contribute to the creation of new jobs. The study area of this present work is the accounting management and the aim of this was to identify the use of accounting information by the managers of small enterprises in the city of Triunfo, produced and supplied by the accounting management information. To achieve this goal it was investigated whether or not this information is used in decision-making, but also identify the profile of these managers. For the basement of the subject, works of several authors and applied laws were analyzed, after that, a literature review was made. Then, a field research with 47 owners of small businesses in the city of Triunfo (PB) was used, through a questionnaire with closed questions, where it was found that most respondents are already installed on the local market for some time. Entrepreneurs interviewed mostly classified the information provided by their accountants as being a satisfactory language, but admit that there is still difficulty in understanding about the subject matter, 72% of respondents have used some kind of accounting information when making some decision and most of the respondents have no knowledge about management accounting. Thus, it is concluded that small entrepreneurs in the city of Triunfo viewed accounting only as a tool for tax purposes, despite these entrepreneurs consider the important information generated by accounting.

Keywords: Accounting Information. Micro and Small Enterprises. Managerial Accounting.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01. Evolução do número de microempresas abertas no ano de 2008 à 2012 na cidade de Triunfo e no estado da Paraíba.....	19
Gráfico 02. Evolução do número de empresas de pequeno porte abertas no ano de 2008 á 2012 na cidade de Triunfo e no estado da Paraíba.....	20
Gráfico 03. Evolução do número de microempresas fechadas na cidade de Triunfo e em todo estado da Paraíba no período de 2008 à 2012	33
Gráfico 04. Evolução do número de empresas de pequeno porte fechadas na cidade de Triunfo e em todo estado da Paraíba no período de 2008 à 2012	33

LISTA DE FIGURA

Figura 01 – Uma Hierarquia da Qualidade Contábil.....	38
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 01. Comparativo do enquadramento das micro e pequenas empresas com LC nº 123/06 com alterações da LC 139/11.....	28
Tabela 02. Classificação das MPes segundo o número de empregados	28
Tabela 03. A classificação de porte de empresa adotada pelo BNDES e aplicável a todos os setores	28
Tabela 04. Mortalidade das micro e pequenas empresas.....	32
Tabela 05. Características básicas da contabilidade financeira e gerencial.....	41
Tabela 06. Idade dos pesquisados	46
Tabela 07. Grau de instrução dos pesquisados	46
Tabela 08. Período que a empresa estar em funcionamento no mercado local.....	48
Tabela 09. Para que serve a contabilidade ou contador da sua empresa	50
Tabela 10. Com que frequência recorre ao seu contador à procura de informações e para tirar dúvidas	50
Tabela 11. Qual o nível de conhecimento sobre as informações fornecidas pela contabilidade.....	51
Tabela 12. Como você classifica as informações transmitidas pelo seu contador	52
Tabela 13. Você sabe o que é contabilidade gerencial	52
Tabela 14. Os relatórios fornecidos pela contabilidade são utilizados.	53
Tabela 15. Já foi utilizado algum tipo de informação contábil na hora de tomar alguma decisão	53
Tabela 16. Caso sejam fornecidos relatórios, de que forma esses ajudam na tomada de decisão	54
Tabela 17. Estaria disposto a pagar mais ao contador por outras informações adicionais sobre a situação econômica e financeira da sua empresa	55

LISTA DE ABREVIATURAS

Art. – Artigo

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CFC – Conselho Federal de Contabilidade

CPC – Comitê de Pronunciamento Contábil

EI – Empreendedor Individual

EIRELI – Empresa Individual de Responsabilidade Limitada

EPP – Empresa de Pequeno Porte

FASB - Financial Accounting Standards Board

FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE – Instituto Brasileiro Geografia e Estatística

IBPT - Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário

INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

JUNCEP – Junta Comercial do Estado da Paraíba

LC – Lei Complementar

LTDA -Sociedade Limitada

MPE – Micro e Pequenas Empresas

ME - Micro Empresa

MEI – Micro Empreendedor Individual

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

PB - Paraíba

PIB – Produto Interno Bruto

PNAD - Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicilio

S.A – Sociedade Anônima

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de Software

TEA - Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1.1 OBJETIVOS.....	17
1.1.1 Objetivo geral.....	17
1.1.2 Objetivo específicos.....	17
1.2 Justificativa	17
2 REVISÃO DA LITERATURA	21
2.1 Empreendedor: Definição e características.....	21
2.1.1 Perfil do empreendedor.....	24
2.2 Políticas Públicas quanto à classificação das micro e pequenas empresas.....	26
2.2.1 Fatores que ocasionam a mortalidade e a taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas.....	31
2.3 Teoria da comunicação aplicada a contabilidade.....	35
2.4 Contabilidade informacional	37
2.4.1 Características da informação contábil.....	38
2.4.2 Usuários das demonstrações contábeis	39
2.4.3 Contabilidade financeira X contabilidade gerencial	41
3 METODOLOGIA	44
3.1 População amostral.....	45
3.1.1 Tratamento dos dados	45
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	45
4.1 Perfil dos entrevistados.....	45
4.2 Utilização da contabilidade.....	49
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
5.1 Recomendações	56
REFERÊNCIAS	58
APÊNDICE A: Questionário	64

INTRODUÇÃO

O presente estudo pretende contribuir com o entendimento da contabilidade gerencial como o ramo das Ciências Contábeis que é responsável por produzir informações que sejam úteis e que possam auxiliar os gestores, controller, administradores no processo decisório. Porém, este estudo limita-se a análise nas empresas de micro e pequeno porte. Em 2012, as micro e pequenas empresas, representavam cerca de 99% das empresas no Brasil, onde são responsáveis por contribuir em 25% na formação do Produto Interno Bruto (PIB) do país. (MURNO, 2012).

A contabilidade é considerada como uma ferramenta indispensável em qualquer empresa, independente do seu porte, seja Micro Empreendedor Individual (MEI), micro, pequena ou de grande porte, esta se faz presente como instrumento em alguns casos obrigatórios, pois através dela pode-se ter controle e verificar a situação econômica e financeira da empresa. E enquanto ciência tem como principal objetivo fornecer informações com alto grau de confiabilidade aos seus diversos tipos de usuários de acordo com as suas necessidades.

De acordo com Vasconcelos (2001, pág. 24):

As atividades contábeis passaram a exercer o papel de auxiliar da administração, fornecendo informações precisas e distintas sobre as mudanças ocorridas no patrimônio, a cada momento, para a tomada de decisões, em todos os níveis de sua atividade e colaborar para o crescimento das entidades.

Com isso, os gestores das empresas precisam de informações que sejam precisas, com tempestividade e coerentes, que possam ser úteis e utilizadas por toda a empresa, desde o planejamento, execução, controle das ações realizadas pela empresa, como também no processo decisório.

Segundo Marion (2008, p.23):

A Contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos, mensurando-os monetariamente, registrando-os e resumindo-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem sobremaneira para a tomada de decisões.

Os conceitos de Micro e Pequenas Empresas (MPE's) são encontrados na Lei geral das micro e pequenas empresas é baseado no faturamento anual. Para se enquadrar como microempresa, o faturamento anual não pode ultrapassar R\$ 360.000,00 e para a Pequena empresa o faturamento fica entre R\$ 360.000,00 e R\$ 3,6 milhões.

De acordo com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2007), estas pequenas organizações são bem vistas, pois promovem fortes modificações tecnológicas no mercado. Porém, em contrapartida, sob a ótica clássica, incidem em custos excessivos para a economia como resultado de escalas de produção ineficientes.

Com relação à sobrevivência dessas empresas criadas nos últimos anos, no estado da Paraíba, o índice de sobrevivência é alto, onde aparece em segundo lugar entre as capitais do Brasil, conforme pesquisa divulgada do SEBRAE – Paraíba (PB), sendo a primeira pesquisa desse caráter realizada em 2007.

Uma das aspirações mais comuns entre os assalariados do Brasil é ser um empreendedor, seja MEI, micro ou pequeno, onde é uma atividade que ainda tem vários obstáculos a serem vencidos, sendo o principal deles a morte precoce.

A morte precoce ou curta duração das micro e pequenas empresas nos primeiros anos de existência é causada principalmente por alguns fatores como: a falta de capital de giro, alta carga tributária, falta de clientes e a concorrência. Tais fatores fazem com que muitas dessas empresas fechem as portas antes dos dois primeiros anos de funcionamento.

Outro fator que pode causar a morte precoce dessas empresas é a falta de preparo e treinamento adequado aos empresários no momento de abrir sua própria empresa, com isso implicará na dificuldade de enfrentar as adversidades do mercado. A falta do uso de outros instrumentos, como ferramentas contábeis, um bom sistema de informática, o uso de software, deficiência na comunicação com seu contador, que poderiam auxiliar num conhecimento melhor sobre a situação financeira e econômica da empresa. São fatores que podem indicar a dificuldade para continuidade do negócio.

A contabilidade pode contribuir na diminuição da mortalidade dessas empresas. Com o uso adequado da informação contábil com tempestividade, relevância, confiáveis e bons sistemas de informação para auxiliarem no processo de tomada de decisão por parte dos administradores.

O uso da informação contábil pode auxiliar os gestores das empresas, principalmente das micro e pequenas empresas no processo de tomada de decisão, por considerar que esses empreendimentos representem uma grande parcela do total das empresas abertas e em funcionamento no país.

Devido às constantes mudanças ao longo dos anos no cenário econômico, faz-se necessário que os empresários estejam cada vez mais preparados para enfrentarem as adversidades do mercado. Isso por que o índice de mortalidade nos primeiros anos de vida das empresas ainda é alto, devido a diversos fatores como: falta de preparo adequado, competitividade, problemas financeiros, má gestão, falta de capital.

Diante do exposto surge o seguinte questionamento:

Qual o uso da informação contábil para as micro e pequenas empresas da cidade de Triunfo – Paraíba?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar o uso da informação contábil para as micro e pequenas empresas da cidade de Triunfo - PB.

1.1.2 Objetivos Específicos

- ❖ Identificar o perfil dos gestores das empresas pesquisadas;
- ❖ Verificar a importância dada pelos empresários às informações fornecidas pelo profissional de contabilidade;
- ❖ Identificar a utilização da informação contábil no processo decisório por parte das micro e pequenas empresas da cidade de Triunfo – PB.

1.2 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Por ser considerada a informação contábil como influente enquanto instrumento de auxílio na tomada de decisão por gestores de empresas é que esse estudo foi desenvolvido.

Levando em consideração que o número de Micro e Pequenas Empresas no Brasil são grandes em comparação com as empresas de grande porte e que estas contribuem para o crescimento econômico gerando mais empregos, trazendo prosperidade e riqueza.

Quando se trata da taxa de nascimento de empresas no Brasil, estudos mostram que foram criadas em todo o território nacional 1.259.102 novas empresas no período de janeiro a agosto de 2013, o que representou um crescimento de 4,3% em relação a igual período de 2012, de acordo com Indicador Serasa Experian de nascimento de empresas (SERASA Experian, 2013).

Ainda segundo o estudo, a região Nordeste registrou o maior aumento no número de nascimentos de novas empresas durante os oito primeiros meses de 2013 na comparação com igual período do ano passado (alta de 5,7%), seguida das regiões Sul (com aumento de 5,4%), Centro-Oeste (com 4,2%), Sudeste (com 3,9% de crescimento) e Norte (1,7%). A partir da necessidade de entender se decisões tomadas com base na informação contábil, permitem as empresas se manterem de maneira competitiva no mercado atual, o que justifica a presente pesquisa. Isso porque estudos comprovam que a mortalidade nas micro e pequenas empresas

nos seus primeiros anos de existência é alta, devido a fatores como inexperiência, fatores econômicos, despesas excessivas e dentre outras causas.

De acordo com dados do SEBRAE (2003), 31% das empresas fracassam nos primeiros anos e 60% não conseguem chegar a 5 anos de vida, devido ao mercado competitivo e as necessidade de se adequar as exigências crescentes.

Contudo, estudos realizados recentemente pelo Empresômetro - IBPT (AMARAL, 2013) apontam que essa taxa de mortalidade das empresas vem sendo reduzida. Porém, 15,41% dos empreendimentos morrem no primeiro ano de vida. Entre um e cinco anos, cerca de 41,86% das empresas fecham as portas e até 14 anos esse percentual chega a mais de 75% das empresas que encerram suas atividades. Quando se compara com dados da década de 70, percebe-se que esse índice de empresas, que encerraram suas atividades no primeiro ano de vida, era praticamente o dobro, ou seja, 29,15%. De um a cinco anos naquela década, 59,81% dos empreendimentos terminavam as suas atividades e mais de 85% finalizaram suas atividades até os 14 anos de vida. Um dos motivos que explica essa redução da mortalidade é o aumento no nível de escolaridade por parte dos empresários.

Segundo estudos divulgados pelo SEBRAE (2013), de acordo com dados da Pesquisa Nacional por amostra de domicílio (PNAD, 2011), do total de 16.382.922 donos de negócios no Brasil, em termos de escolaridade, 47% dos donos de negócio têm até o fundamental incompleto, 11% possuem o fundamental completo, 28% detêm o ensino médio completo (ou incompleto), 3% apresentam o ensino superior incompleto, 10% possuem o ensino superior completo ou mais e 0,2% não declararam o nível de escolaridade.

Como se pode observar, ainda é alto número de empreendedores com grau de escolaridade baixo, o que consegue contribuir na mortalidade cada vez mais precoce das empresas. Contudo, vale salientar que quanto maior o grau de escolaridade do empreendedor, maior será a capacidade de entendimento, interpretação de informações do mercado, maior será a taxa de sobrevivência de sua empresa, pois o empreendedor precisa entender o mercado onde seu empreendimento está inserido, ter maior conhecimento para poder gerenciar com maior eficácia.

O grau de escolaridade dos empresários no interior ainda é considerado baixo, visto que boa parte desses empresários não tem sequer o ensino fundamental completo, um dos motivos segundo esses empresários afirmam que não tiverem a oportunidade de estudar, é a falta de tempo e por achar que apenas saber ler e ter conhecimentos básicos já seriam suficientes para abrirem o seu próprio negócio, arriscar a “sorte”.

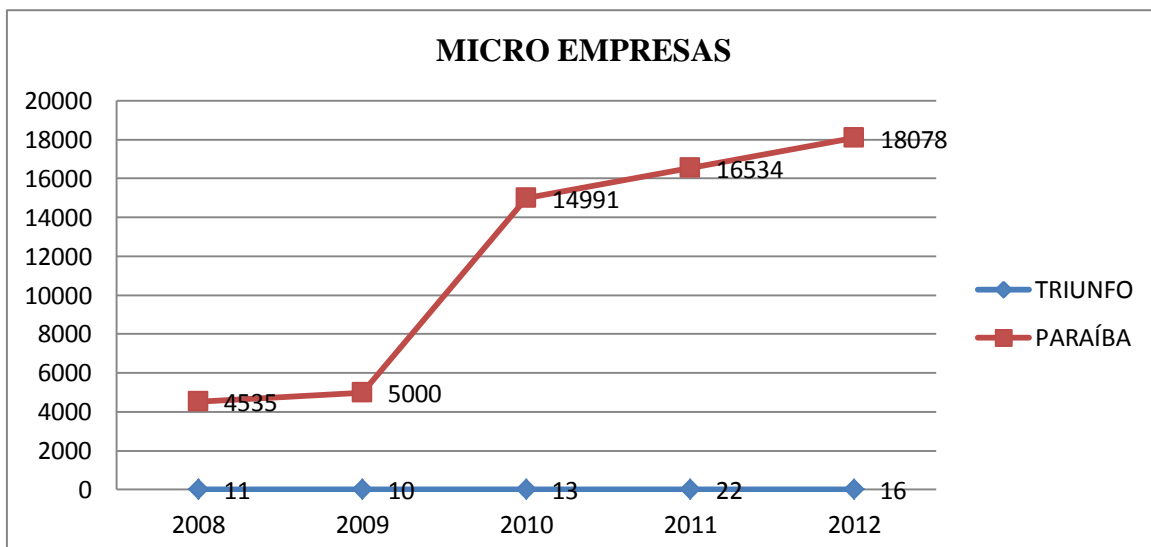
A cidade de Triunfo está localizada na região Oeste da Paraíba, cerca de 513 km da capital João Pessoa. Inicialmente foi um distrito criado pela lei municipal nº 145, de 24/06/1957, subordinado ao município de Antenor Navarro. Mas a partir de 20/12/1961 foi elevado à categoria de município com a criação da lei estadual nº 2637, se desmembrando da cidade de São João do Rio do Peixe. Na época denominada Antenor Navarro.

De acordo com dados do último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013), dados do censo de 2010, a cidade Triunfo possui uma área da unidade territorial (Km²) de 219, 86. Com uma população de 9.220 habitantes e uma economia baseada na agricultura, pecuária e comércio.

A Junta comercial do estado da Paraíba (JUNCEP –PB, 2013), mostra que entre os anos de 2008 a 2012 na cidade de Triunfo – PB, foram abertas 74 empresas na sua totalidade, sendo 72 micro e apenas duas de pequeno porte, o que corresponde a 0,121% do número de microempresas a nível estadual e se comparado com o número de pequenas empresas, esse percentual representa uma parcela de apenas 0,139% . Do total. 97,29% são de microempresas que foram abertas nesse período.

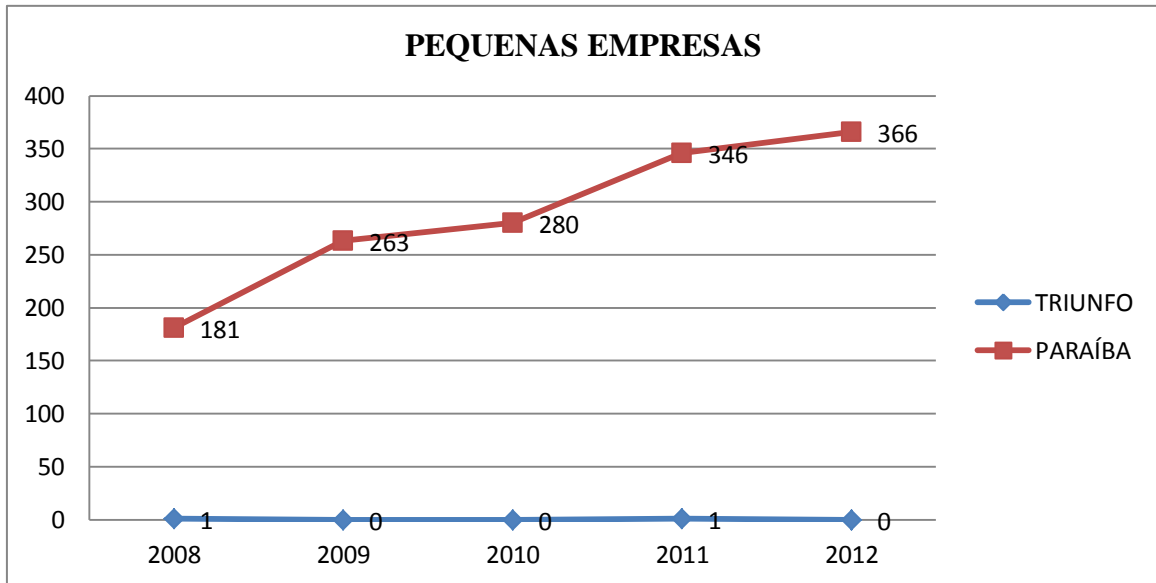
Neste mesmo período em todo o estado da Paraíba, o número total de empresas abertas foi de 60.574, sendo 59.138 mil micro e 1.436 mil empresa de pequeno porte, mostrando que cerca de 97,63% é de microempresas número bem considerável, se comparado com o total de empresas de pequeno porte. Assim, reforça as estatísticas que mostram a superioridade no número de microempresas em relação às empresas de pequeno e de grande porte. Os gráficos 01 e 02 demonstram esse crescimento.

Gráfico 01. Evolução do número de microempresas abertas no ano de 2008 á 2012 na cidade de Triunfo e no estado da Paraíba.



Fonte: JUCEP, 2013.

Gráfico 02. Evolução do número de empresas de pequeno porte abertas no ano de 2008 á 2012 na cidade de Triunfo e no estado da Paraíba.



Fonte: JUCEP, 2013.

Desta forma, a cidade de Triunfo foi escolhida como local de pesquisa, por considerar que ainda há carência de estudos sobre o tema proposto na região e no próprio município, onde visa contribuir para que os gestores dessas Micro e Pequenas empresas possam refletir sobre a relevância das informações produzidas pela contabilidade e que essas possam ser úteis auxiliando-os no processo decisório. Podendo esse estudo colaborar de alguma forma para a cidade e região, ainda para outros profissionais e alunos de áreas afins, governo e instituições de ensino superior que se interessam pela temática desenvolvida nesse trabalho.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesse capítulo será exposto à fundamentação teórica para o entendimento do assunto abordado pela pesquisa. Inicialmente será exposto o perfil do empreendedor e as principais características do empreendedorismo. Na sequência, será apresentada a classificação das micro e pequenas empresas quanto ao porte, através da legislação e órgãos competentes, como também a taxa de mortalidade e sobrevivência das empresas. Por fim, apresenta-se a teoria da comunicação e a importância da contabilidade informacional no processo decisório da empresa.

2.1 Empreendedorismo: Definição e características.

O empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como SEBRAE e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Assim, a figura do empreendedorismo vem ganhando muito espaço nos últimos anos no Brasil, como acima citado, principalmente no final da década de 1990. Sobretudo a partir de 2007, quando entrou em vigor a Lei Geral da micro e pequena empresa, em 2008 a Lei do Microempreendedor Individual, incentivando ainda mais o surgimento de novos empreendedores (SILVEIRA et al, 2013).

O momento atual caracterizado por mudanças enfatizam os empreendedores, personagens que estão eliminando as barreiras comerciais e culturais, além de encurtar distâncias, renovar conceitos e quebrar paradigmas. As grandes empresas brasileiras tiveram que se reinventar nos últimos anos, para sobreviverem às mudanças globais e a acirrada competitividade. Estes fatos proporcionaram algumas consequências, como o aumento no índice de desemprego. Mas possibilitou o aumento na taxa de criação de novas micro e pequenas empresas. Porém, a taxa de sobrevivência das mesmas é uma preocupação do Governo e outras entidades (DORNELAS, 2008).

Segundo Hisrich e Peters (2004, p. 27):

Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Empreender é projetar ideias e aproveitar oportunidades, sempre pronto a superar novos desafios, estar disposto a mudar situações, caso não ocorra como previsto, não desanimar diante do primeiro obstáculo que aparecer, mas resistir com muita determinação e perseverança, acreditando que é capaz de realizar seus projetos (DORNELAS, 2008).

Devido ao novo cenário econômico, fez-se necessário uma reorganização das empresas brasileiras, surgindo novos negócios. Com essas mudanças o empreendedorismo no Brasil vem ganhando espaço cada vez maior. Fatos decorrentes das imposições sucessivas do fenômeno da globalização, surgimento de novas tecnologias e a rapidez com que essas tecnologias vão surgindo, buscando estabilidade econômica e competitividade no mercado.

Segundo pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Brasil possui a maior Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) em 2010 (17,5%), quando comparado aos 59 países que participaram da pesquisa. A TEA média brasileira de 2002 a 2010 é de 13,38%. TEA é a proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos na condição de empreendedores de negócios nascentes, ou seja, com menos de 42 (quarenta e dois) meses de existência. (Portal Brasil, 2012). Em 2011 o Brasil, possuía 27 milhões de pessoas envolvidas ou em processo de criação de um negócio próprio. Ficando em terceiro lugar no ranking de 54 países analisados pela pesquisa Entrepreneurship Monitor 2011, atrás apenas da China e dos Estados Unidos, segundo o SEBRAE (OLIVEIRA, 2012).

Apesar desse crescimento no número de empreendedores, existem problemas quanto a resistência a novas mudanças, devido às barreiras culturais, as questões hierárquicas dentro das organizações, como também a falta de preparo dos empreendedores, administradores, dentre outros fatores. Com um mercado cada vez mais competitivo e a com morte precoce nos primeiros anos de existência das empresas, os empresários veem se preocupando com a qualidade da prestação dos seus serviços e produtos, pois seus principais consumidores, seus clientes estão cada vez mais exigentes, por produtos de boa qualidade e preços acessíveis.

De acordo com dados recentes apresentados no 25º Fórum Nacional, no Rio de Janeiro, pelo ministro interino de Assuntos Estratégicos e presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Marcelo Neri, existe uma redução do número de pequenos empreendimentos no Brasil em dez anos. A taxa de empreendedorismo era 26,29%, em 2000, e caiu para 23,05%, em 2010. Para Marcelo Neri, apesar da diminuição, o saldo é positivo.

“O que cai, realmente, são os negócios de subsistência, enquanto crescem o emprego formal e os negócios com potencial de acumulação e crescimento”, avaliou o ministro (IPEA, 2013).

A criação de estabelecimentos é, em geral, uma dinâmica desejável, na medida em que permite a geração de novos empregos e de oportunidades para a sociedade, além de contribuir para o aumento da competitividade e a eficiência econômica (SANTOS, 2007).

Com essa afirmação de Santos (2007), pode-se verificar que a criação de novos empreendimentos é de grande valia, pois traz desenvolvimento e crescimento econômico ejetando milhões na economia do país e trazendo desenvolvimento local, contribuindo na geração e no aumento de oportunidade de empregos no mercado de trabalho.

Para Dolabela (1999, p. 12), para se aprender a empreender, faz-se necessário um comportamento de iniciativa do indivíduo, o qual deve desejar aprender a pensar e agir por conta própria, com empenho, criatividade, inovação, com visão no futuro, para ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato em prazer e emoção.

Várias são as políticas públicas de incentivos ao empreendedorismo. Dentre eles os mais comuns são o SEBRAE oferece programas de capacitação, através de programas internos, como: palestras, cursos, treinamento e também a oferta de linhas de microcrédito e crédito por parte de instituições financeiras publicas e privadas incentivando os mesmo a ingressarem no mundo dos negócios ou que já estejam e precisam de créditos para investir, na ampliação, modernizando e na compras de insumos para produção, novos equipamentos.

Na Paraíba existe um programa do Governo do Estado voltado para apoiar esses empreendedores individuais o EMPREENDER - PB (2011), foi criado com Lei 9.335, de 25 de janeiro de 2011, uma política pública de microcrédito, tendo como público alvo empreendedores individuais ou grupos, incentivando o fomento ao empreendedorismo e a inovação. Também atende grupos organizados e as Micros e Pequenas Empresas no estado da Paraíba.

De acordo com o EMPREENDER – PB (2011), os objetivos do programa são:

O Programa EMPREENDER PB tem como prioridade a concessão de crédito produtivo, com o objetivo de incentivar a geração de ocupação e renda entre os microempreendedores populares, destinando-se a:

I - aumentar as oportunidades de emprego através da criação, ampliação, modernização, transferência ou reativação de pequenos negócios, formais e informais, por meio de empréstimos de recursos financeiros aos empreendedores;

II – elevar a qualidade de vida da população pela criação de fontes de renda segura e consistente, que proporcionem sustento às famílias de empreendedores, em particular, às de baixa renda;

III – promover a capacitação e a qualificação gerencial de empreendedores e gestores de pequenos negócios, visando a aprimorar suas aptidões e assegurar acesso à inovação tecnológica que lhes garanta maior eficiência produtiva e competitividade no mercado;

IV – promover sistemas associativos de produção mediante a criação e a manutenção de centrais de compras, de produção e vendas, sob a gestão dos empreendedores, formais e informais, de pequenos negócios;

V – oferecer infraestrutura para facilitar escoamento da produção e possibilitar o acesso dos pequenos empreendedores ao sistema de comercialização;

VI – viabilizar a participação de pequenos negócios, formais e informais em feiras e exposições onde quer que sua presença possa contribuir para o desenvolvimento de suas atividades; e

VII – apoiar e estimular a criação de organizações e mecanismos de microcrédito.

Percebe-se que o surgimento ou nascimento de um novo empreendimento ocorre por pessoas que buscam melhor estabilidade financeira, que estão desempregadas e veem no empreendedorismo a chance ou oportunidade de ter seu próprio negócio, como também por incentivos de parentes, do governo para desenvolvimento e na geração de riqueza para o país.

2.1.1 Perfil do empreendedor

Para poder entender o que vem a ser empreendedor é necessário entender e saber algumas definições e características a cerca do perfil do empreendedor, na visão de alguns autores.

De acordo com Filion (2000), o empreendedor é uma pessoa que empenha toda sua energia na inovação e no crescimento, manifestando-se de duas maneiras: criando empresas ou desenvolvendo alguma coisa completamente nova em uma empresa pré-existente.

Segundo Marcondes (2000, p. 20), “O empreendedor é toda pessoa que identifica necessidades de clientes potenciais e, com uma oportunidade de negócio para satisfazê-las, cria uma empresa”.

Ainda de acordo com Leite (2000), quanto às qualidades pessoais que um empreendedor deve ter, destacam-se: a) iniciativa; b) visão; c) coragem; d) firmeza; e) decisão; f) atitude de respeito humano; g) capacidade de organização e direção.

Dessa forma, observa-se que empreendedores são pessoas que estão em busca de terem seu próprio negócio, dentre as diferentes características, pode-se destacar: a criatividade estão buscando sempre inovar, pessoas inquietas, ousadas, sempre procurando se capacitar e com olhar futurista, com intuito de tornar sua empresa cada vez mais sólida e forte no mercado onde esta inserida.

Conforme Bom Ângelo (2003) pode-se destacar pelo menos três características fundamentais que revelam a vocação empreendedora:

a) Vontade e habilidade para criar algo absolutamente inédito e que possa melhorar as condições de vida da família, da empresa, da comunidade local ou da raça humana;

b) Capacidade de encontrar novas utilidades para velhas ideias. O objeto dessa ação de reciclagem deve resultar em benefício coletivo;

c) Talento para melhorar a eficiência de um sistema, processo ou produto, tornando-o mais econômico, acessível e tecnicamente superior.

Para Druker (2003), os empreendedores não se concentram em simplesmente melhorar o que já existe, ou em modificá-lo. De acordo com o autor, “eles procuram criar valores e satisfações, novos e diferentes, convertendo um “material” em um “recurso”, ou combinando recursos existentes em uma nova e mais produtiva configuração, buscando novos resultados organizacionais.”

“O Empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o próprio negócio” (DOLABELA, 1999, p.28).

Ainda segundo Dornelas (2008, p. 25):

Empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é proveniente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia de seu empreendimento.

No Brasil, o empreendedor vem ganhando força nos últimos anos, pois são grandes as facilidades para montarem seu próprio negócio. O governo, através de políticas públicas, incentiva os empreendedores a se formalizarem de maneira prática e rápida, podendo se enquadrar em várias categorias como exemplo: O MEI, Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), microempresas, dentre outras modalidades.

Mesmo com facilidade de terem seu próprio negócio, ainda é grande número de empreendedores que não conseguem obter sucesso e fracassam nos primeiros anos. Vários são os fatores, como: as pessoas descobrem que não possuem características empreendedoras, à falta de preparado e desconhecem o mercado onde vão oferecer e vender seus bens, produtos e prestar seus serviços, podendo resultar no fechamento sua empresa. Para que isso não ocorra é preciso conhecer bem o mercado que vão oferecer seus produtos e serviços para atender a demanda, ampliando, assim, cada vez mais sua empresa.

2.2 Políticas públicas quanto à classificação das micro e pequenas empresas.

No Brasil, até 30 de setembro de 2012 foram registrados 12.904.523 empreendimentos, incluindo estabelecimentos matriz e filiais. Sendo composto por 90% de empresas privadas, outros 9% são constituídas por empreendimentos privados sem fins lucrativos e apenas 1% do total corresponde a entidades públicas governamentais. Baseado nas informações fornecidas pelas próprias empresas e entidades, pela Receita Federal do Brasil, Secretarias Estaduais da Fazenda, Secretarias Municipais de Finanças, Agências Reguladoras, Cartórios de Registro de Títulos e Documentos, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Juntas Comerciais, Portais da Transparência e IBGE. Impresômetro - IBPT (AMARAL, 2013).

Alguns critérios são utilizados para se definir e classificar as empresas e empreendimentos no Brasil, quanto ao *tipo de empresa, a natureza jurídica* podendo ser: EIRELI, Empresário Individual, Sociedade Limitada (LTDA), as Sociedade Anônimas (S.A) que podem ser de capital aberto e fechado. Através dessa classificação é feita o enquadramento dessas empresas de acordo com o seu faturamento anual utilizado pelo Simples Nacional, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) utiliza a receita operacional bruta. A partir desses rendimentos, as empresas podem ser classificadas em: micro, pequeno, médio e grande porte. Já o SEBRAE classifica de acordo com o número de funcionários.

Ainda de acordo com Emprosômetro - IBPT (AMARAL, 2013), do total de 12.904.523 empreendimentos criados até dia 30 de setembro de 2012, 30% são de empresários individuais e MEI 20%, as duas modalidades representam a metade de todos os empreendimentos brasileiros.

Na Paraíba foram criadas 154.245 empresas e aparece na posição 18 no Brasil, que corresponde 1,19% se comparada com o número de empresas criadas no Brasil no ano de 2012. Impresômetro - IBPT (AMARAL, 2013).

De 2008 a 2012, foram abertos em todo o estado 60.574 micro e pequenas empresas, sendo 59.138 micro que corresponde a um percentual de 97,63% e 1.436 de pequeno porte, que equivale a um percentual de apenas 2,37%. Nota-se que o percentual de micro chega a quase 100% em relação às empresas de pequeno porte, o que comprovam os estudos sobre o elevado número de microempresas criado nos últimos anos em relação à quantidade de empresas de pequeno porte.

No Brasil, existem algumas limitações básicas para que uma empresa seja considerada MPE's. Atualmente, há algumas definições para limitar o que seria uma pequena ou microempresa.

Em 14 de dezembro de 2006, foi criada a Lei Complementar (LC) nº123/2006, que instituiu o Simples Nacional com intuito de facilitar o recolhimento das contribuições e tributos das micros e pequenas empresas e que ficou mais conhecida como Lei Geral das Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). Idealizada com a participação da sociedade civil, entidades empresariais, Poder Legislativo e Poder Executivo.

Ao longo dos anos, a LC nº. 123/2006 sofreu alterações, com as LC's. Nº. 127/2007, nº. 128/2008, nº. 133/2009 e a mais recente alteração foi na LC Nº 139/2011, visando o desenvolvimento e a competitividade das MEs e EPPs brasileiras, com propósito de diminuir a informalidade, contribuir para criar novos postos de trabalhos, aumentar a distribuição de renda, reduzir a inclusão social e impulsionando a economia.

De acordo com a tabela 01, pode-se observar a LC 123/06 com alterações da LC 139/11 da Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas, classificando de acordo com a receita bruta anual.

Tabela 01 - Comparativo Enquadramento de micro e pequenas empresas com LC nº 123/06 com alterações da LC 139/11.

PORTE	LC Nº 123/06	LC Nº 139/11
MICROEMPRESA	Receita Bruta anual até R\$ 240 mil.	Receita Bruta anual até R\$ 360 mil.
PEQUENA EMPRESA	Receita Bruta anual de R\$ 240 mil à 2,400 mil.	Receita Bruta anual de R\$ 360 mil à 3,600 mil.

Fonte: Adaptada de acordo com a LC nº. 136/2011.

Segundo Chér (1991, p.17), “[...], para se conceituar as pequenas e médias empresas, algumas variáveis são tradicionalmente utilizadas, tais como mão-de-obra empregada, capital registrado, faturamento, quantidade produzida, etc.”

Tabela 02- Classificação das MPEs segundo o número de empregados.

PORTE	INDÚSTRIA	COMÉRCIO E SERVIÇO
MICROEMPRESA	Até 19 funcionários	Até 09 funcionários.
PEQUENA EMPRESA	De 20 a 99 funcionários.	De 10 a 49 funcionários.

Fonte: Adaptada de acordo com o site do SEBRAE, 2013.

De acordo com o SEBRAE, os critérios de classificação de empresas: MPE (2013), a entidade limitada às micro que empregam até nove pessoas no caso do comércio e serviços, ou até 19, no caso do setor industrial ou de construção. Já nas pequenas empresas, são definidas como as que empregam de 10 a 49 pessoas, no caso de comércio e serviços, e 20 a 99 pessoas, no caso de indústria e empresas de construção. Nos levantamentos que têm como fonte de dados o IBGE, as estatísticas sobre micro e pequenas empresas divulgadas pelo SEBRAE utilizam o critério acima. Já nos levantamentos dos censos e pesquisas socioeconômicas anuais e mensais, o IBGE classifica as firmas segundo as faixas de pessoal ocupado total.

Tabela 03. A classificação de porte de empresa adotada pelo BNDES e aplicável a todos os setores.

CLASSIFICAÇÃO	RECEITA OPERACIONAL BRUTA ANUAL
Microempresa	Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões.
Pequeno Porte	Maior que R\$ 2,4 milhões e menor igual 16 milhões.

Fonte: Adaptada de acordo com o sitio BNDES, 2013.

Já órgãos federais como o BNDES, têm outro parâmetro para a concessão de créditos de acordo com porte da empresa. Nessa instituição de fomento, uma microempresa que apresentar uma receita bruta anual menor ou igual a R\$ 2,4 milhão; as pequenas empresas devem ter uma receita bruta anual maior que R\$ 2,4 milhão chegando o limite máximo de até R\$ 16 milhões.

De acordo com BNDES (2013):

Entende-se por receita operacional bruta anual a receita auferida no ano-calendário com:

- 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.

Na hipótese de início de atividades no próprio ano-calendário, os limites serão proporcionais ao número de meses em que a pessoa jurídica ou firma individual houver exercido atividade, desconsideradas as frações de meses. Nos casos de empresas em implantação, será considerada a projeção anual de vendas utilizada no empreendimento, levando-se em conta a capacidade total instalada.

Os parâmetros do BNDES citados a cima classificam as empresas de acordo com a sua receita operacional bruta anual e serve para todos os setores da economia, sendo assim estipulam valores superiores aos usados pelo Simples Nacional já que o BNDES trabalha com a concessão de créditos para as empresas, contribuindo assim para o seu crescimento econômico e na geração de riqueza, com a garantia que essas empresas possam honrar com as dívidas contraídas junto ao BNDES.

A criação de novos negócios é uma das causas da prosperidade social, econômica e financeira, na medida em que permite a geração de novos empregos e de oportunidades para a sociedade, além de contribuir para o aumento da competitividade e a eficiência econômica (SANTOS 2007).

Com essa citação, pode-se afirmar que a criação de novos empreendimentos é de grande valia, pois traz desenvolvimento e crescimento econômico ejetando milhões na economia do país e trazendo desenvolvimento local, assim gera mais empregos no mercado de trabalho.

O número de micro e pequenas empresas triplicaram, subindo de 21,4 mil para 81,8 mil empreendimentos, segundo dados da Junta Comercial do Estado da Paraíba e do Portal do Empreendedor nos anos de 2006 a 2010. Os dados fazem referência às empresas cadastradas nestes órgãos (IVO, 2011).

Ainda de acordo com SEBRAE – PB, do total de 18,1 mil postos criados em 2010 no Estado, mais de 14,4 mil foram dos pequenos negócios (79,72%). Os números são do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) e apontam para o aquecimento do segmento, em especial, o comércio e serviços. Em nível nacional, quase 79,8% dos empregos gerados no país, em janeiro deste ano, estão nas micro e pequenas empresas.

Dados mais recentes mostram que os pequenos negócios representam 97% das empresas formalizadas da Paraíba. Atualmente, conforme a Receita Federal, o Estado possui 112 mil (MPE's) e empreendedores individuais (EI), um número 50% superior ao registrado dois anos atrás, 75 mi. (SEBRAE-PB, 2012).

Ainda na Paraíba, de acordo com a gerente de Gestão Estratégica do SEBRAE na Paraíba, Ivani Costa, as micro e pequenas empresas representam aproximadamente 97% dos empreendimentos formalizados e oferecem trabalho a 60% da mão de obra do estado. Em 2011, as MPE geraram 88% dos novos empregos, conforme dados do CAGED do Ministério do Trabalho (OLIVEIRA, 2012).

Algumas das explicações para esse crescimento é que na maioria dos casos, os investimentos necessários para a implantação de pequenos negócios são relativamente baixos e as tecnologias, de fácil acesso. Essas duas características fazem com que as micro e pequenas empresas se tornem uma porta de acesso, de inclusão e mobilidade social, tendo em vista que a constituição do negócio promove os indivíduos à categoria de empregador e dá oportunidade de emprego a quem não possuía, disse a gerente Ivani Costa. (VIEIRA;OLIVEIRA, 2012).

Segundo Lacorte (2000, p.7):

As micro e pequenas empresas são excelentes oportunidades para os países promoverem sua estabilidade através de sua capacidade de gerar empregos, renda e movimentação da economia sem a qual haveria maiores problemas de desemprego e crescente aumento do setor informal.

Pode-se citar como exemplos de fatores que ocasionaram esse crescimento: a facilidade de se abrir um empreendimento, os incentivos da Lei Geral das Micro e Pequenas empresas (Simples Nacional) e por outra modalidade de negócio, o MEI que fatura até R\$ 60 mil/ano.

Motivando as pessoas a formalizarem seu próprio negócio, foi o registro através da internet, que antes só era possível em uma unidade da Junta Comercial, com isso o processo de abertura de empresa foi agilizado. Possibilitando o empreendedor ingressar em um mercado bem amplo de negócios, assegurando todos os seus direitos, como: Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), carteira assinada, auxílio doença ou morte, incentivos fiscais, dentre outros benefícios.

2.2.1 Fatores que ocasionam a mortalidade e a taxa de sobrevivência das micro e pequenas em empresas.

As MPE's no Brasil são de grande importância, pois são responsáveis por grande parcela da formação da economia gerada em todo território nacional. Assim, contribuem para o desenvolvimento do país, na geração de mais renda, novos postos de trabalhos e empregos, proporcionando maior qualidade de vida, com o desenvolvimento social e econômico das famílias daquela localidade, região e país.

Apesar dos índices de mortalidade das empresas terem reduzido nos últimos anos no Brasil, a preocupação maior está nos primeiros anos de vida das mesmas, como apontam as pesquisas do Empresômetro - IBPT (AMARAL, 2013). Diante disso, os empreendedores precisam ficar atentos aos principais fatores que podem provocar a falência dessas.

Segundo o SEBRAE (2011), em 2010, 58% das empresas de pequeno porte fecharam as portas antes de completar cinco anos. Em relação a 2009, este índice era de 62%. Entre os principais motivos descritos pelos empreendedores estão a falta de clientes (29%), capital (21%), concorrência (5%), burocracia e os impostos (7%). Outros fatores influenciam no processo de mortalidade das MPE's, como a ausência de planejamento, de técnicas de marketing, de avaliação de custos e fluxo de caixa, entre outros.

Na Paraíba de 2008 à 2012, foram abertas 60.574 micro e pequenas empresas. Desse montante, 3.741 encerrarão suas atividades, que representa 6,17% do total.

Considerando todas as empresas (micro, pequenas, médias e grandes), o índice de Mortalidade destas é de 15,41% no primeiro ano de vida. Já entre um e cinco anos, esse percentual é bem acentuado, chegando a 41,86% e de 75% para empresas que estão no mercado até 14 anos. Empresômetro – IBPT (AMARAL, 2013).

De acordo com a tabela 04, pode-se observar a frequência dessa mortalidade por tempo de vida.

Tabela 04. Mortalidade das micro e pequenas empresas.

IDADE POR OCASIÃO DA MORTE	FREQUÊNCIA (%)	FREQUÊNCIA ACUMULADA (%)
Entre 0 a 1 ano	15,41	15,41
Entre 1 a 2 anos	9,27	24,68
Entre 2 e 3 anos	7,30	31,51
Entre 3 e 4 anos	5,53	37,51
Entre 4 e 5 anos	4,35	41,74
Entre 5 e 6 anos	3,88	45,74
Entre 6 e 7 anos	3,74	49,48
Entre 7 e 8 anos	3,76	53,24
Entre 8 e 9 anos	2,81	56,05
Entre 9 e 10 anos	3,00	59,05
Entre 20 e 30 anos	9,47	98,17
Entre 30 e 40 anos	1,76	99,93
Entre 40 e 50 anos	0,02	99,95
Entre 50 e 70 anos	0,02	99,97
Entre 70 e 90 anos	0,01	99,98
Entre 90 e 100 anos	0,01	99,99

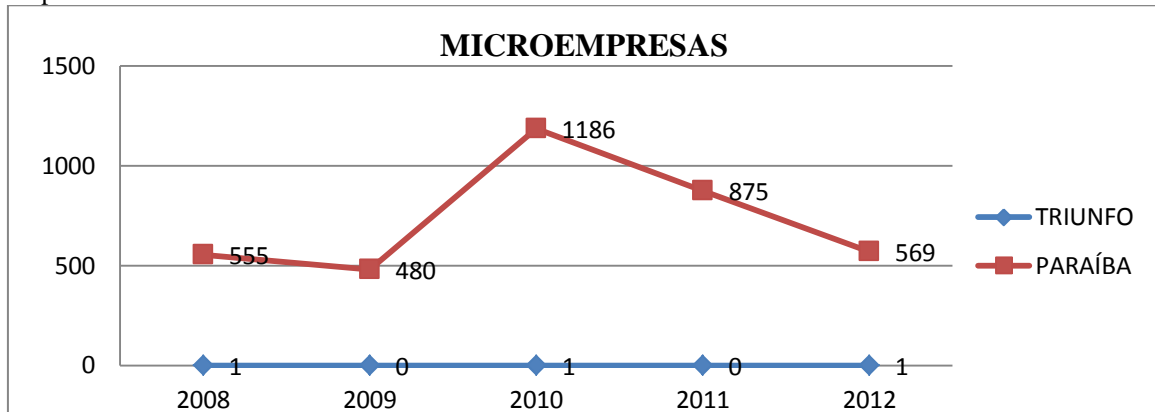
Fonte: Empresômetro - IBPT (Abril de 2013, p. 18; 19).

O gráfico 03 demonstra que no estado da Paraíba 3.665 microempresas encerraram suas atividades nos últimos 5 anos, compreendidos entre 2008 a 2012. Já no município de Triunfo esse número foi de apenas 3, que corresponde a 0,08%. Nota-se um percentual quase zero se comparado ao número total de microempresas fechadas em todo o estado no mesmo período.

Outro fator a ser observado é que o número de microempresas fechadas no estado da Paraíba ao longo dos anos vem sofrendo uma queda significativa. Em 2010 que teve um

aumento acentuado, porém nos anos anteriores e seguintes essa taxa teve uma queda considerável, conforme pode-se observar no gráfico 03.

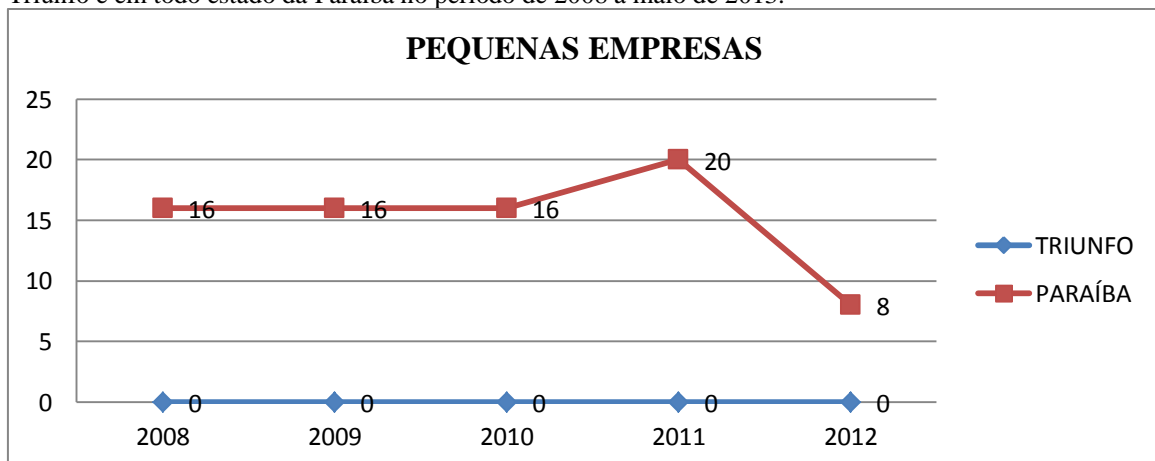
Gráfico 03. Evolução do número de microempresas fechadas na cidade de Triunfo e em todo estado da Paraíba no período de 2008 á maio de 2013.



Fonte: JUNCEP, 2013.

Observa-se no gráfico 04 que no mesmo período em todo o estado foram fechadas 76 empresas de pequeno porte e no município de Triunfo não foi feito nenhum registro. Esse percentual é bem inferior quando comparado ao número de microempresas abertas nesse período.

Gráfico 04. Evolução do número de empresas de pequeno porte que encerram suas atividades na cidade de Triunfo e em todo estado da Paraíba no período de 2008 á maio de 2013.



Fonte: JUNCEP, 2013.

Segundo Matias e Lopes Júnior (2002), a má administração é responsável por mais de 90% dos fracassos dessas empresas. Outros pontos fracos apontados pelos autores são:

a) falta de recursos financeiros e dificuldades na obtenção de créditos, financiamentos e investimentos por parte de terceiros; b) desistência a momentos de instabilidade e

dificuldades da empresa; c) submissão às imposições de preço de grandes fornecedores e grandes clientes.

O SEBRAE Nacional (SALES;BARROS;PEREIRA;2008) realizou, em parceria com diversas das suas sedes estaduais, uma difundida pesquisa sobre as causas da morte prematura das empresas. Na grande parte delas, a falta de capital de giro foi apresentada como a maior dificuldade para conduzir a pequena empresa, seguida da carga tributária elevada e da recessão econômica no país.

Como pode-se observar, muitos são os fatores que ocasionam a mortalidade precoce dessas empresas. A exemplo da falta de boa política de gestão na empresa, de capital de giro, tecnologia adequada, do planejamento, do controle, não misturar a finanças da empresa com finanças próprias, falta de capacitação, descontrole de estoque, vigiar a concorrência, dentre outros fatores.

Além dos fatores citados acima o SEBRAE – PB (2013), sugere-se a seguir algumas recomendações que podem ajudar na sobrevivência da empresa:

1. Planeje-se sempre;
2. Respeite sua capacidade financeira;
3. Não misture as finanças da empresa com as pessoais;
4. Fique de olho na concorrência;
5. Prospecte novos fornecedores;
6. Tenha controle do seu estoque
7. Marketing não se resume a anuncio, invista em outras estratégias;
8. Inove, mesmo que seja um produto/serviço de sucesso;
9. Invista sempre na formação empresarial;
10. Seja fiel aos seus valores e ao seu negocio.

Por outro lado, estudos realizados sobre a taxa de “*sobrevivência das empresas*” revelam que na Paraíba essa taxa é de cada 100 empresas abertas no Estado, 80 permanecem ativas. Índice é maior que a média nacional, de 76%. A pesquisa mostrou também que, no país, a taxa registrada foi de 76% e, na região Nordeste, 71%. A Paraíba foi o Estado com o segundo maior índice de sobrevivência, ficando atrás apenas de Minas Gerais (81%). Entre as capitais, João Pessoa também obteve a segunda melhor colocação, com 79% (SEBRAE, 2013).

Entre as capitais, as três maiores taxas de sobrevivência são as de Brasília (79,8%), João Pessoa (79,3%) e São Paulo (77,9%). As três menores taxas são de Rio Branco (52,3%), Manaus (53,5%) e Recife (55,3%). Em geral, as taxas de sobrevivência nas capitais são

menores que as verificadas na média de seus respectivos estados, apontou o estudo. A taxa média das capitais é de 72%, contra 76% na média nacional (SEBRAE, 2013).

Com os resultados apresentados pode-se notar uma redução na taxa de mortalidade e um aumento na sobrevivência dessas empresas nos primeiros anos iniciais de vida, uma queda considerável sendo assim um ponto positivo.

2.3 Teoria da comunicação aplicada a contabilidade

Para tratar do conceito de “comunicação” no processo decisório aplicado a contabilidade, tem-se que primeiramente fazer uma distinção do que seria comunicação e informação.

Veiga (1992, p. 57) apresenta uma distinção muito clara entre informação e comunicação:

- **Informação** – “é notícia de qualquer acontecimento, ou fato, que tenha interesse em ser conhecido, e que possa ter atualidade”.

- **Comunicação** – “é a veiculação dessa mesma informação, pondo à disposição de outrem, e tendendo, no seu efeito difusor, a formar um público vasto”.

A comunicação é um elemento fundamental na Contabilidade. São vários os autores que sugerem utilizar a Teoria da Comunicação como meio de aperfeiçoar a qualidade de como as informações contábeis são transmitidas.

De acordo com Berlo (1997, p.15): “O homem, enquanto ser social, sempre usou a comunicação como forma de estabelecer relações e evoluir a cada período da história”.

A informação contábil como uma mensagem estabelecida em um código linguístico pode ser observada dentro da Teoria da Comunicação:

[...] parece razoável supor, no entanto, que contabilidade vista como um processo de comunicação pode fornecer uma imagem mais clara da natureza e âmbito da função contábil em um sistema econômico. Esta possibilidade existe porque a estrutura básica da teoria da comunicação pode ser usada para descrever o processo de contabilidade (BEDFORD; BALADOUNI 1968, p. 650. *apud* KATAOKA, 2011, **tradução nossa**).

De acordo com Dias Cristiane et al (2004, p. 02),

No entanto, o ponto principal não se centra em questionar a importância da comunicação, mas a qualidade da informação compartilhada entre quem a emite e quem a recebe. Para garantir esta qualidade, é necessário bem observar os elementos constitutivos do processo comunicacional que são: a fonte, o codificador, a mensagem, o canal, o decodificador e o receptor.

Fonte – é o elemento de onde se origina a comunicação;

Codificador – é o construtor da mensagem, a qual é a expressão do objetivo;

Canal – meio de transmissão da mensagem;

Decodificador – mecanismo utilizado para assimilação da mensagem; e

Receptor – indivíduo a quem a mensagem se destina.

Neste aspecto, a Teoria da Comunicação estabelece como processo comunicativo o fluxo de informações partindo do emissor (contador), enviando a mensagem (informação contábil) ao receptor (usuário) através de um canal de comunicação (relatórios contábeis), por meio de um código, sujeito a interferências (ruídos) no envio da mensagem. (MORAES NAGNO; NAGNO; MERLO, 2004; ILUFI, 2000, *apud*, KATAOKA, 2011).

Dentro da contextualização da teoria da comunicação, pode-se tratar ainda de um dos principais fatos que pode comprometer o processo comunicacional, o “ruído”. Interferindo na qualidade da comunicação que é passada.

Para Berlo (1997, p.49), “ruído e fidelidade são duas faces da mesma moeda. A eliminação do ruído aumenta a fidelidade; a produção de ruído reduz a fidelidade...”. Sendo assim, quanto maior for o ruído, maior impacto terá na qualidade da comunicação e consequentemente afeta a fidelidade da mesma.

Dias Cristiane *et. al.* (2004, p. 01) afirma que “os ruídos presentes na comunicação, tais como terminologia contábil inadequada, quantidade de informações divulgadas, uso de expressões e termos em outros idiomas, dificultam o processo de comunicação”.

O modelo de comunicação apresentado por Libonatti e Souto Maior (1996, p. 234, *apud*, KATAOKA, 2011) contém ainda o “*feedback*”, que de acordo com os autores “representa a resposta do receptor que retorna ou, gera algum tipo de reflexo ao emissor da mensagem”.

Outro meio usado na comunicação é o feedback que seria a forma mais adequada, se fosse afastado a hipótese de ocorrer ruídos no processo de comunicação. Contudo, pode resultar em efeitos positivos ou negativos dependendo do tipo de usuário.

2.4 Contabilidade informacional

A contabilidade tem como principal objetivo fornecer informações, com propósito de instituir um sistema de informação contábil, onde auxilia a tomar decisões em uma empresa, no caso dos gestores, usuários internos; e dar suporte no caso dos usuários externos, para que estes tenham a capacidade de analisar a situação financeira e econômica da empresa, com o patrimônio que é objeto de estudo da contabilidade.

De acordo com Iudícibus (2000, p. 23):

O objetivo básico da contabilidade “[...] pode ser resumido no fornecimento de informações econômicas para os usuários, de forma que propiciem decisões racionais”. Para isso, “[...] seria necessário um conhecimento do modelo decisório do usuário, a fim de delinear o conjunto e informações pertinentes”.

Para Rungo (2009), tais informações “são úteis, pois, além de reproduzir fatos reais de maneira confiável, reduzem a incerteza. Por consequência, as informações contábeis desempenham um papel importante no processo decisório de uma organização”.

Segundo Iudícibus (2010, p. 5) “Hoje há necessidade de os profissionais de contabilidade estarem se atualizando através de novos métodos introduzidos no mundo moderno, tais como: informática, legislação tributária internacional, gerência contábil, etc”.

Pode-se observar que a contabilidade deixou de fazer apenas registro de livros, de apuração de entrada e saída de caixa e de se deter apenas a aspecto fiscal, mas passou também a acompanhar as inovações tecnológicas da última década, das quais usufrui de diversos meios, como produção das demonstrações contábeis, planilhas e armazenamento de dados através de programas desenvolvidos em computadores, dentre outros.

Desta forma, a Contabilidade mostra a sua importância como ciência e o seu papel na empresa, pois é capaz de produzir informações para empresa e seus respectivos gestores, podendo estas, serem utilizadas para auxiliar na tomada de decisão.

Com isso, a contabilidade tem o intuito de ficar mais próxima dos seus maiores interessados, que são os usuários da informação contábil que são de diferentes tipos que precisam de informações diferentes.

2.4.1 Característica da informação contábil

O *Financial Accounting Standards Board* (FASB), no *Statement of Financial Accounting Concepts* n.2 (FASB, 1980), apresenta as características hierárquicas da informação contábil conforme sua utilidade para a tomada de decisão, como apresentado na figura 01.

Figura 01 – Uma Hierarquia da Qualidade Contábil



Fonte: FASB 1980, p.20, *apud*, KATAOKA,2011.

Para o FASB, as informações que são úteis possuem duas características primárias: relevância e confiabilidade.

Conforme Paulo (2002, *apud*, Stroehrer; Freitas, 2008), nesta hierarquia são identificadas as qualidades (ou características) primárias e secundárias para se ter uma informação útil, observando uma Restrição Geral que é a análise da Relação Custo-Benefício da informação contábil, a Compreensibilidade como característica do usuário e a Materialidade da informação como limites de Reconhecimento.

As qualidades primárias são a Relevância e a Confiabilidade; enquanto que as qualidades secundárias são a Comparabilidade, a Uniformidade e a Consistência.

As características qualitativas não se limitam apenas aos conceitos definidos pela FASB, mas como também são abordadas pelo Comitê de Pronunciamento Contábil – CPC – donde trata da elaboração e apresentação das demonstrações contábeis. Através da Resolução Conselho Federal de Contabilidade (CFC) nº 1.121/2008.

De acordo com Resolução CFC n.º 1.121/2008 as Características Qualitativas das Demonstrações Contábeis são os atributos que tornam as demonstrações contábeis úteis para os usuários. As quatro principais características qualitativas são: *compreensibilidade, relevância, confiabilidade e comparabilidade*.

- A. *Compreensibilidade*: a qualidade das informações contábeis devem ser preparadas e apresentadas para que possam ser entendidas pelo usuário. Parte do pressuposto que esse usuário já tenha algum conhecimento razoável dos negócios, atividades econômicas, dentre outras.
- B. *Relevância*: para uma informação ser considerada relevante para os usuários, deve ter a capacidade influenciar decisões econômicas, com competência de analisar quais os impactos de eventos passados, presentes ou futuros ou de acordo com os julgamentos realizados anteriormente. Relevância é afetada diretamente pela sua “*materialidade*”, que diz respeito a sua omissão ou distorção ter a capacidade de interferir e influenciar as decisões econômicas dos usuários, tomando como base as demonstrações contábeis.
- C. *Confiabilidade*: Para que a informação possa ser confiável, precisa que esteja livre de erros. A confiabilidade basear-se em cinco novos atributos, são: representação adequada, primazia da essência sobre a forma, neutralidade, prudência e integridade.
- D. *Comparabilidade*: onde o usuário poderá comparar a evolução patrimonial da entidade ao longo do tempo, com base nas demonstrações contábeis anteriores.

Dessa forma as características qualitativas da informação contábil estarão sempre interligadas entre o prestador com o tomador da informação, dando importância a essa informação de acordo com a necessidade do usuário.

2.4.2. Usuários das demonstrações contábeis

São vários os usuários interessados nas informações transmitidas pelas demonstrações contábeis pelas empresas.

De acordo com Iudícibus (2000, p.19):

A Contabilidade: repousa mais na construção de um 'arquivo básico de informação contábil', que possa ser utilizado, de forma flexível, por vários usuários, cada um com ênfases diferentes, porém, extraídos todos os informes do arquivo básico ou 'data-base' estabelecido pela Contabilidade.

Através da Resolução CFC n.º 1.121/2008 é apresentado os principais usuários interessados na informação produzida e apresentada nas demonstrações contábeis pela contabilidade, são eles:

- os atuais ou futuros investidores, através das demonstrações contábeis e relatórios analisam a situação financeira e econômica da entidade;
- empregados da empresa;
- credores por empréstimos, que antes de concederem empréstimos verifica se essas entidades são capazes de liquidarem suas dívidas contraídas junto a essas unidades;
- assim como fornecedores, clientes, outros credores comerciais, governos e o público.

No ponto de vista de Viherma (2008, *apud*, Rungo, 2009, p. 3):

A identificação destes usuários e das finalidades, pelas quais estes necessitam destas informações, afeta os métodos de coleta, mensuração e transmissão das informações contábeis. Neste sentido três são os grupos de usuários da informação contábil: i) Gestores: As informações contábeis se destinam a auxiliar o processo decisório; ii) *Stakeholders*: Geralmente, estão interessados nas informações econômicas e financeiras de uma entidade; e iii) Governos: As informações são utilizadas para fins de tributação e/ou regulamentação.

Percebe-se assim, que são vários os usuários interessados nas informações produzidas pela contabilidade, desde gestores que utilizam essas informações para fazer planejamento à curto ou à longo prazo, dar suporte na tomada de decisão, acompanharem a saúde financeira da empresa, fornecendo informações aos usuários externos, os stakeholders, o governo, as instituições financeiras, fornecedores de créditos, cada usuário está interessado em um tipo de informação específica, para assim auxiliar na hora de analisar a real situação da empresa.

2.4.3. Contabilidade Financeira X Contabilidade Gerencial

Nas diversas vertentes que a contabilidade se divide, pode-se citar a contabilidade financeira e a contabilidade gerencial que foram desenvolvidas com diferentes propósitos e usuários da informação.

Tabela 05. Características básicas da contabilidade financeira e gerencial

	Contabilidade Financeira	Contabilidade Gerencial
Clientela	Externa: acionistas, credores, autoridades tributárias, governo.	Interna: funcionários, administradores e gestores.
Propósito	Reportar o desempenho passado às partes externas; contratos com proprietários e credores.	Informar decisões internas tomadas pelos funcionários e gerentes; feedback e controle sobre desempenho operacional; contratos com proprietários e credores.
Data	Histórico, atrasada	Atual. Orientada para o futuro.
Restrições	Regulamentada: dirigida por regras e princípios fundamentais da contabilidade e por autoridades governamentais.	Desregulamentada: sistemas e informações determinadas pela administração para satisfazer necessidades estratégicas e operacionais.
Tipos de Informação	Somente para mensuração financeira.	Mensuração física e operacional dos processos, tecnologia, fornecedores e competidores.
Natureza da informação	Objetiva, auditável, confiável, consistente, precisa.	Mais subjetiva e sujeita a juízo de valor, válida, relevante, acurada.
Escopo	Muito agregada; reporta toda a empresa.	Desagregada; informa as decisões e ações locais.

Fonte: Vasconcelos, 2001.

Segundo Iudícibus e Marion (2002, p. 44), área contábil é diversificada, sendo assim o profissional pode optar:

- a) Pela contabilidade financeira – que é a contabilidade geral, necessária a todas as empresas, fornecendo informações básicas aos seus usuários, indo de acordo com a legislação comercial.
- b) Pela contabilidade de custos – que está voltada para o cálculo, interpretação e controle dos custos dos bens fabricados ou comercializados ou dos serviços prestados pela empresa.
- c) Pela contabilidade gerencial – que está voltada para fins internos, procurando suprir os gerentes com um elenco maior de informações, exclusivamente, para a tomada de decisões. Diferencia-se das contabilidades já citadas, pois não se prende aos princípios fundamentais da contabilidade. O profissional que exerce a contabilidade gerencial é também chamado de controller.

Na visão de Atkinson *et al.* (2008, p.37), contabilidade financeira:

É o processo de geração de demonstrativos financeiros para públicos externos, como acionistas, credores e autoridades governamentais. Esse processo é fortemente limitado por autoridades governamentais que definem padrões, regulamentações e impostos, além de exigir o parecer de auditores independentes [...].

De acordo com que foi exposto sobre a contabilidade financeira, pode-se perceber que tem como objetivo, produzir informações financeiras sobre a situação da empresa, para seus usuários externos, acionistas, credores bancos, entre outros usuários.

A Contabilidade Gerencial é definida por Crepaldi (2004, p.20):

Como o ramo da contabilidade que tem por objetivo fornecer instrumentos aos administradores de empresas que o auxiliem em suas funções gerenciais. É voltada para a melhor utilização dos recursos econômicos da empresa, através de um adequado controle dos insumos efetuado por um sistema de informação gerencial.

Já na visão de Pizzolato (2004, p. 195), “a contabilidade Gerencial está voltada para a informação contábil que pode ser útil à administração, de forma adequada para assessorar nos processo decisório”.

Assim, a contabilidade gerencial tem como principal papel fornecer informações econômicas da empresa, informações essas que sejam úteis para que os administradores e gestores possam utilizá-las na hora de tomar alguma decisão, como também servir de aporte para os funcionários da empresa. Essas informações produzidas pela contabilidade podem dar suporte aos gestores, e podem ser utilizadas também por toda a empresa, desde os funcionários até a gestão. Dando subsídios necessários não só na parte organizacional da empresa, o financeiro, estrutura, equipamentos e humano, como também a parte da elaboração de produtos, serviços, clientes, fornecedores, dentre outros.

3 METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos foi necessário realizar pesquisa que assume caráter quantitativo por importar-se com a precisão dos resultados, em identificar as pessoas a serem entrevistadas, analisar as informações obtidas na compreensão do fenômeno estudado evitando distorções acerca da análise e interpretação dos dados. Para tanto, foi necessário aplicação de questionários e levantamento de dados através de pesquisas bibliográficas por se tratar do uso de livros, artigos, teses, periódicos, como também foi utilizado consultas em sites, bibliotecas de instituições superiores.

A abordagem quantitativa de acordo com Richardson (1999, p.70), "Caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples [...] às mais complexas".

Segundo Silva (2006, p. 54):

Pesquisa Bibliográfica – é um tipo de pesquisa realizada pela maioria dos pesquisadores mesmo em seu preâmbulo. Essa pesquisa explica e discute um tema ou problema com base em referências teóricas já publicadas em livros, revistas, periódicos, artigos científicos etc.

A pesquisa também pode ser classificada como pesquisa de campo, pois o fenômeno pesquisado foi verificado *in loco* a partir da aplicação de questionários.

Segundo Marconi; Lakatos (2010, p. 169):

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Na visão de Silva (2006, p. 57) “pesquisa de campo consiste na coleta direta de informação no local em que acontecem os fenômenos; é aquela que se realiza fora do laboratório, no próprio terreno das ocorrências”. O questionário foi utilizado para ser analisado as características das micro e pequenas empresas, estudando o setor de serviços, investigando o perfil dos empresários e a utilização das informações fornecidas pela contabilidade.

Dentre as ferramentas utilizadas para desenvolver o estudo e na coleta de dados, foi utilizado o questionário com fim de atingir os objetivos propostos. Para Silva (2006, p. 60), “questionário é um conjunto ordenado e consistente de perguntas a respeito de variáveis e situações que se deseja medir ou descrever”.

O questionário dessa pesquisa encontra-se no apêndice, com o total de 16 perguntas, todas fechadas e de múltipla escolha e foi aplicado aos 47 gestores das micro e pequenas empresas do município de Triunfo, estado da Paraíba em alguns bairros da cidade: Centro e Luis Gomes de Brito, onde se concentra o maior número de pontos comerciais e em outros bairros como: Teodolino Mangueira, Bairro Bela Vista e Santa Cecília. A coleta foi realizada no período de 27 de novembro a 2 de dezembro de 2013.

3.1 População amostral

Após serem aplicados questionários com empresários nos bairros da cidade de Triunfo – PB, tendo como base o total de 74 (setenta e quatro) micro e pequenas empresas abertas na cidade no período de 2008 a 2012, de acordo com números divulgados pela JUNCEP (2013). Desse montante, 72 (setenta e duas) micro e 02(duas) empresas de pequeno porte, tendo o número de 47 respondentes, a saber: Centro, Luis Gomes de Brito, Teodolino Mangueira, Bela Vista e Santa Cecília, aplicado no período de 27 de novembro a 02 de dezembro de 2013. A partir da leitura e interpretação dos dados obtidos segue a análise das respostas apresentadas no questionário.

3.1.1 Tratamento dos dados

Os dados obtidos com aplicação do questionário com comerciantes da cidade de Triunfo – PB foram tabulados por meio das ferramentas do Microsoft Office Excel®.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil dos entrevistados

Após serem aplicados questionários com empresários em bairros da cidade de Triunfo – PB, a leitura e interpretação dos dados serão demonstradas através de tabelas.

Quanto ao gênero dos entrevistados, a pesquisa mostrou que 53% eram do sexo masculino e 46% do sexo feminino. Uma pequena diferença entre o gênero dos entrevistados.

Na tabela 06 estão contidos dados sobre a faixa etária dos entrevistados.

TABELA 06 – IDADE DOS PESQUISADOS

Descrição	Frequência Absoluta	%
De 20 a 29	6	13
De 30 a 39	17	36
De 40 a 49	14	30
Mais de 49	10	21
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Depois de observado o gênero dos participantes, a tabela 06 mostra a faixa etária dos entrevistados, que obedecem a seguinte ordem, 36% dos proprietários entrevistados tinham de 30 a 39 anos. No que diz respeito aos entrevistados com idade entre 40 a 49 anos, obtiveram uma margem de 30% e mais de 49 anos uma porcentagem de 21%. Por fim, com 13% aparecem os entrevistados com idade de 20 a 29 anos.

A tabela 07 demonstra o grau de escolaridade dos entrevistados.

TABELA 07 – GRAU DE INSTRUÇÃO DOS PESQUISADOS

Descrição	Frequência	%
Fundamental Completo	10	21
Fundamental Incompleto	9	19
Médio Completo	13	28
Médio Incompleto	11	23
Superior	4	9
Especialização	0	0
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

No tocante a tabela 07, que evidencia o grau de escolaridade dos pesquisados, o maior percentual é composto pela formação de empreendedores com ensino médio completo atingindo um percentual de 28%. Em segundo lugar com 23% ensino médio incompleto. Ainda é considerável o número de empreendedores que possui ensino fundamental completo e incompleto. Nessa categoria de ensino, juntos representam 40% do total. Muitos desses empreendedores ingressam no mercado de maneira precoce sem ter concluído o ensino médio e muitas vezes, conseqüentemente, não têm ensino superior completo, pois esses, na maioria, não tiveram condições e oportunidade de estudos.

Na última década, enquanto o percentual de empresas que sobreviveram até o segundo ano de atividade saltou de 51% para 73%, o retrato da escolaridade dos donos de negócio também passou por grande transformação. Em 2001, 62% dos donos de negócio tinham somente até o Ensino Fundamental e apenas 38% haviam atingido o Ensino Médio ou mais. Já em 2011, o número de empresários com Ensino Médio ou mais cresceu para 53%, em contrapartida à redução para 47% daqueles que pararam os estudos durante o Ensino Fundamental. (SEBRAE 2013).

Ainda de acordo com tabela 07, desse montante, 9% possuem nível superior, o que corresponde a 4 entrevistados. Dois responderam ser Bacharéis em Ciências Contábeis, mas que não exercem a profissão, sendo a contabilidade da sua empresa feita por contadores de cidades circunvizinhas. O terceiro entrevistado tem a formação em farmácia e o quarto em pedagogia, os quais estão no mercado há alguns anos.

Ainda de acordo com pesquisas do SEBRAE (2013) baseado em dados do IBGE, aponta um aumento no grau de escolaridade dos donos de empresas e indica que há mais escolarizados, os empresários têm mais chance de inovar para crescer no mercado, melhorando a tendência de sobrevivência dos empreendimentos. Na pesquisa de campo também se confirmou essa afirmação, visto que os 4 respondentes que possuem nível superior, tem mais de 8 anos de atuação no mercado local.

Segundo o Empresômetro – IBPT (AMARAL, 2013), quanto ao porte das empresas no Brasil, do total de 12.904.523 empreendimentos criados até 30 de setembro de 2012, desse total a maior parte é formada por microempresas que representam 46,82%. Em segundo lugar com 30,41% MEI; já as pequenas empresas obtiveram apenas 7,39%. As empresas de médio e grande porte somaram 15,37%. Pode-se observar que quase 50% são microempresas, reforçando a superioridade em relação às empresas de pequeno, médio e grande porte.

Na cidade de Triunfo - PB 85% dos empreendimentos entrevistados puderam ser classificados como microempresas, cuja renda encontra-se entre R\$ 60 mil a R\$ 360 mil reais.

Apenas 15% são de pequeno porte, com faturamento anual acima de R\$ 360 mil até R\$ 3,6 milhões de reais, confirmando assim as pesquisas anteriores, que aponta a superioridade das microempresas em relação as de pequeno porte.

A tabela 08 aponta o período de funcionamento dos comércios no mercado local de Triunfo.

TABELA 08 – PERÍODO QUE A EMPRESA ESTAR EM FUNCIONAMENTO NO MERCADO LOCAL

Descrição	Frequência	%
Menos de 1 ano	1	2
De 1 a 3 anos	4	8
De 3 a 5 anos	12	25
De 5 a 8 anos	13	28
De 8 a 10 anos	6	13
De 10 a 15 anos	7	15
Mais de 15 anos	4	9
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Dos 47 entrevistados, empresas com até 5 anos de funcionamento correspondem a 35%; de 5 a 15 anos representa 56%; maior percentual registrado; já acima de 15 anos apenas 9% dos entrevistados.

Pode-se observar que nos 5 primeiros anos de vida, as empresas juntas atingem um percentual de 35%, justamente nesse período que segundo pesquisas ocorre a maior taxa de mortalidade nas empresas. Outro fato observado é que as empresas com mais de 10 anos no mercado local são aquelas na maioria composta por empresas de pequeno porte, pois estão a um bom tempo de funcionamento no mercado local, com isso se consolidando cada vez mais e que essas atendem boa parcela da população local na venda de produtos alimentícios, vestuário, frutas, artigos para presente em geral, dentre outros.

Através da pesquisa de campo, foi possível perceber que 100% das micro e pequenas empresas de Triunfo são do setor de comércio. Isso se deve ao fato do município ter como principal fonte de renda, o comércio, mas também existem outras fontes, tais como agricultura, pecuária, aposentados e pensionistas, funcionários estaduais e municipais. No entanto, o comércio é predominante na cidade de Triunfo, pois no comercio local são ofertados produtos alimentícios, artigos para presentes, lojas de roupa, de sapato, material

escolar, material de construção, dentre outros produtos e por ser responsável pela geração de empregos.

Ainda sobre esses, de acordo com dados do Empresômetro - IBPT (AMARAL, 2013), foram criados 12.904.523 empreendimentos por setor econômico no Brasil no ano de 2012, sendo esse total distribuído entre o setor de serviços com o maior percentual de 43,91% do total, seguido pelo comércio, com 42,07%, Indústria com 7,16%, Agronegócio com 4,72%, Setor Financeiro com 1,38% e Serviços Públicos com 0,75% do total dos estabelecimentos.

4.2 Utilização da Contabilidade

Em relação ao serviço contábil, 100% dos entrevistados responderam que a sua empresa possuem um contador, mas que a contabilidade é terceirizada, ou seja, a contabilidade é feita por profissionais externos que não tem vínculo empregatício com a empresa que presta o serviço.

Segundo Vasconcelos (2001, pág. 09). “A responsabilidade do contador é ter certeza de que o administrador se oriente por dados que interessam e que o leva a melhor decisão”.

Por isso a importância do papel dos contadores para as empresas, pois são capazes de gerar informações necessárias para que possam ser utilizados pelos administradores, gestores, controller na sua empresa.

A cidade de Triunfo não possui escritórios de contabilidade. Com isso, os empresários precisam se deslocar para cidades vizinhas como São João do Rio do Peixe, Cajazeiras, Sousa, dentre outras para assim fazer a contabilidade da sua empresa, levando mensalmente documentos para ser feito cálculo dos impostos a pagar, folha de pagamento, dentre outros serviços, ou próprio o contador vai até o estabelecimento para fazer esse recolhimento.

A tabela 09 mostra para que serve a contabilidade para os empresários da cidade de Triunfo e o contador da sua empresa.

TABELA 09 – PARA QUE SERVE A CONTABILIDADE OU CONTADOR DA SUA EMPRESA

Descrição	Frequência Absoluta
Para fins de procedimentos fiscais e tributários	34
Serviços trabalhistas, previdenciários, folha de pagamento;	7
Auxiliar no processo decisório	3
Saber sobre a situação econômica e financeira da empresa	5
Todas as afirmações.	8

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Pode-se observar que a contabilidade é vista pela maioria dos entrevistados como uma ferramenta utilizada, geralmente, apenas para fins fiscais e tributários, como meio utilizado para se fazer o cálculo de quanto a sua empresa irá pagar de impostos no mês. Fato preocupante, pois a contabilidade é uma ferramenta que vai muito além de cálculos fiscais e tributários, podendo proporcionar as empresas grandes benefícios quando usada de maneira adequada pelo empresário em prol do desenvolvimento e crescimento da sua empresa.

A tabela 10 demonstra com que frequência os empresários das micro e pequenas empresas recorrem aos seus contadores à procura de informações e para tirar dúvidas.

TABELA 10 – COM QUE FREQUÊNCIA RECORRE AO SEU CONTADOR À PROCURA DE INFORMAÇÕES E PARA TIRAR DÚVIDAS

Descrição	Frequência Absoluta	%
Sempre	20	43
As vezes	25	53
Nunca	2	4
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Na tabela 10 pode-se observar que ainda é considerável o número de empresários que procuram seus contadores para responder dúvidas. Porém, essa procura só é realizada poucas vezes, de acordo com mais da metade dos entrevistados.

Um dos fatores que pode explicar o porquê desses empresários procurarem a seu contador atrás de informações com pouca frequência, é o fato do contador residir em cidades vizinhas a Triunfo, podendo dificultar o acesso a informação.

A tabela 11 apresenta o nível de conhecimento que os empresários de Triunfo tem sobre as informações fornecidas pela contabilidade.

TABELA 11 – QUAL O NÍVEL DE CONHECIMENTO SOBRE AS INFORMAÇÕES FORNECIDAS PELA CONTABILIDADE

Descrição	Frequência Absoluta	%
Muito	5	10
Suficiente	29	62
Pouco	13	28
Não fornece	0	0
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Os empresários quando questionados a respeito do uso das informações fornecidas pela contabilidade, a maioria afirmou que as informações obtidas pela contabilidade eram suficientes, 28% relataram que sentava pouco conhecimento e apenas 10% afirmaram muito instrução.

De acordo com Vasconcelos (2001, p. 03).

Quanto mais os administradores souberem de contabilidade, melhor poderão planejar e controlar as atividades de sua organização e suas subunidades. Os administradores ficarão prejudicados em seu relacionamento com partes de dentro e de fora da empresa se seu entendimento de contabilidade for por alto ou confuso. Portanto, o aprendizado de contabilidade é quase sempre um investimento que vale a pena.

Embora o conhecimento seja de grande valia e permita ao empreendedor alcançar um mercado de trabalho próspero mais rapidamente, nem sempre a ausência desse conhecimento será sinônimo de fracasso administrativo. Nesse sentido é válido, que os empreendedores busquem combinar experiência com conhecimento contábil, para que, se eles não entendem a linguagem contida nas informações transmitidas pelo seu contador, devem questionar mais sobre essas.

A tabela 12 demonstra como os empresários de Triunfo – PB analisam as informações transmitidas pelo seu contador.

TABELA 12 – COMO VOCÊ CLASSIFICA AS INFORMAÇÕES TRANSMITIDAS PELO SEU CONTADOR

Descrição	Frequência Absoluta	%
De fácil compreensão	15	32
Linguagem Satisfatória	26	55
De difícil entendimento	4	9
Linguagem que só pode ser entendida por contadores	2	4
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Pode - se observar que ainda há muitos empresários que não dispõem de conhecimento específico na contabilidade, porém as experiências, e os conteúdos adquiridos na prática e na vivência se sobrepõem ou ajudam quando há a falta de conhecimento contábil.

A tabela 13 demonstra qual a instrução que os empresários tem sobre a contabilidade gerencial, uma ferramenta utilizada pela contabilidade na prestação de informações.

TABELA 13 – VOCÊ SABE O QUE É CONTABILIDADE GERENCIAL

Descrição	Frequência Absoluta	%
Sim	10	21
Não	37	79
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

A contabilidade gerencial tem como objetivo, segundo Iudibus e Marion, (2007, p. 61) “prover seus usuários de informações úteis para a tomada de decisão [...]”, sendo de grande valia para as empresas e tais informações não utilizadas por seus gestores, administradores e controller, por falta de conhecimento ou mesmo pelo seu custo benefício, podendo ocorrer um desembolso pelo serviço e o mesmo não gerar benefícios para a empresa seja a curto, médio e longo prazo.

Segundo Salvador e Pinheiro (2012, p. 2):

A Contabilidade gerencial permite aos empresários conhecer os dados relativos a concorrentes, clientes e fornecedores e também pode fornecer dados sobre a lucratividade da empresa gerando suporte para tomada de decisões. Ela vem produzir informações objetivas, úteis e relevantes através da combinação da contabilidade financeira com várias áreas do conhecimento de negócios.

Em relação a Triunfo o número de microempresas é bem superior as pequenas empresas, sendo essas empresas pequenas, de estrutura simples, empresas familiares, podendo tais serviços ser vistos como irrelevantes e de alto custo.

A tabela 14 mostra se a contabilidade fornece ou não relatórios contábeis para os empresários das micro e pequenas empresas e se fornece, se essas são utilizadas.

TABELA 14 – OS RELATÓRIOS FORNECIDOS PELA CONTABILIDADE SÃO UTILIZADOS

Descrição	Frequência Absoluta	%
Sim	14	30
Não	10	21
Não fornece	23	49
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Pode-se observar que quase a metade dos entrevistados responderam que seu contador não fornecem relatórios, isso pode ser explicado pelo fato de grande parte dos empresários tratarem contabilidade como ferramenta utilizada para fins fiscais e tributário e de não apresentarem conhecimento suficiente e específicos sobre a contabilidade, onde acabam recorrendo a suas experiências e conhecimentos adquiridos ao longo dos anos. Com isso, dispensam as ferramentas que poderiam ser disponibilizadas pelo seu contador e, que muitas vezes, não são utilizadas por desconhecimento dos empresários, mas que podem ser exigidas pelos mesmos já que pagam pela prestação de serviço do profissional de contabilidade.

A tabela 15 demonstra e questiona os empresários se já utilizaram algum tipo de informação contábil na hora de tomar alguma decisão na sua empresa.

TABELA 15 – JÁ FOI UTILIZADO ALGUM TIPO DE INFORMAÇÃO CONTÁBIL NA HORA DE TOMAR ALGUMA DECISÃO

Descrição	Frequência Absoluta	%
Sim	34	72
Não	9	19
Não fornece	4	9
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Tal estimativa mostra que mais de 70% já utilizou a informação contábil na hora de tomar alguma decisão, percentual bem superior aos que não utilizam, pois os que não utilizam também não dispõem de tal conhecimento. A falta desse conhecimento pode causar a mortalidade precoce da empresa.

Apesar da maioria dos entrevistados informarem que não utilizam os relatórios contábeis para tomada de decisões, mais de 70% destes já utilizou alguma informação para este fim, o que pode ser entendido pela utilização de informações e instrumentos que não estejam limitados apenas às informações contidas nos relatórios formais, a exemplo de consultorias, por telefone ou e-mails referente a assuntos variados como: aspectos fiscais, tributários e trabalhistas, a compra de mercadorias, fluxo de caixa, dentre outros.

Com isso, o estudo reforça a importância do conhecimento das informações fornecidas pela contabilidade, por parte dos usuários, visando maior vida útil da empresa, sem prazo determinado para encerrar suas atividades. Conforme sugere o Princípio da Continuidade, pressupõe que a entidade continuará em operação no futuro.

A tabela 16 mostra caso seja fornecido relatório(s), de que forma esses ajudam na tomada de decisão pelos empresários de Triunfo.

TABELA 16 – CASO SEJAM FORNECIDOS RALATÓRIO, DE QUE FORMA ESSES AJUDAM NA TOMADA DE DECISÃO

Descrição	Frequência Absoluta	%
Muito	5	11
Suficiente	15	32
Pouco	12	25
Não conhece	15	32
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Pode-se observar que é bem considerável o número de empresários que não conhecem esse tipo de instrumento fornecido pela contabilidade. Os dados ainda mostram que os empresários, como já mencionado, possuem certa deficiência no entendimento e não conhecem de forma satisfatória as informações transmitidas pelo seu contador, comprometendo o entendimento e por isso deixam de utilizar relatórios na hora de tomar alguma decisão.

Com isso, as empresas devem ter profissionais cada vez mais qualificados e comprometidos com os ideais dessas, buscando entender mais a contabilidade que é um problema sentindo por uma boa parte dos usuários da contabilidade, como mostrou a pesquisa.

De acordo com Vasconcelos (2001, pág. 01), “como a contabilidade é tão importante, é aconselhado que todos os administradores de todos os tipos de organização compreendam sua utilização e limitações”.

A tabela 17 questiona se o empresário estaria disposto a pagar mais ao contador por outras informações adicionais da sua empresa.

TABELA 17 – ESTARIA DISPOSTO A PAGAR MAIS AO CONTADOR POR OUTRAS INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A SITUAÇÃO ECONOMICA E FINANCEIRA DA SUA EMPRESA

Descrição	Quantidade	%
Sim	24	51
Não	23	49
Total	47	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2013.

Pode-se observar que 51% dos empresários entrevistados concordaram e com pouca diferença 49% responderam que não. Isso porque boa parte dos entrevistados afirma que já pagam o suficiente pela prestação do serviço e não estaria disposto a pagar mais, como também veem como um gasto mensal, ter que pagar todo mês aquele valor a seu contador já que são pagos na maioria para gerar guias para recolhimento dos tributos devidos pela empresa ao governo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo dessa pesquisa foi identificar o uso da informação contábil para as micro e pequenas empresas da cidade de Triunfo – PB. Para isso foi necessário aplicar um questionário com empresários das micro e pequenas empresas.

Com base nas respostas dos questionários, pode-se verificar que a maioria dos entrevistados não tem ensino médio completo e apenas quatro tem o nível superior, sendo a baixa escolaridade um dos fatores que pode dificultar o entendimento das informações contábeis. Entretanto, a maioria das empresas está em funcionamento há mais de 5 anos no mercado local.

Apesar da maioria dos contadores serem de outras cidades e não estarem em contato constante com seus clientes, constatou-se que a maioria dos empresários considera as informações contábeis transmitidas pelo contador como uma linguagem satisfatória e quanto ao nível de entendimento dessas informações, afirmam ser suficiente, considerando assim que o trabalho oferecido pelo contador atende as suas necessidades. Ainda de acordo com a pesquisa, outro dado relevante é que mais de 70% dos entrevistados já utilizaram algum tipo de informação contábil na hora de tomar alguma decisão.

Diante do apresentado, pode-se concluir que ainda é grande o número de empresários das micro e pequenas empresas da cidade de Triunfo-PB que enxergam a contabilidade como apenas uma ferramenta para fins fiscais e tributários, apesar de grande parte desses empresários considerarem importantes as informações geradas pela contabilidade e de já utilizarem essas informações no processo decisório.

O estudo apresentou algumas limitações quanto à aplicação dos questionários, pois os entrevistados não apresentaram entendimento e conhecimento acerca das terminologias contábeis usadas no questionário, apontou que quase 80% dos entrevistados responderam que não sabem o que é contabilidade gerencial, outro fator é que alguns comércios, quando foram visitados estavam fechados, o que provocou uma redução no número de respondentes, podendo assim, tais fatores, acabarem interferindo de alguma forma nos resultados alcançados pela pesquisa.

5.1 Recomendações

Com o presente estudo e os resultados apresentados observou-se a perspectiva de novos estudos sobre o tema desenvolvido, já que é uma área ampla, como sugestões, e que pode ser explorado por outras regiões e tipos de empresa que o trabalho não abordou.

Espera-se ter contribuído e despertado a curiosidade dos empresários em conhecer melhor a contabilidade, uma vez que, esta vai além de registros de escriturações, cálculos tributários e fiscais. Da importância da aplicação da contabilidade gerencial nas micro e pequenas empresas, que a atual pesquisa possa servir de base e motivação para o desenvolvimento de novos estudos sobre o assunto abordado. Sugere-se a ideia da implementação da contabilidade gerencial nessas empresas para analisar o antes e o depois, para poder conhecer os resultados alcançados, como também um incentivo aos empresários a se capacitarem, com realização de novos cursos que tratem da temática abordada ou áreas afins, já que o mercado consumidor onde oferecem seus produtos e serviços está cada dia mais exigente e requer cada vez mais desses empresários.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, G.L. do. *et al.* **Empresômetro: censo das empresas e entidades.** [S.l]: IBPT, 2012. Disponível em: <<http://www.ibpt.com.br/img/uploads/novelty/estudo/372/CENSODASEMPRESAS EENTIDADESOUTUBRO2012V9FINAL.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2013.
- ATKINSON, Anthony A. *et al.* **Contabilidade gerencial.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008. Atlas, 1999.
- BERLO, David K. **O processo da comunicação: introdução à teoria e prática.** Trad. Jorge Arnaldo Fontes. Revisão técnica: Irami B. Silva. 8. ed., São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BNDES. Porte de empresa. Brasília: BNDES, 2013. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/porte.html>. Acesso em: out. 2013.
- BOM ÂNGELO, Eduardo. **Empreendedor corporativo: a nova postura de quem faz a diferença.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- BRASIL. Jus Brasil. **Art. 966 do Código Civil Brasileiro.** Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/ anotada/2337333/art-966-do-codigo-civil-lei-10406-02>>. Acesso em: out. 2013.
- _____. **Lei Complementar Federal nº 139**, de 10 de novembro de 2011. Altera dispositivos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e dá outras providências. Brasília: Congresso Nacional, 2011.
- CHÉR, Rogério. **A gerência das pequenas e médias empresas: o que saber para administrá-las.** 2ed. rev. e ampl. São Paulo: Maltese, 1991.
- CONSELHO Federal de Contabilidade. **Resolução CFC Nº 1121 DE 28 DE MARÇO DE 2008.** Aprova a NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis. Brasília: CFC, 2008.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

DIAS, Cristiane Balbina de Araújo *et al.* **RUÍDOS NA COMUNICAÇÃO ENTRE A CONTABILIDADE E OS SEUS USUÁRIOS**. São Paulo: USP, 2013. Disponível em < <http://www.economia.esalq.usp.br/intranet/uploadfiles/166.pdf> >. Acesso em: nov. 2013.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Ed. Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

Empreender – PB. [S.l: s.d], 2011. Disponível em:< <http://empreender.pb.gov.br/>>. Acesso em: out. 2013.

FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando. **Boa ideia! e agora?: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

FLORES, M. **Brasil é o terceiro maior país em número de empreendedores**. Brasília: Agencia Sebrae de notícia, 2012. Disponível em:<<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia/13711729/ultimas-noticias/brasil-e-o-terceiro-maior-pais-em-numero-de-empreendedores/>>. Acesso em: nov. 2013.

HISRICH, Robert D.; PETERS Michael P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman. 2004.

IBGE. **Cidades: Paraíba, Triunfo**. Brasília: IBGE, 2013. Disponível em< <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=251680&search=paraiba|triumfo>>. Acesso em: out. 2013.

IPEA. [S.l: s.d], **2013**. Disponível em:< http://ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_alphacontent&ordering=3&limitstart=10380&limit=20&Itemid=21>. Acesso em: out. 2013.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 10.ed. totalmente atuali.,com capitulo especial. São Paulo; Atlas, 2010.

_____. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação**. São Paulo: Atlas, 2007

_____. **Introdução à teoria da contabilidade**: para graduação, 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IVO, Fernando. **Pequenos negócios na Paraíba quase quadruplicam**. Brasília: Agencia Sebrae de notícia, 2011. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?canal=214&cod=11647836>>. Acesso em: out. 2013.

JUNCEP – PB. **Junta Comercial do Estado da Paraíba**. [S.l: s.d]. Disponível em:< <http://www.jucep.pb.gov.br/>>. Acesso em: out. 2013.

KATAOKA, Sheila Sayuri. **Controle Interno Gerencial nos Fundos de Pensão do Estado de Pernambuco**: contribuição de uma Modelagem de Monitoramento dos Riscos com o uso de indicadores Contábeis e Atuariais. 2011. Mestrado em Ciências Contábeis - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, UFPE, Pernambuco. Disponível em:< <http://www.ufpe.br/ppgcontabeis/images/documentos/Dissertacoes/sheila%20sayuri%20kataoka%2024%2002%202011.pdf>>. Acesso em: nov. 2013.

LACORTE. Edson. **A microempresa e a empresa de pequeno porte no Direito brasileiro**. Disponível em:<<http://www.franca.unesp.br/artigo/edson.pdf>>. Acesso em: nov. 2013.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do empreendedorismo**: criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000.

MARCONDES, Reynaldo Cavalheiro e BERNARDES, Cyro. **Criando empresas para o sucesso**. 2a ed. São Paulo: Futura, 2000.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 14° ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

MURNO, Gabriela. **MPEs representam 99% das empresas e apenas 25% do PIB**. Rio de Janeiro: Portal Ig Economia, 2012. Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/empresas/2012-12-17/mpes-representam-99-das-empresas-e-apenas-25-do-pib.html>>. Acesso em: nov. 2013.

OBSERVATÓRIO DA LEI GERAL. Disponível em: <www.leigeral.com.br>. Acesso em: set. 2013.

OLIVEIRA, L. **Empresas paraibanas têm segunda maior taxa de sobrevivência do país**. Brasília: Agência Sebrae de Notícia, 2013. Disponível em: <<http://www.pb.agenciasebrae.com.br/noticia/21016556/noticias/empresas-paraibanas-tem-segunda-maior-taxa-de-obrevivencia-do-pais/>>. Acesso em: nov. 2013.

_____. **Feira do Empreendedor começa nesta quarta-feira (19)**. Brasília: Agência Sebrae de Notícia, 2012. - PB 2012. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia/18904326/ultimas-noticias/feira-do-empreendedor-comeca-nesta-quarta-feira-19/?indice=10>>. Acesso em: 20 out. 2013.

PIZZOLATO, Nélo Domingues. **Introdução a contabilidade gerencial**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2004.

PORTAL Brasil. **Brasil empreendedor em números**. Brasília: Portal Brasil, 2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/brasil-empendedor-em-numeros>>. Acesso em: out. 2013.

_____. **Simples Nacional**. Brasília: Portal Brasil, 2001. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/empreendedor/legislacao/simples-nacional>>. Acesso em: out. 2013.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3.ed. São Paulo:

RUNGO, Alirio. **O papel das informações contábeis no processo decisório das indústrias situadas na Região Metropolitana de Salvador**. Publicado no XVI Congresso Brasileiro de Custos – Fortaleza - Ceará, Brasil, 03 a 05 de nov. 2009. Disponível em: <<http://www.contabeis.ufba.br/Site/arquivos/Editor/file/Mestrado/Artigos/JSuzart-Custos2.pdf>>. Acesso em: nov. 2013.

SALES, Rodrigo Lacerda; BARROS, A. A. de; PEREIRA, C. M. M. de A. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas.** Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.2, n.1, p.38-55, 2008.

SALVADOR, Fabiane; PINHEIRO, Eduardo José. **A contabilidade gerencial e o processo de comunicação entre as empresas e os escritórios de contabilidade.** Disponível em: <<http://docs.google.com>>. Acesso em: nov. 2013.

SANTOS, Rubens da Costa. **Manual de gestão empresarial: conceitos e aplicações nas empresas brasileiras.** São Paulo: Atlas, 2007.

SEBRAE. **Pesquisa dos fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003-2005.** Brasília: Sebrae, 2007.

SEBRAE. **Unidade de Gestão do Sebrae Nacional. Núcleo de Estudos e Pesquisa. Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. Distrito Federal: Biblioteca, 2011 Coleção Estudos e Pesquisas.** Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/\\$File/NT00046582.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/45465B1C66A6772D832579300051816C/$File/NT00046582.pdf)>. Acesso em: out. de 2013.

_____. **Quem são os pequenos negócios?** Brasília: Sebrae, 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/perfil-dos-pequenos-negocios/apresentacao>>. Acesso em: nov. 2013.

_____. **Taxa de Sobrevivência e Mortalidade das Empresas 1 a 5 anos.** [S.l: s.d], 2003. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>>. Acesso em: out. 2013.

SERASA Experian. **Brasil tem 1,26 milhão de novos empresários de janeiro a agosto.** São Paulo: G1, 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2013/09/brasil-tem-126-milhao-de-novos-empresarios-de-janeiro-agosto.html>>. Acesso em: out. 2013.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, monografias, dissertações, teses.** 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2006.

SILVEIRA, Ailton Carlos da Silveira *at al.* **Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender.** Disponível em: <http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf>. Acessado em: novembro de 2013.

STROEHER, Angela Maria; FREITAS, Henrique. **O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas**. Revista de administração – eletrônica – RAUSP-e. 2008. Disponível em: < http://www.rausp.usp.br/Revista_eletronica/v1n1/artigos/v1n1a7.pdf>. Acesso em: nov. 2013.

VASCONCELOS, Antonelyr Maria Barbosa de. **A importância da contabilidade gerencial e do novo contador para a administração**. São Paulo. Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2001.

VEIGA, João Conde. **Introdução ao Estudo da Comunicação Social**. 1º Edição. Porto: Fundação de Ensino e Cultura de Fernando Pessoa, 1992.

VIEIRA, K.; OLIVEIRA, L. **Paraíba aumenta em 50% o número de pequenos negócios**. Paraíba: Portal do empreendedor, 2012. Disponível em :<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/noticias/noticias-do-portal/paraiba-aumenta-em-50-o-numero-de-pequenos-negocios?searchterm=dados+sobre+>>. Acesso em: nov. 2013.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE - DFC
CURSO: BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO

- A proposta deste questionário é de subsidiar a pesquisa sobre:

UM ESTUDO SOBRE O USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE TRIUNFO – PB.

- **Natureza do trabalho:** Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) – Monografia

- **Curso:** Graduação em Ciências Contábeis

- **Aluno:** Arthur Gustavo Rosendo de Paula

- **Orientadora:** Ms. Sheila Sayuri Kataoka.

PERFIL DO ENTREVISTADO:

1. Gênero:

Masculino Feminino

2. Idade: _____

3. Grau de instrução

Fundamental Completo Superior em: _____

Fundamental Incompleto Especialização

Médio Completo Médio Incompleto

4. Qual porte de sua empresa?

Micro Pequeno

5. Há quanto tempo está em funcionamento no mercado local?

Menos de 1 ano De 1 a 3 anos

- De 3 a 5 anos De 5 a 8 anos
 De 8 a 10 anos De 10 a 15 anos
 Mais de 15 anos

6. Qual segmento em que sua empresa atua?

- Comércio Indústria Prestação de serviço

7. Sua empresa possui um contador?

- Sim, próprio Sim, terceirizado Não

8. Para que serve a contabilidade ou contador na sua empresa?

- Para fins de procedimentos fiscais e tributários;
 Serviços trabalhistas, previdenciários, folha de pagamento;
 Auxiliar no processo decisório;
 Saber sobre a situação econômica e financeira da empresa;
 Todas as afirmações.

9. Com que frequência você recorre ao seu contador à procura de informações e para tirar dúvidas?

- Sempre Às vezes Nunca

10. Qual nível de conhecimento sobre as informações fornecidas pela contabilidade?

- Muito Suficiente
 Pouco Não conhece

11. Como você classifica as informações transmitidas pelo seu contador?

- De fácil compreensão;
 Linguagem Satisfatória;
 De difícil entendimento;
 Linguagem que só pode ser entendida por contadores .

12. Você sabe o que é contabilidade gerencial?

- Sim Não

13. Os relatórios fornecidos pela contabilidade são utilizados?

Sim Não Não conhece

14. Já foi utilizado algum tipo de informação contábil na hora de tomar alguma decisão?

Sim Não Não fornece

15. Caso sejam fornecidos relatórios, de que forma esses ajudam na tomada de decisão?

Não Muito Suficiente

Suficiente Não conhece

16. Estaria disposto a pagar mais ao contador por outras informações adicionais sobre a situação econômica e financeira sua empresa?

Sim Não