

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
KELVIN JULIO ONIESKO

GESTÃO FINANCEIRA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PROVEDORAS DE  
INTERNET NO BRASIL

CURITIBA, 2020

KELVIN JULIO ONIESKO

GESTÃO FINANCEIRA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PROVEDORAS DE  
INTERNET NO BRASIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à  
Universidade Federal do Paraná, setor Sociais  
Aplicadas, como parte das exigências do curso  
de pós-graduação Latu-Sensu MBA em Gestão  
Estratégica, para a obtenção do título de  
Especialista em Gestão Estratégica.

Orientadora: Profa. Ana Paula Mussi Szabo  
Cherobim

CURITIBA, 2020

## **RESUMO**

No Brasil 99% das empresas são classificadas como micro e pequenas empresas, e estas são responsáveis por empregar 70% dos brasileiros no setor privado (SEBRAE, 2019). Devido à relevância econômica e social dessas empresas, este artigo visa estudar as micro e pequenas empresas provedoras de internet no Brasil e como elas se organizam financeiramente. Para tal feito realizou-se uma pesquisa quantitativa com o público alvo de modo online e anônimo. Participaram da pesquisa 141 empresas distribuídas entre 12 estados brasileiros. Os dados foram analisados com o auxílio do software Microsoft Excel. Os resultados encontrados demonstram que o tempo de existência influencia na percepção de mercado das empresas, também demonstraram que 77% das empresas participantes têm nível de liquidez superior a um. Dos problemas financeiros levantados, os impostos e taxas a pagar e a dificuldade de conseguir crédito e financiamentos são os maiores desafios à gestão dessas empresas.

Palavras-Chave: Provedor de Internet; Gestão Financeira; Micro e Pequena Empresas.

## **ABSTRACT**

In Brazil 99% of companies are classified as Micro and small companies, but are also responsible for employing 70% of Brazilians in private sector (SEBRAE, 2019). Due to its economic and social relevance, this article aims to study the micro and small companies, specially internet solution providers in Brazil and how they organize themselves financially. In order to do so, an anonymous survey was made online with our target companies. 141 companies from 12 different states joined the research which was compiled and analyzed using Microsoft Excel. The results demonstrates that time to market influenced the perception of companies about the market itself, also demonstrates that 77% participating companies have current liquidity bigger than one. Among the financial problems presented, high taxes to be paid along the difficulty of obtaining credit and financing are, the greatest challenges faced by managers of these companies.

Keywords: Internet Solution Provider; Financial management; Micro and small companies.

## Sumário

Introdução .....	6
Justificativa .....	7
Referencial Teórico .....	8
O que são Pequenos Provedores de Internet? .....	8
O que é uma micro e pequena empresa? .....	8
Principais motivos que levam à falência de micro e pequenas empresas .....	9
Quais os principais problemas financeiros enfrentados pelas MPE's. ....	10
Metodologia .....	11
Análise dos Dados .....	12
Conclusões .....	22
Referências .....	25

## Introdução

Este trabalho discute a gestão financeira de micro e pequenas empresas provedoras de internet no Brasil. Aborda-se sua perspectiva de mercado, suas maiores dificuldades, problemas financeiros e processos de decisão.

As micro e pequenas empresas representam a maior parcela dos negócios no mundo e empregam a maior parte da população no Brasil. Devido a essa grande relevância econômica e social gerou-se a necessidade de analisar estes atores e, portanto, este estudo.

Os provedores de internet têm grande relevância para as cidades onde atuam e por isso são o foco dessa pesquisa. Usualmente estão presentes em cidades distantes dos grandes centros, onde as grandes operadoras não atuam, gerando inclusão digital da sociedade. Por outro lado, quando nos grandes centros, essas pequenas empresas são concorrência para grandes operadoras gerando redução de custo e melhorando a qualidade do serviço para os clientes finais. Essas empresas, em países em desenvolvimento como o Brasil, se tornam facilitadores do empreendedorismo, viabilizando o acesso à informação e serviços digitais, contribuindo para a redução do desemprego e melhoria na qualidade de vida dos cidadãos através do acesso à internet.

Este trabalho apresenta um referencial teórico que embasa a pesquisa feita através de método quantitativo por questionário anônimo distribuído ao público alvo estudado. Através dessa coleta de dados, são apresentadas análises e questionamentos discursivos relacionados ao referencial e encerrado com uma conclusão a respeito dos dados analisados.

## Justificativa

Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), atualmente no Brasil existem aproximadamente 6,4 milhões de empresas, dessas 99% são Micro e Pequenas Empresas (MPE), responsáveis pela geração de renda de 70% dos brasileiros ocupados no setor privado. Em 2017 essas empresas representaram 27% do PIB brasileiro. Ainda segundo relatório de 2013 do instituto, cerca de 24,4% dessas empresas não sobrevivem aos dois primeiros anos de vida e esse percentual pode chegar a 50% se aumentarmos o período de análise para quatro anos. Em estudo feito com 2000 dessas empresas no território nacional, o SEBRAE identificou que 25% delas informaram como causa da paralisação das atividades problemas financeiros, inadimplência, falta de linhas de crédito e capital de giro. (SEBRAE, 2019)

Conforme reportagem publicada no site G1 em outubro de 2018, com base em dados fornecidos pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), nos anos de 2014, 2015 e 2016 houveram mais empresas fechadas do que abertas. A notícia também informa que de todas as empresas abertas em 2011 somente 38% continuavam ativas em 2016, ou seja, em cinco anos 62% dos CNPJ encerraram suas atividades. Outra matéria, publicada no site Valor Econômico um ano antes, mostra que esse cenário vem se repetindo. Nessa reportagem foram analisados os mesmos dados do IBGE, porém de um ano antes, destacando que das empresas criadas em 2010 apenas 37,8% chegaram ativas em 2015.

Em outra pesquisa feita pelo Serasa Experian e publicada no site G1 (2019) mais de 5 milhões de empresas estavam inadimplentes em maio de 2019, um aumento de 6,9% em comparação a maio de 2018, sendo que as micro e pequenas empresas representavam 95% da amostra.

Por suas características de transformar ideias em negócios, de sempre inovar, de se dispor a assumir riscos, o empreendedor é absolutamente necessário para o crescimento da economia. O empreendedorismo gera empregos, impostos e desenvolvimento (SOUZA, 2013).

Entre o universo de micro e pequenas empresas é possível destacar as empresas provedoras de internet, o objeto de estudo desse projeto. A ANATEL

(Agencia Nacional de Telecomunicações) estima que esses provedores detinham em 2018 20% do mercado de telecomunicações no Brasil e que se somadas, essas empresas ocupariam o 3º lugar no ranking das maiores prestadoras de banda larga fixa no país (ANATEL, 2018).

Esse estudo justifica-se pela crescente representatividade dos pequenos provedores de internet no ramo de telecomunicações no Brasil. Em consonância com as principais dificuldades, elencadas por gestores de micro e pequenas empresas, o trabalho visa entender como essas empresas fazem a gestão de seus recursos financeiros e quais os principais problemas enfrentados por elas.

### Referencial Teórico

O tema envolve a compreensão de provedores de internet, sua condição de micro e pequena empresa e suas dificuldades financeiras.

#### O que são Pequenos Provedores de Internet?

Provedores de internet ou ISP (*Internet Solution Provider*) são empresas que oferecem serviços de acesso à internet a residências e empresas, podendo também agregar outros serviços como e-mail, hospedagem de sites entre outros. (WHOISMYISO, 2019)

Essas pequenas empresas provedoras de internet comumente têm suas atividades centralizadas em cidades afastadas dos grandes centros e não atendidas pelas grandes operadoras de telecomunicações, devido à menor viabilidade econômica para tal. Uma Prestadora de Pequeno Porte (denominação utilizada pela Anatel, ANATEL, 2019) pode influenciar positivamente o mercado onde atua, pois ajuda na inclusão digital onde as grandes prestadoras não atuam e geram concorrência nas áreas onde já existe o serviço, reduzindo o custo para o consumidor final. Com a maior disponibilidade de conexões à internet, multiplicam-se as oportunidades para empreendedores locais implementarem novos negócios e aos cidadãos terem mais acesso à informação e serviços digitais. (ANATEL, 2017)

#### O que é uma micro e pequena empresa?

O próximo passo é entender o que são micro e pequenas empresas. Atualmente, no Brasil o porte de uma empresa pode ser definido com base no seu

faturamento anual bruto, número de funcionários e ramo de atividade. Segundo a lei complementar N° 123 de 14 de dezembro de 2006, capítulo II Art.3° inciso I e II são consideradas microempresas aquelas com receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), sendo aquelas com receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e inferior ou igual a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) enquadradas como empresa de pequeno porte.

### Principais motivos que levam à falência de micro e pequenas empresas

Segundo o SEBRAE, não é possível enumerar um único fator como a causa de mortalidade de micro e pequenos negócios no Brasil, mas sim, uma combinação de fatores. Segundo a instituição, empreendedores que iniciaram seu negócio por necessidade ou falta de opção, na maioria das vezes não tiveram tempo para planejar, não conseguiram negociar com seus fornecedores e não conseguiram empréstimos em bancos. Muitas vezes esses empreendedores não aperfeiçoavam produtos ou serviços, não investiam em capacitação da mão-de-obra, não faziam acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, não agregavam valor aos seus produtos e serviços e não investiam em sua própria capacitação em gestão empresarial. (SEBRAE, 2019)

Para Adelman e Marks todos os indivíduos devem entender de finanças

A basic understanding of finance is required for any individual who starts or manages a business." [...] "If we expect to obtain greater returns from our investments in the future, we have to understand finance, its relationship to interest rates and how to obtain proper financing. without this understanding, our individual and business efforts will probably fail." [ADELMAN e MARKS (1998, p. 3)]

Ainda segundo Adelman e Marks nos Estados Unidos da América aproximadamente 40% (quarenta por cento) de todas as empresas no país vão a falência nos primeiros 5 anos devido a problemas financeiros:

In the United States, approximately 40 percent of all businesses fail in the first five years. This is normally not because the businesses offer poor products or services, but because of poor financial

management and/or a lack of adequate financial capital. [ADELMAN e MARKS (1998, p. 1-2)]

Em matéria publicada no blog da Serasa Experian (2019) dentre os principais motivos de falência das empresas está a prática de deixar de acompanhar as finanças. A matéria relata que muitas empresas demoram a perceber a importância de uma gestão financeira eficiente, misturando, muitas vezes, as finanças pessoais dos sócios com as finanças das empresas. Ainda segundo a matéria o desconhecimento de números reais de lucratividade, rentabilidade e liquidez impossibilitam o empresário a tomar decisões embasadas e estratégicas para a empresa.

### Quais os principais problemas financeiros enfrentados pelas MPE's.

O alto endividamento pode acabar prejudicando as micro e pequenas empresas, dificultando negociações, impedindo expansão ou em casos mais críticos levar ao fechamento do negócio. Esse cenário é preocupante, pois essas empresas são as que mais contratam quando a economia está aquecida, porém são as mais vulneráveis quando a economia está em recessão. (PEREIRA, 2019)

Para Barreto (2013) adquirir crédito ainda é um dos maiores entraves para o crescimento das micro e pequenas empresas brasileiras, que acabam ficando sem capital de giro e de investimento para a compra de equipamentos, reformas, entre outros. A situação é mais complicada para empresas com menos de dois anos de vida, pois não tem histórico e garantias para aquisição de empréstimos.

Para Adelman e Marks (1998) uma das maiores dificuldades das micro e pequenas empresas é fazer a gestão do capital de giro:

Probably one of the most difficult tasks faced by the small business owner is the proper management of working capital. In the normal course of conducting business, we accumulate current liabilities that often must be paid in lump sums. Some examples of these are rent, insurance, payroll taxes, sales taxes, and accounts payable. Revenue, on the other hand, often flow in a sporadic but somewhat steady stream, and it can be difficult to equate the steady income stream to a lumpy payment schedule. [ADELMAN e MARKS (1998, p. 141)]

## Metodologia

A presente pesquisa classifica-se como survey, de caráter descritivo e abordagem quantitativa. De acordo com Matitz (2019) pesquisas descritivas são “afirmações a respeito de um único fenômeno ou objeto de estudo, a partir de pesquisas e conhecimentos anteriores a respeito do assunto”. Na pesquisa quantitativa procura-se garantir a possibilidade de generalizar os resultados com base no uso da estatística na amostragem (MATITZ, 2019). Para a coleta de dados foi utilizado a metodologia Survey, que segundo Freitas (2000) pode ser descrita como a busca de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de um determinado grupo de pessoas que representam uma população, por meio de algum instrumento de pesquisa, normalmente um questionário.

A coleta dos dados ocorreu por meio de questionário específico aplicado de forma online utilizando-se de redes sociais e aplicativos de mensagens. Essa coleta ocorreu entre os dias 15 de novembro e 31 de dezembro de 2019 e envolveu 141 empresas sediadas em todo território nacional.

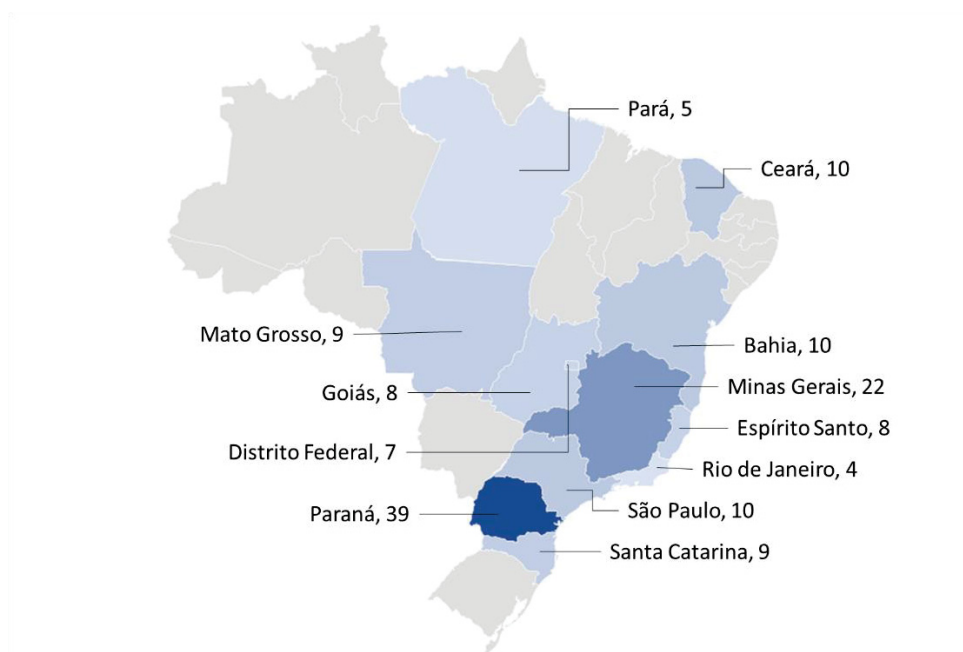
Com relação ao formato, o questionário foi dividido em oito perguntas. Duas perguntas de múltipla escolha, para identificar o Estado onde a empresa se localiza e o tempo de mercado. Em duas questões a resposta era binária, ou seja, sim ou não. Esse modelo foi utilizado para saber se a empresa tinha dívidas com fornecedores e instituições financeiras e se o dinheiro em caixa, estoque e investimentos de curto prazo era suficiente para quitar todas as dívidas da empresa pelos próximos 12 meses. No terceiro e último modelo de perguntas foi utilizado a escala Likert de cinco pontos, em quatro questões. Foi utilizada escala de 5 a 7 pontos para o respondente afirmar o quanto ele discorda ou concorda com algo, demonstrando graus de opinião, desde um discordo totalmente, passando por indiferente, até concordo totalmente (SURVEYMONKEY, 2019). A escala de Likert foi utilizada em perguntas para entender quais as principais dificuldades para esses empreendedores: 1 era pouco difícil e 5 muito difícil. Perguntas para entender quais problemas financeiros são mais desafiadores: 1 era pouco desafiador e 5 muito desafiador. E perguntas para entender a frequência em que situações acontecem: 1 era quase nunca e 5 sempre.

Para análise dos dados, esses foram tabulados em planilha do Excel e foram feitos os procedimentos da estatística descritiva.

### Análise dos Dados

Foram coletadas respostas de 141 empresas espalhadas por 12 estados da federação, conforme Gráfico 1 a seguir:

**Gráfico 1 - Distribuição das Empresas no Território Brasileiro**



Fonte: o autor (2020)

A Tabela 1 e o Gráfico 1, mostram como as empresas participantes estão distribuídas no país: 12 estados, sendo o maior número de respostas concentradas nos estados do Paraná e Minas Gerais. Devido à baixa concentração de respostas em alguns estados optamos por agrupar as respostas por regiões conforme demonstrado na Tabela 2.

**Tabela 1 - Distribuição das Empresas no País - Estado**

<b>ESTADO</b>	<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b>
<b>BAHIA</b>	10
<b>CEARÁ</b>	10
<b>DISTRITO FEDERAL</b>	7
<b>ESPÍRITO SANTO</b>	8
<b>GOIÁS</b>	8
<b>MATO GROSSO</b>	9
<b>MINAS GERAIS</b>	22
<b>PARÁ</b>	5
<b>PARANÁ</b>	39
<b>RIO DE JANEIRO</b>	4
<b>SANTA CATARINA</b>	9
<b>SÃO PAULO</b>	10

Fonte: o autor (2020)

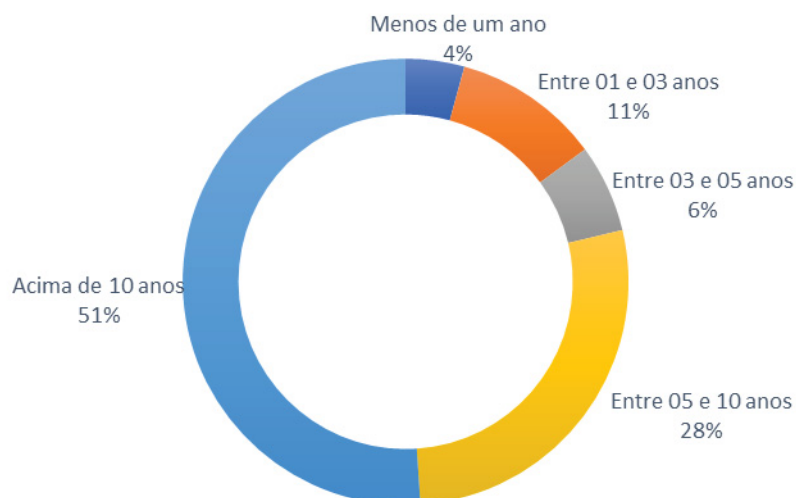
**Tabela 2 - Distribuição das Empresas no País - Região**

<b>REGIÃO</b>	<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b>
<b>CENTRO-OESTE</b>	24
<b>NORDESTE</b>	20
<b>NORTE</b>	5
<b>SUDESTE</b>	44
<b>SUL</b>	48

Fonte: o autor (2020)

A distribuição de respostas obtidas entre os diferentes Estados da Federação não representa a distribuição das empresas do Setor. As respostas foram obtidas aleatoriamente. Conforme demonstrado no Gráfico 2 das 141 empresas mais da metade está no mercado há mais de 10 anos. Apenas 21% das empresas respondentes têm menos de cinco anos de atuação.

**Gráfico 2 - Tempo de Mercado das Empresas**



Fonte: o autor (2020)

Para entender as principais dificuldades dos clientes, as dificuldades foram categorizadas em cinco fatores. Isso porque a falência de micro e pequenas empresas não é causada por um único motivo, conforme levantamento já feito pelo SEBRAE (2019).

- Gerenciar pessoas;
- Inovar em serviços;
- Controle e gestão financeira;
- Planejamento do negócio; e
- Marketing e comunicação.

Nessa questão foi utilizada a escala Likert para o respondente escolher se aquele item era pouco difícil (escolhendo a opção 1) e, de acordo com o grau de dificuldade, ir aumentando até a opção muito difícil (escolhendo a opção 5).

Na tabela 3 foram somadas as respostas dos níveis 4 (Difícil) e 5 (Muito Difícil), por exemplo, considerando todas as empresas respondidas, 50,35% das empresas consideraram gerenciar pessoas difícil ou muito difícil. Dessa forma, pode-se perceber que esse grupo de empresas tem mais dificuldade em gerenciar pessoas e inovar em seus serviços (43,97%).

**Tabela 3 - Nível de Dificuldade versus Tempo de Mercado**

<b>ÍCONES</b>	<b>TODAS AS EMPRESAS</b>	<b>EMPRESAS ACIMA DE 5 ANOS</b>	<b>EMPRESAS ABAIXO DE 5 ANOS</b>
<b>GERENCIAR PESSOAS</b>	50,35%	59,46%	16,67%
<b>INOVAR EM SERVIÇOS</b>	43,97%	45,95%	36,67%
<b>CONTROLE E GESTÃO FINANCEIRA</b>	40,43%	40,54%	40%
<b>PLANEJAMENTO DO NEGÓCIO</b>	34,75%	32,43%	43,33%
<b>MARKETING E COMUNICAÇÃO</b>	37,59%	40,54%	26,67%

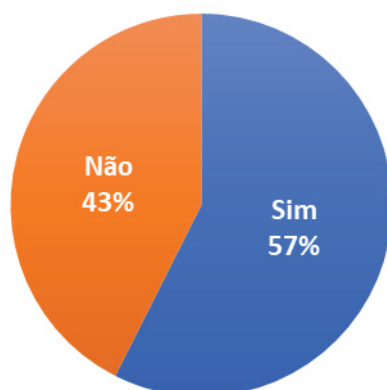
Fonte: o autor (2020)

Analisando os dados identifica-se que o tempo de mercado da empresa e consequentemente sua experiência pode interferir na percepção de mercado e no tipo de dificuldades por elas enfrentados, portanto, foi feita uma divisão entre as empresas com mais de cinco anos de mercado e aquelas até cinco anos. Na Tabela 3 percebe-se que as empresas mais jovens têm dificuldades voltadas ao planejamento do negócio, o controle e gestão financeira e inovação em serviços, já as empresas com mais tempo de mercado possuem mais dificuldades com a gestão de pessoas, inovação em serviços, marketing e comunicação.

Especificamente em relação aos aspectos financeiros percebe-se que independente do tempo de mercado, aproximadamente 40% das empresas mencionaram a gestão e o controle financeiro como difícil ou muito difícil.

Uma das perguntas feitas foi se as empresas possuem dívidas com seus fornecedores e/ou instituições financeiras. O intuito dessa pergunta era identificar se as empresas possuem contas a pagar, sendo que os respondentes tinham apenas duas opções de resposta: sim ou não, sem a necessidade de mencionar números, para os respondentes ficarem mais confortáveis com o questionário. Conforme o Gráfico 3, a seguir, 57% das empresas que participaram da pesquisa mencionaram possuir dívidas com os fornecedores e/ou instituições financeiras.

**Gráfico 3 - Endividamento das Empresas**

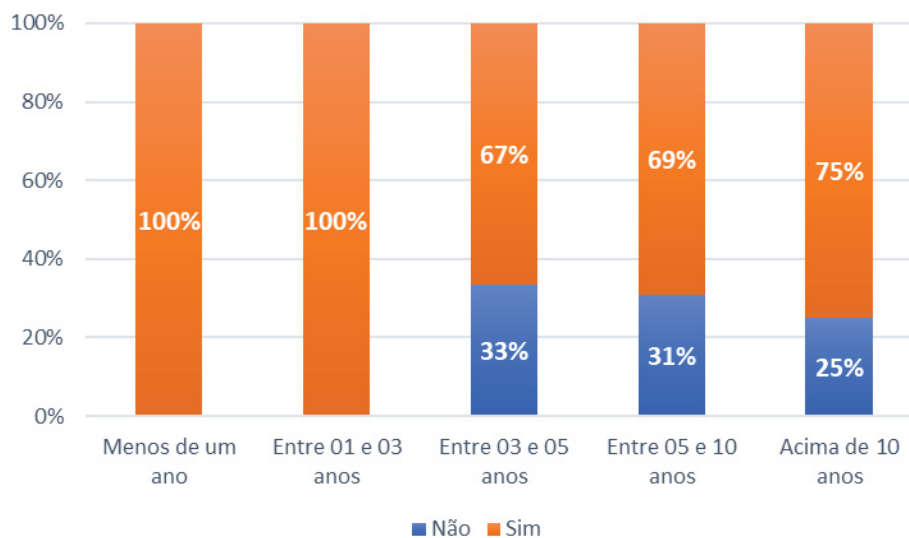


Fonte: o autor (2020)

Também foi perguntado se a soma do estoque, investimentos de curto prazo e dinheiro em caixa eram suficientes para quitar as dívidas pelos próximos 12 meses. O objetivo dessa pergunta era identificar se as empresas têm liquidez em seus negócios, esse é um indicador importante para saber a capacidade das empresas de honrar com suas obrigações no prazo acordado (ENDEAVOR, 2015).

Supreendentemente 77% das empresas responderam que sim, que o seu ativo circulante era capaz que cobrir seu passivo circulante. No gráfico 4 está detalhada a liquidez de acordo com o tempo de mercado das empresas; percebe-se que dentre as empresas até três anos todas afirmaram ter liquidez.

**Gráfico 4 - Liquidez das Empresas**



Fonte: o autor (2020)

De acordo com as fontes estudadas e mencionadas anteriormente, identificam-se cinco principais problemas financeiros comumente presentes na vida das micro e pequenas empresas. Portanto, buscou-se identificar quais desses problemas estão presentes no mercado dos pequenos provedores de internet. Os problemas financeiros estão detalhados a seguir.

- Negociação de prazos com fornecedores
- Conseguir crédito e financiamentos
- Inadimplência dos clientes
- Impostos e taxas a pagar
- Controle do dinheiro que entra e sai do caixa

De acordo com a amostra de clientes estudada percebe-se que os problemas financeiros mais desafiadores para os pequenos provedores de Internet são em primeiro lugar os impostos e taxas a pagar (68,09%) seguidos pela dificuldade de conseguir crédito e financiamentos (51,06%), conforme demonstrado na Tabela 4. Ainda na Tabela 4 percebe-se que para as empresas até cinco anos é mais desafiador conseguir crédito e financiamentos e negociar prazos com fornecedores, porém a percepção do desafio dos impostos a pagar é menor quando comparadas com empresas com mais de cinco anos de mercado.

**Tabela 4 - Problemas Financeiros Total de Empresas**

<b>PROBLEMAS FINANCEIROS</b>	<b>PERCENTUAL TODAS AS EMPRESAS</b>	<b>EMPRESAS ACIMA DE 5 ANOS</b>	<b>EMPRESAS ABAIXO DE 5 ANOS</b>
<b>NEGOCIAÇÃO DE PRAZOS COM FORNECEDORES</b>	36,17%	32,43%	51,24%
<b>CONSEGUIR CRÉDITO E FINANCIAMENTOS</b>	51,06%	48,65%	60,59%
<b>INDIMPLENCIA DOS CLIENTES</b>	38,30%	40,54%	33,02%
<b>IMPOSTOS E TAXAS A PAGAR</b>	68,09%	72,97%	49,97%
<b>CONTROLE DO DINHEIRO QUE ENTRA E SAI DO CAIXA</b>	17,02%	16,22%	23,18%

Fonte: o autor (2020)

Para explorar melhor os problemas financeiros enfrentados pelos pequenos provedores de internet, as repostas foram estratificadas por região do país, conforme demonstrado na Tabela 5. Verifica-se que os impostos e taxas a pagar são, dos problemas mencionados, o mais desafiador para os empresários do setor, em contrapartida, o controle do dinheiro que entra e sai do caixa - também denominado de fluxo de caixa - é o que menos desafia os empresários. Ainda na Tabela 5 percebe-se que a negociação de prazos com os fornecedores é mais desafiadora para empresas do Sul e Sudeste, assim como, conseguir crédito e financiamentos é mais desafiador para as empresas do Sudeste e Nordeste.

**Tabela 5 - Problemas Financeiros por Região**

PROBLEMAS FINANCEIROS	SUL	SUDESTE	NORDESTE	NORTE	CENTRO-OESTE
NEGOCIAÇÃO DE PRAZOS COM FORNECEDORES	41,67%	45,45%	25%	20%	20,83%
CONSEGUIR CRÉDITO E FINANCIAMENTOS	45,83%	61,36%	60%	40%	37,5%
INDIMPLENCIA DOS CLIENTES	39,58%	43,18%	35%	20%	33,33%
IMPOSTOS E TAXAS A PAGAR	68,75%	65,91%	70%	60%	70,83%
CONTROLE DO DINHEIRO QUE ENTRA E SAI DO CAIXA	18,75%	20,45%	20%	0%	8,33%

Fonte: o autor (2020)

Sabendo que essas são micro e pequenas empresas, foi inserida uma questão no questionário para tentar identificar como é a tomada de decisão no que diz respeito à parte financeira. A pergunta era a seguinte: As decisões financeiras, normalmente são tomadas por... havendo algumas situações de resposta:

- Pela área financeira ou pessoa responsável pela atividade
- Pelo dono da empresa
- Em conjunto com um grupo de pessoas ou sócios

Da mesma forma que em questões anteriores, foi utilizada a escala Likert perguntando a frequência com que as situações aconteciam: o número 1 representava

nunca e o número 5 sempre. Agrupando as respostas com níveis 4 e 5, que, nesse caso, indicam uma alta frequência de acontecimentos tem-se os seguintes resultados.

A Tabela 6 apresenta os dados da questão segmentando por tempo de empresa. Percebe-se que independente do tempo de empresa o comportamento é semelhante, ou seja, do grupo de empresas analisadas, as decisões financeiras são tomadas pelo dono da empresa na maior parte das vezes.

**Tabela 6 - Tomada de Decisão por Tempo de Mercado**

<b>TOMADA DE DECISÃO POR</b>	<b>TODAS AS EMPRESAS</b>	<b>EMPRESAS ACIMA DE 5 ANOS</b>	<b>EMPRESAS ABAIXO DE 5 ANOS</b>
<b>PELA ÁREA FINANCEIRA OU RESPONSÁVEL</b>	51,60%	51,35%	50%
<b>PELO DONO DA EMPRESA</b>	76,60%	75,68%	80%
<b>EM CONJUNTO COM PESSOAS OU SÓCIOS</b>	36,17%	35,15%	40%

Fonte: o autor (2020)

A Tabela 7 apresenta os dados segmentando por região do país, porém o resultado foi bem semelhante ao encontrado na Tabela 6, as decisões, na maioria das vezes, são tomadas pelo dono da empresa, não apresentando grandes variações por tempo da empresa no mercado ou região do país.

**Tabela 7 - Tomada de Decisão por Região**

<b>TOMADA DE DECISÃO POR</b>	<b>SUL</b>	<b>SUDESTE</b>	<b>NORDESTE</b>	<b>NORTE</b>	<b>CENTRO-OESTE</b>
<b>PELA ÁREA FINANCEIRA OU RESPONSÁVEL</b>	58,33%	43,18%	45%	60%	54,17%
<b>PELO DONO DA EMPRESA</b>	85,42%	70,45%	80%	60%	70,83%
<b>EM CONJUNTO COM PESSOAS OU SÓCIOS</b>	37,5%	36,36%	35%	40%	33,33%

Fonte: o autor (2020)

Na última questão do questionário, tenta-se entender a percepção desses empreendedores com relação aos juros. Foi perguntado se ao fazer um empréstimo ou uma compra parcelada eles costumam olhar o valor total do pacote considerando os juros ou se eles olham o valor da parcela. Nessa questão também foi utilizada a

escala Likert onde 1 era discordo totalmente e 5 concordo totalmente com cada uma das opções.

Na Tabela 8 estão as respostas de acordo com o tempo de empresa. Nela percebe-se que aproximadamente 80% das empresas consideram o valor total dos juros ao realizar uma compra, porém quando questionado se as empresas analisam o valor das parcelas, percebe-se que a maior frequência de respostas nos níveis 4 e 5, são das empresas acima de 5 anos.

**Tabela 8 - Percepção dos Juros por tempo de empresa**

CONSIDERAÇÕES NO EMPRÉSTIMO E COMPRA PARCELADA	TODAS AS EMPRESAS	EMPRESAS ACIMA DE 5 ANOS	EMPRESAS ABAIXO DE 5 ANOS
VALOR DOS JUROS	78,72%	78,38%	80%
VALOR DAS PARCELAS	65,96%	70,27%	50%

Fonte: o autor (2020)

Na tabela 9 as respostas foram organizadas de acordo com a região do país. Percebe-se que as empresas do Sul e Sudeste costumam considerar mais os juros que as empresas das outras regiões.

**Tabela 9 - Percepção dos Juros por Região**

CONSIDERAÇÕES NO EMPRÉSTIMO E COMPRA PARCELADA	SUL	SUDESTE	NORDESTE	NORTE	CENTRO-OESTE
VALOR DOS JUROS	83,33%	84,09%	65%	40%	70,83%
VALOR DAS PARCELAS	62,50%	70,45%	60%	80%	66,67%

Fonte: o autor (2020)

Um ponto interessante nessa última questão é que quando perguntado se as empresas costumam considerar o valor da parcela 19,15% das empresas respondentes marcaram a os níveis 1 ou 2, ou seja, eles não costumam considerar se o valor da parcela cabe no bolso, sendo 16,22% das empresas acima de cinco anos e 30% das empresas com menos de cinco anos. Embora não se tenha feito nenhuma pergunta a respeito, acredita-se que esse fato pode estar relacionado a duas possibilidades: como as empresas parecem apresentar uma certa liquidez e talvez um nível baixo de dívidas, o valor da parcela perde a relevância frente aos juros

negociados no pacote. Outra possibilidade é que essas empresas façam compras com pagamento a vista, não havendo assim parcelas a serem pagas, mas como abordado anteriormente, não foi feita nenhuma pergunta relacionada a forma de pagamento mais utilizada pelas empresas.

## Conclusões

Uma das primeiras conclusões notáveis é que o tempo de mercado interfere na percepção que as empresas têm do mesmo. Alguns exemplos, que ajudam a identificar essas diferenças começam nas dificuldades apresentadas pelas empresas, como por exemplo: a dificuldade em gerenciar pessoas foi mencionada por 59,46% das empresas com mais de cinco anos como difícil ou muito difícil, enquanto somente 16,67% das empresas com menos de cinco anos classificaram da mesma maneira. Ainda discutindo sobre as dificuldades enfrentadas pelos pequenos provedores de internet, o planejamento do negócio é difícil ou muito difícil para 32,43% das empresas com mais de cinco anos. Enquanto 43,33% das empresas com menos de cinco anos classificaram dessa forma. Com relação aos problemas enfrentados nos aspectos financeiros, percebe-se nitidamente que os impostos são mais desafiadores para as empresas com mais tempo de mercado, sendo mencionados por 72,97% das empresas como desafiador ou muito desafiador, enquanto para as empresas mais jovens 49,97% das participantes mencionaram as taxas e os impostos como desafiador ou muito desafiador. Esses dados demonstram que apesar das empresas atuarem no mesmo ramo e estarem expostas a, teoricamente, o mesmo cenário, o tempo de mercado interfere na sua percepção.

Recomenda-se para próximos estudos o questionamento sobre o modelo de tributação por elas adotados (lucro real, lucro presumido ou simples nacional), esse modelo pode ser diferente de acordo com o tempo de mercado da empresa e seu volume de faturamento, o que pode causar uma percepção diferente a respeito dos impostos e taxas a pagar. Outro ponto interessante a ser questionado é o número de funcionários, teoricamente quanto menos funcionários mais fácil é a gestão e vice-versa.

Outra conclusão é que esse segmento de empresas pode ser saudável financeiramente: 57% das empresas têm dívidas com fornecedores e/ou instituições financeiras, ou seja, mais da metade das empresas utilizam capital de terceiros em suas operações, na sustentação e/ou crescimento do negócio. Apesar disso, 77% dessas empresas apresentam liquidez e conseguem honrar as obrigações financeiras no prazo acordado. Isso nos mostra que apesar dos problemas e crises econômicas enfrentadas dos anos de 2014 a 2018, a maior parte das empresas desse segmento está saudável. Para afirmar com mais convicção seria interessante o estudo do

balanço dessas empresas para identificar qual o nível de liquidez em que elas trabalham.

Com relação as empresas mais novas, 60,59% mencionaram a dificuldade de conseguir crédito como desafiador ou muito desafiador e 51,24% delas classificaram da mesma forma o problema de negociar prazos com os fornecedores, ou seja, o mercado não costuma oferecer muito capital a essas empresas, o que causa certa dificuldade para a gestão financeira se a empresa necessita de capital de terceiros para manter suas operações. Por outro lado, das empresas estudadas, todas aquelas com até três anos de mercado afirmaram que o ativo circulante é suficiente para cobrir o passivo circulante, ou seja, essas empresas mais novas possuem liquidez, o que sugere que essas empresas façam compras à vista contribuindo para a redução do passivo e aumento da liquidez. Num estudo futuro recomenda-se o levantamento das formas de pagamento mais utilizadas/preferidas das empresas para identificar possíveis oportunidades financeiras desse mercado.

O controle do fluxo de caixa não parece uma grande preocupação desse grupo de empresas. Apenas 17,02% das empresas classificaram o controle do fluxo de caixa como desafiador ou muito desafiador, dentre os problemas apresentados esse foi aquele com menor pontuação no questionário. Dentre as empresas com mais de cinco anos de mercado esse percentual é de 16,22% e entre aquelas com menos de cinco anos esse percentual é de 23,18%, o que sugere que as empresas mais jovens sofrem um pouco mais no controle do dinheiro, porém comparado a outros problemas esse não é o que mais preocupa.

O sucesso financeiro das empresas depende da forma de gestão de seus donos. Quando perguntado sobre a tomada de decisão financeira 76,6% das empresas afirmaram que essas decisões são tomadas pelos donos das empresas, esse número se mantém nesse patamar independentemente da idade da empresa ou localização no país, o que indica que a maior parte dos proprietários dessas empresas continuam a frente do negócio e tomando as decisões estratégicas. Um estudo futuro interessante é saber se esses empresários já tiveram ou ainda tem outros empreendimentos e quanto tempo de experiência em gestão eles possuem. Esses dados podem ajudar a traçar um perfil do empreendedor brasileiro e qual o esforço necessário para manter esses negócios ativos.

Apesar dessas empresas, em sua maior parte, serem geridas financeiramente unicamente pelo dono, esses empresários estão atentos ao valor dos juros. 78,72% da amostra afirmou considerar o valor dos juros ao fazer um compra parcelada e/ou um empréstimo, esse fato demonstra uma preocupação com dinheiro da empresa e se ele será bem gasto. Por outro lado, quando perguntado das parcelas, dentre aquelas empresas abaixo dos cinco anos, 50% não se preocupam muito com o valor das parcelas, o que reafirma a possibilidade dessas empresas mais novas fazerem compras à vista. Tendo em mente que uma das dificuldades das empresas mais novas seja conseguir crédito e/ou financiamentos, uma oportunidade de mercado possa ser criar uma linha de crédito para empresas mais novas com taxas de juros atraentes, pois como os dados levantados demonstram elas possuem liquidez, o risco pode vir a ser baixo, porém essa hipótese só pode ser confirmada após futura análise dos números dessas empresas.

## Referências

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Prestadora de Pequeno Porte: simplifique seu modelo de negócios**. Brasília, 2017 em: <<https://www.anatel.gov.br/setorregulado/prestadoras-de-pequeno-porte>>. Acesso: 16 out. 2019

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL). **Prestadoras de Pequeno Porte já detêm 20% do mercado**. Brasília, 2018 em: <<https://www.anatel.gov.br/institucional/component/content/article?id=2085>> Acesso: 01 out. 2019

BARRETO, Luiz. Inclusão financeira dos pequenos negócios brasileiros. **Pequenos Negócios Desafios e Perspectivas Serviços Financeiros**, Brasília, V. 5, p. 13, 2013.

BRASIL. **Lei Complementar N°123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, 14 dezembro 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm)> Acesso em: 03 out. 2019.

BÔAS, Bruno Villas. **Maioria das empresas fecha as portas após cinco anos, diz IBGE**. Valor, São Paulo, 04 outubro 2017. Disponível em:<<https://www.valor.com.br/brasil/5144808/maioria-das-empresas-fecha-portas-apos-cinco-anos-diz-ibge>>. Acesso em: 21 agosto 2019.

ENDEAVOR. **Quão rápido você ou sua empresa podem fazer dinheiro vivo? A resposta é liquidez**. Disponível em: < <https://endeavor.org.br/financas/liquidez/>> Acesso em: 08 janeiro 2020.

FREITAS, H. M. R. et al. **O Método de Pesquisa Survey**. Revista de Administração - RAUSP, São Paulo, v.35, n.3, p.105-112, jul./set. 2000

G1. **Número de micro e pequenas empresas inadimplentes bate novo recorde histórico**. G1, Rio de Janeiro. 17 julho 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/07/17/numero-de-micro-e-pequenas-empresas-inadimplentes-bate-novo-recorde-historico.ghtml>>. Acesso em: 08 outubro 2019.

MATITZ, Q. R. S. **Apostila de METODOLOGIA CIENTÍFICA: MBA Gestão Estratégica**. Curitiba, 2019

PEREIRA, Paulo Teixeira do Valle. **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características**. SEBRAE, Santa Catarina, 24 setembro 2019. Disponível em: < <https://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>>. Acesso em: 08 outubro 2019.

SEBRAE. Agencia Sebrae de Notícias. **Em cinco anos, o número de pequenos negócios crescerá 43%**. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/em-cinco-anos-numero-de-pequenos-negocios-crescera-3,608b10f0fc10f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 09 outubro 2019.

SEBRAE. **Finanças para micro e pequenas empresas**. Disponível em:< [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/financas-para-micro-e-pequenas-empresas\\_d6135460b901b510VgnVCM1000004c00210aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/financas-para-micro-e-pequenas-empresas_d6135460b901b510VgnVCM1000004c00210aRCRD)>. Acesso em: 21 agosto 2019.

SEBRAE. **Pequenos negócios em números**. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD#>>. Acesso em: 21 agosto. 2019.

SERASA EXPERIAN. Ir a falência: veja os principais motivos e como evitá-los. **Serasa Empreendedor**, São Paulo. 24 junho 2019. Disponível em < <https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/ir-a-falencia-veja-os-principais-motivos-e-como-evita-los/>>. Acesso em: 22 outubro 2019.

SILVEIRA, Daniel. Por três anos seguidos, Brasil fecha mais empresas do que abre, diz IBGE. **G1**, Rio de Janeiro, 03 outubro 2018. Disponível em:<<https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/10/03/por-tres-anos-seguidos-brasil-fecha-mais-empresas-do-que-abre-diz-ibge.ghtml>>. Acesso em: 22 agosto 2019.

SOUZA, Altair Antonio de. Microempreendedor individual: uma realidade e nova perspectiva para o empreendedorismo brasileiro. **Pequenos Negócios Desafios e Perspectivas Serviços Financeiros**, Brasília, V. 5, p. 159, 2013.

SURVEY MONKEY. Disponível em: < <https://pt.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>>. Acesso em: 04 dezembro 2019.

WHOISMYISP. **What is na ISP?**. Não paginado. Disponível em: <<https://www.whoismyip.org/articles/what-is-an-isp>>. Acesso em: 26 outubro 2019.