



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**LARISSA DOS REIS**  
**NASCIMENTO**

**O FLUXO DE CAIXA COMO FERRAMENTA QUE CONTRIBUIRÁ  
PARA A GESTÃO DE UMA MICROEMPRESA:** Uma pesquisa de  
campo realizada no Shopping Popular.

FEIRA DE SANTANA  
2021

**LARISSA DOS REIS NASCIMENTO**

**O FLUXO DE CAIXA COMO FERRAMENTA QUE CONTRIBUIRÁ  
PARA A GESTÃO DE UMA MICROEMPRESA:** Uma pesquisa de  
campo realizada no Shopping Popular.

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Departamento de Ciências  
Sociais Aplicadas para a obtenção do Grau  
de Bacharel em Administração pela  
Universidade Estadual de Feira de Santana  
– UEFS.

Orientador: Prof. Dr. Saulo José dos Santos  
Rocha

FEIRA DE SANTANA  
2021

**LARISSA DOS REIS NASIMENTO**

**O FLUXO DE CAIXA COMO FERRAMENTA QUE CONTRIBUIRÁ  
PARA A GESTÃO DE UMA MICROEMPRESA: Uma pesquisa de  
campo realizada no Shopping Popular**

Banca Examinadora:

**Saulo José dos Santos Rocha**  
Orientador

**Fabiano Nascimento Moura**  
Professor

**José Raimundo Oliveira Lima**  
Professor

Feira de Santana, 08 de dezembro de 2021

*Sua luta não termina quando sentir  
cansaço, mas sim quando  
atingir o sucesso tão merecido!*

*(Autor desconhecido)*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, porque dele e por ele, para ele são todas as coisas, por ter me sustentado até aqui na minha trajetória acadêmica, dando-me forças para finalizar mais esta etapa em minha vida.

Agradeço aos meus pais Marli e Joabe, que sempre acreditaram em mim, e me deram todo apoio necessário desde o início até este momento.

Agradeço a todos os meus amigos e colegas do curso, principalmente aos que estiveram comigo ao longo deste processo, todos os trabalhos em equipe, todas as conversas e sorrisos e por todos os momentos que vivemos juntos na UEFS.

Ao professor e orientador Saulo Rocha, que durante esses meses me acompanhou pacientemente, me dando todo auxílio necessário para a elaboração do projeto.

Agradeço aos professores (as) do curso que através dos seus ensinamentos permitiram que eu pudesse hoje estar concluindo este trabalho e ensinaram grandes lições de vida na qual levarei para sempre.

## RESUMO

O fluxo de caixa é uma ferramenta de grande importância para qualquer tipo de empresa, principalmente para as microempresas pois sem ele a empresa terá dificuldades em saber se haverá recursos financeiro suficiente para arcar com seus compromissos, e a falta controle de fluxo de caixa nas empresas é um dos principais motivos de fechamento, por problemas financeiros. Por esse motivo, o objetivo deste presente estudo demonstrar como o conhecimento da importância da ferramenta fluxo de caixa pode contribuir para a gestão financeira de uma microempresa. O controle dos recursos financeiro é indispensável para as empresas que procuram um melhor resultado econômico e financeiro. Para alcançar os objetivos, realizou-se uma pesquisa bibliográfica para entender o conceito de fluxo de caixa, sua importância para as microempresas e sua elaboração. Foi realizado uma pesquisa de campo, através da operação de questionário, onde foi investigado se as empresas pesquisadas utilizam o fluxo de caixa e se conhecem sua importância para o controle do negócio. Ao final, constatou-se que os comerciantes estudados tinham pouco conhecimentos sobre fluxo de caixa o fluxo de caixa, mas apesar desse pouco conhecimento eles consideravam a ferramenta importante para o sucesso de um negócio. Desta forma, considerou que a utilização de fluxo de caixa como ferramenta de gestão é indispensável para que se tenha um bom funcionamento de uma empresa.

**Palavras-chaves:** Fluxo de caixa; Microempresa; Gestão financeira.

## **ABSTRACT**

*Cash flow is a very important tool for any type of company, especially for micro-enterprises, as without it the company will have difficulties in knowing whether there will be enough financial resources to meet its commitments, and the lack of cash flow control in companies it is one of the main reasons for closing, due to financial problems. For this reason, the aim of this study is to demonstrate how knowledge of the importance of the cash flow tool can contribute to the financial management of a microenterprise. Control of financial resources is essential for companies looking for better economic and financial results. To achieve the objectives, a bibliographic research was carried out to understand the concept of cash flow, its importance for microenterprises and its elaboration. A field research was carried out, through the operation of a questionnaire, where it was investigated if the companies surveyed use cash flow and if they know its importance for the control of the business. In the end, it was concluded that the studied traders had little knowledge about cash flow or cash flow, but despite this little knowledge they considered it to be an important tool for the success of a business. Thus, he considered that the use of cash flow as a management tool is essential for a company to function properly.*

*Keywords: Cash flow, Micro enterprise, Financial management.*

## LISTA DE ABREVIATURAS

ABIT- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

CVM- Comissão de Valores Monetários

DFC- Demonstração do Fluxo de Caixa

DOAR- Demonstração de Origens e Aplicação de Recursos

IAS- *International Accounting Standard*

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI- Microempreendedor Individual

PIB- Produto Interno Bruto

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SFAS- *Financial and Accounting Standards Borda*

SIMPLES- Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Principais ingressos e desembolsos de caixa .....	36
Figura 2- Fluxograma da pesquisa.....	56

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Evolução das microempresas no Brasil de 2010 a 2022.....	33
Gráfico 2- Sexo.....	58
Gráfico 3- Intervalo em que se encontra sua idade.....	58
Gráfico 4- Quantos anos atua na empresa.....	59
Gráfico 5- Qual cargo ocupa na empresa.....	59
Gráfico 6- Qual formação escolar.....	60
Gráfico 7- Qual a natureza jurídica da empresa.....	61
Gráfico 8- Quanto tempo o negócio tem no mercado.....	61
Gráfico 9- Trabalha sozinho ou possui ajuda.....	62
Gráfico 10- A empresa faz comparação em relação ao que foi planejado e o que foi executado.....	62
Gráfico 11- A empresa tem meta de vendas.....	63
Gráfico 12- O proprietário(sócios) têm salário definido.....	63
Gráfico 13- Qual meio/meios buscado para estar aprendendo a administrar o negócio.....	64
Gráfico 14- O proprietário utilizou alguma das práticas administrativas abaixo antes de iniciar o negócio.....	64
Gráfico 15- Para iniciar o negócio foi utilizado crédito próprio ou de terceiro.....	65
Gráfico 16- A empresa faz registro do fluxo de caixa.....	65
Gráfico 17- Com qual finalidade é feito os registros de fluxo de caixa.....	66
Gráfico 18- O administrador faz a análise do fluxo de caixa.....	67
Gráfico 19- A empresa faz controle da sua contabilidade.....	67
Gráfico 20- O proprietário sabe o que é fluxo de caixa.....	67
Gráfico 21- O administrador sabe a importância da utilização do fluxo de caixa para o negócio.....	68
Gráfico 22- O proprietário teve dificuldades em manter as contas em dia durante as medidas restritivas adotadas para evitar a disseminação do vírus.....	69

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Método direto e indireto de fluxo de caixa .....	29
--	----

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Modelo de fluxo de caixa.....	40
Tabela 2- Se utiliza o fluxo de caixa responda sim caso concorde coma afirmação e não caso não concorde.....	69
Tabela 3- Se não utiliza o fluxo de caixa responda sim caso concorde coma afirmação e não caso não concorde.....	70

## Sumário

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	PROBLEMA.....	16
1.2	OBJETIVOS.....	16
1.2.1	Objetivo geral.....	16
1.2.2	Objetivos específicos .....	16
1.3	PERGUNTAS ORIENTADORAS .....	17
1.4	JUSTIFICATIVA.....	17
1.5	ESTRUTURA DA PESQUISA.....	18
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	19
2.1	TEORIA DA ADMINISTRAÇÃO .....	19
2.1.1	Teoria contingencialista .....	19
2.2	ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA.....	21
2.2.1	O que é administração financeira?.....	21
2.2.2	Planejamento financeiro .....	22
2.2.3	Importância do planejamento financeiro.....	23
2.3	FLUXO DE CAIXA .....	24
2.3.1	Um pouco sobre a história .....	24
2.3.2	O que é fluxo de caixa .....	25
2.3.3	Importância da utilização do fluxo de caixa.....	26
2.3.4	Métodos de fluxo de caixa .....	27
2.3.5	Tipos de fluxo de caixa .....	30
2.4	MICROEMPRESA .....	32
2.4.1	Cenário no Brasil .....	32
2.4.2	Sobrevivência das microempresas no Brasil.....	33
2.4.3	Pequenos negócios em tempo de crise .....	35
2.5	FLUXO DE CAIXA E A MICROEMPRESA .....	36
2.5.1	Como elaborar um fluxo de caixa.....	36
2.5.2	Modelo de fluxo de caixa .....	39
2.5.3	Objetivos do fluxo de caixa para as microempresas .....	42
2.6	O RAMO VAREJISTA DE CONFECÇÃO NO BRASIL.....	43
2.6.1	Impactos causados pela pandemia.....	45
2.6.2	Perfil do empreendedor .....	47
3	METODOLOGIA .....	48
3.1	Unidade de análise .....	49

3.2	Objetivo do estudo.....	49
3.3	Método do estudo.....	50
3.4	Abordagem do estudo.....	51
3.5	Procedimentos do estudo.....	51
3.6	Pré-teste.....	52
3.6.1	Realização do pré-teste.....	52
3.7	Coleta de dados.....	53
3.7.1	Amostragem.....	55
3.7.2	APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS.....	55
3.8	ANÁLISE DOS DADOS.....	56
4	RESULTADOS DA PESQUISA.....	57
4.1	Questionário para aplicação com a administração do shopping.....	57
4.2	Questionário para aplicação com os comerciantes.....	57
4.2.1	Perfil da população.....	57
4.2.2	Caracterização da empresa.....	60
4.2.3	Caracterização quanto a administração do negócio.....	64
4.2.4	Caracterização quanto a utilização do fluxo de caixa.....	65
	CONCLUSÕES.....	70
	REFERÊNCIAS.....	73
	APÊNDICES.....	76
	APÊNDICE 1 – Questionário para realização com a administração do shopping.....	76
	APÊNDICE 2- Questionário para aplicação com os lojistas.....	76

## 1 INTRODUÇÃO

No contexto atual em que vivemos com uma concorrência acirrada, é indispensável uma gestão eficiente dos recursos financeiros, para que a empresa possa ter o conhecimento do que tem disponível na empresa. Neste sentido, o fluxo de caixa se torna um instrumento administrativo indispensável ao gestor financeiro tanto no dia-a-dia de uma empresa como no desenvolvimento de um planejamento financeiro para a mesma, seja por auxiliar na tomada de decisões, com o acompanhamento diário dos recursos financeiros o administrador terá uma visão completa se o seu negócio está financeiramente saudável ou não, no qual esse acompanhamento pode ser realizado com a utilização do fluxo de caixa e com a sua utilização o administrador poderá examinar as movimentações financeiras da empresa ao longo do tempo, e com isso ele conseguirá saber se irá ter excesso ou falta de dinheiro em caixa e após essa verificação poderá estudar ações necessárias para a falta de caixa, como a busca de um empréstimo ou a renegociação de prazos com os fornecedores, e no caso do excesso o reinvestimento no negócio ou aplicações no mercado financeiro.

Levando em conta que a área financeira da empresa é responsável pela gestão dos recursos e nas microempresas na maioria das vezes o próprio dono que fica com essa e muitas outras responsabilidades; conseqüentemente as atividades financeiras da empresa deve ser acompanhada periodicamente para que possa ser analisada o seu desenvolvimento e com essa análise verificar correções necessárias, pois os recursos financeiros tem que ser suficiente para pagamento das suas obrigações, e para isso é indispensável o uso de um controle financeiro como o fluxo de caixa como uma ferramenta do planejamento estratégico, pois ele será de grande valia para a tomada de decisão. O fluxo de caixa apresenta as diversas movimentações de ingresso e saídas de recurso monetários da empresa em um determinado intervalo de tempo, e tem como objetivo preservar a manutenção das atividades da empresa e o seu saldo deve ser o suficiente para cobrir as várias necessidades associadas aos fluxos de recebimentos e pagamentos. Sua utilização permite previsões e projeções de valores que poderão faltar ou restar. Assaf Neto e Silva (2002).

## 1.1 PROBLEMA

De acordo com a pesquisa "fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil" realizada em 2005 pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), 50% das micro e pequenas empresas brasileiras acabam fechando as portas por motivos como: inadimplência, falta de capital e falta de lucro. E entre os principais problemas estão a falta de fluxo de caixa.

De acordo com o Sebrae, 50% das empresas morrem nos primeiros 4 anos e entre os principais problemas está a gestão financeira, principalmente o fluxo de caixa, onde mostra que nos últimos 10 anos a gestão empresarial das micro e pequenas empresas não melhorou.

Como visto na pesquisa pode-se concluir que o fluxo de caixa é uma ferramenta indispensável para a análise da vida financeira de uma empresa e muitas das vezes o pequeno empreendedor enfrenta diversos desafios pois muitas das vezes é o próprio dono que lida com toda a gestão empresarial do negócio.

Verificado que a maioria das empresas vão à falência pela falta de caixa, o estudo busca responder a seguinte pergunta: A utilização da ferramenta fluxo de caixa pode contribuir para a gestão de uma empresa?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Diante disso temos como objetivo geral: demonstrar como o conhecimento da importância da ferramenta fluxo de caixa pode contribuir para a gestão financeira de uma microempresa.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Compreender a utilização da ferramenta financeira fluxo de caixa na gestão de microempresas varejista do ramo de moda;
- b) Verificar se as microempresas entrevistadas utilizam o fluxo de caixa como ferramenta financeira de gestão;

c) Demonstrar a utilidade e a importância do fluxo de caixa em microempresas varejistas do ramo de moda.

### 1.3 PERGUNTAS ORIENTADORAS

a) Como é a utilização da ferramenta financeira fluxo de caixa na gestão de microempresas varejista do ramo de moda?

b) As microempresas entrevistadas utilizam o fluxo de caixa como ferramenta financeira de gestão?

c) Qual a importância do fluxo de caixa em microempresas varejistas do ramo de moda?

### 1.4 JUSTIFICATIVA

Desse modo, admite-se que a pesquisa, considera-se relevante para a sociedade, pois o financeiro das empresas é algo crucial para a continuidade e vitalidade dessas organizações, que possuem grande contribuição e importância para desenvolvimento, para a geração de emprego no cenário econômico local. Para o ambiente acadêmico por se tratar de um assunto de fundamental importância à administração empresarial e nas microempresas em particular, objetiva favorecer contribuições essenciais, à medida que oferece ferramentas capazes de demonstrar que a utilização do fluxo de caixa tornou-se essencial para as microempresas que desejam permanecer e crescer no mercado.

A presente investigação, tem por motivação a vivência da pesquisadora, a atual fragilidade do cenário comercial para os pequenos e microempresários e a pouca existência de pesquisas acadêmicas que abordam o tema; devido à grande dificuldade dos pequenos empresários em conhecer a importância da aplicação do fluxo de caixa e do desconhecimento dos benefícios que esse uso irá trazer para a análise de resultados do seu negócio.

Na minha família muitos familiares têm comércio e desde muito nova eu me interessei pela área do empreendedorismo, um dos motivos que me levaram a escolher o curso de administração. E com a observação e nas tentativas de empreender pude verificar uma grande dificuldade em lidar com o financeiro tanto da minha parte quanto dos meus familiares, como: misturar dinheiro da empresa com

dinheiro pessoal; retirar dinheiro do caixa para gastos pessoais indiscriminadamente; não possuir um salário delimitado; não saber quais as receitas e as despesas mensais do negócio e não registrar as entradas e as saídas de caixa.

Levando em conta a atual fragilidade do cenário comercial, com as medidas de restrições adotadas na tentativa de conter o avanço do vírus, pode-se verificar que muitos pequenos negócios locais fecharam as portas, por falta de caixa, pois não conseguiram devido à instabilidade financeira manter os seus negócios abertos.

A pesquisa visou contribuir estabelecendo bases para futuros estudos trazendo uma bagagem de informações que ajudará o pequeno empreendedor a ter conhecimento do financeiro do seu negócio e da importância da utilização do fluxo de caixa diário.

Ross, Westerfield e Jaffe (2002) afirmam que o item mais importante da Administração financeira é o fluxo de caixa efetivo de uma empresa já que, em finanças, o valor da empresa é dado por sua capacidade de gerar fluxo de caixa financeiro. Sendo assim, o estudo tem como finalidade mostrar como o fluxo de caixa irá contribuir para a análise de resultados da empresa, principalmente entre as pequenas empresas e promoverá o conhecimento e difusão do tema.

## 1.5 ESTRUTURA DA PESQUISA

A estrutura do trabalho é dividida em quatro capítulos, o primeiro capítulo é composto pela introdução da pesquisa que busca apresentar a obra ao leitor de forma sintetizada, contextualizando o problema, mostrando a relevância da pesquisa, seguido dos objetivos, da justificativa e da estruturação do trabalho.

No segundo capítulo é apresentado o referencial teórico que compreende, que dá embasamento teórico a pesquisa, mediante levantamento bibliográfico e pesquisas realizadas pelo autor.

O terceiro capítulo descreve o caminho metodológico que direcionou o estudo, desenvolvido através da classificação e definição da pesquisa apresentando também a unidade de análise, objetivo do estudo, seus métodos, abordagem, procedimentos, instrumento de coleta de dados e análise destes.

No quarto capítulo é apresentado os resultados, expondo as apurações obtidas com a pesquisa de campo, no qual foram coletados através de dois questionários, o

primeiro aplicado com a administração do Shopping contendo questões abertas e o segundo aplicado com os comerciantes do Shopping contendo questões fechadas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 TEORIA DA ADMINISTRAÇÃO**

Entre as escolas clássicas, encontra-se as escolas comportamental, sistêmica e, por último, a contingencial com seus percussores, Taylor e Fayol (ARRASCO,1993). A teoria escolhida como aplicável ao contexto da pesquisa foi a teoria contingencialista.

#### **2.1.1 Teoria contingencialista**

De acordo com Chiavenato (2003) a teoria da Contingência teve início com a realização de várias pesquisas que tinham como objetivo verificar os modelos de estruturas organizacionais mais eficazes em determinados tipos de empresas. A pesquisa tinha como objetivo verificar se as organizações mais eficientes seguiam o defendido da Teoria Clássica, como “divisão do trabalho, amplitude de controle, hierarquia de autoridade”. Ou se a pesquisa revelaria uma nova concepção de organização. E com a pesquisa foi visto que a estrutura da organização e o seu funcionamento são dependentes da interface com o ambiente externo. Onde foi compreendido que não há apenas um único e melhor jeito de administrar.

E segundo o autor, uma organização deve possuir características para enfrentar com eficiência as diferentes condições externas, tecnológicas e de mercado, mostrando que os aspectos da organização são variáveis dependentes em relação ao ambiente e à tecnologia, e explica que é de extrema importância o estudo dos ambientes internos e externos bem como da tecnologia. Sendo assim, as organizações devem ser ajustadas às condições ambientais.

Apoiando-se nas ideias, a forma correta para administrar uma empresa depende da situação interna e externa, visto que o ambiente em que ela está em

constante mudança. E deve-se ter um planejamento para enfrentar as incertezas, como crises e se adaptar à situação de mercado de maneira eficaz e eficiente.

Beuren e Forentin (2014) declaram que a teoria contingencialista procura entender e explicar as mudanças que ocorrem no ambiente social, no mercado competitivo, visto aos avanços tecnológicos que vem ocorrendo e ao aumento da globalização. De acordo com o autor, as empresas devem utilizar a teoria para auxiliar nas decisões e para conduzir a estratégia da organização.

Segundo Guerreiro e Molinari (2004) a Teoria da Contingência, ou Teoria Contingencial, trata do comportamento organizacional por uma perspectiva teórica focando nas contingências internas e externas, bem como na gestão, tecnologia e o ambiente, atingem o desenvolvimento e o funcionamento das organizações.

A teoria contingencialista sendo aplicada no contexto empresarial, pode ser utilizada como uma ferramenta de gestão organizacional, visto que pode auxiliar a organização na tomada de decisões bem como para conduzir suas estratégias.

A teoria se tornou relevante. Segundo Guerra (2007, p. 9) “ajuda a compreender a interdependência entre pessoas, tarefas, tecnologia, administração e ambiente, e esta compreensão ajuda a escolher os melhores modos para intervir na junção e encaixe dessas partes”.

Beuren e Macahon (2011) ainda declaram que a teoria é importante em um ambiente competitivo, como é o ambiente empresarial, com organizações complexas e diferentes, pois é uma ferramenta de controle sofisticada para a coordenação e integração organizacional.

É inegável que vivemos em um mercado extremamente competitivo e que passa por mudanças constantes que são cada vez mais rápidas, e é de extrema importância as organizações se ampararem em teorias e conhecimentos que vão contribuir e auxiliar a entender o mercado, suas características e as mudanças que ocorrem e a teoria contingencialista é ferramentas que vai auxiliá-las a compreender o mercado para que essas empresas possam manter-se competitivas neste mercado tão competitivo.

No cenário atual que vivemos a aplicação da teoria contingencialista auxiliará a empresa a se adaptar ao ambiente e as tecnologias, com o objetivo de mantê-la ativa e eficiente, algo que não é trazido por outras teoria e métodos de administrar pois muitas delas negligenciam que gestão e as estruturas organizacionais são influenciadas por vários aspectos tanto internos quanto externos. E como nenhuma

empresa é igual a outra, cada uma enfrenta seu próprio conjunto de contingências, que resulta em diferentes formas de administrar.

## 2.2 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

### 2.2.1 O que é administração financeira?

Para Assaf Neto (2008, p.36) “a administração financeira é um campo de estudo teórico e prático que objetiva, essencialmente, assegurar um melhor e mais eficiente processo empresarial de alocação de recursos de capital.”

Gitman (2010, p.3), define finanças como sendo a “arte e ciência de administrar o dinheiro”. De acordo com ele, praticamente todas as pessoas, sejam elas pessoas físicas ou pessoas jurídicas ganham, gastam ou investem o seu dinheiro; sendo assim, as finanças consistem no processo pelo qual as instituições, os mercados e os instrumentos envolvidos na movimentação de dinheiro entre pessoas, empresas e órgãos governamentais.

De acordo com Salomon (1963) define que a administração financeira está diretamente vinculada ao processo pelo qual se aumenta ou se diminui o total do ativo, aumentando ou diminuindo assim, a utilização dos recursos financeiros.

Com isso podemos afirmar que a administração financeira é responsável pela gestão de todo dinheiro que entra e que sai do negócio e que é uma área muito importante para o planejamento estratégico da empresa, visto que toda organização tem como objetivo aumentar o seu lucro e diminuir os seus custos. Segundo Weston (1969) a administração financeira é a área responsável por gerir os recursos financeiros de uma empresa e é essa área que é a responsável pela rentabilidade e liquidez por esses recursos financeiros.

A administração financeira é responsável também por tarefas financeiras da empresa, tais como planejamento, concessão de crédito a clientes, avaliação de propostas que envolvam grandes desembolsos e captação de fundos para financiar as operações da empresa. (GITMAN, 2010)

Pode-se dizer que o objetivo principal da administração financeira é o de administrar recursos financeiros para a empresa, e fazer com que consiga ao menor custo possível, maximização do lucro e fazer com que a empresa consiga pagar os compromissos assumidos

### 2.2.2 Planejamento financeiro

O planejamento financeiro é de muita importância para as empresas, pois é através desse planejamento que o administrador irá propor meios para a empresa alcançar os objetivos desejados. O planejamento financeiro é de responsabilidade da administração financeira do setor que é responsável por conduzir o negócio (GITMAN, 2002).

De acordo com Groppelli e Nikbakht (2002, p.319)

Planejamento financeiro é o processo por meio do qual se calcula quanto de financiamento é necessário para se dar continuidade às operações de uma companhia e se decide quando e como a necessidade de fundos será financiada. Sem um procedimento confiável para estimar as necessidades de financiamento, uma empresa pode acabar não tendo fundos suficientes para pagar seus compromissos, como juros sobre empréstimos, duplicatas a pagar, despesas de aluguel e despesas de serviços públicos.

A utilização do planejamento financeiro irá auxiliar a empresa a fazer o uso eficiente dos seus recursos e potencializar os seus resultados para que consiga alcançar seus objetivos utilizando de forma correta seus recursos financeiros. Para Zdanowicz (2000), o planejamento financeiro é uma muito necessária para o plano estratégico empresarial, pois será o meio para se conseguir o sucesso no negócio. Visto que os tempos mudaram e a concorrência entre empresas, acontece acirradamente. Na opinião do autor, na empresa não existe mais lugar para a improvisação.

O conhecimento em finanças é muito importante para a empresa alcançar os objetivos propostos e auxiliar na condução do negócio. E é através da gestão financeira que será realizado o planejamento e o controle para a tomada de decisões da utilização dos recursos financeiros.

Para Gitman (2010, p. 105) o planejamento financeiro é de grande valia para as operações das empresas porque fornece um mapa para a orientação, a coordenação e o controle dos passos que a empresa dará para atingir seus objetivos. Na empresa, planejamento financeiro é quem irá colaborar para a definição dos objetivos do planejamento estratégico, através do planejamento financeiro será analisado se os objetivos descritos no planejamento da empresa estão sendo alcançados e verificar se será necessário propor novos objetivos.

### 2.2.3 Importância do planejamento financeiro

De acordo com Assaf Neto e Lima o planejamento financeiro (2010), deve buscar demonstrar quais são as reais dificuldades da empresa com relação ao seu crescimento tanto com relação às questões que envolvem dificuldades financeiras atuais e futuras. Desta forma, torna-se possível selecionar quais os ativos serão mais rentáveis para os negócios e assim, possibilitando a maximização do lucro.

De acordo com Assaf (1995), a atividade financeira de uma empresa requisita acompanhamento permanente dos seus resultados, para que assim possa avaliar seu desempenho, e realizar os ajustes e correções necessários. O objetivo básico da função financeira é possibilitar que a empresa tenha recursos de caixa suficientes para que possa pagar os vários compromissos assumidos e promover a maximização do lucro.

Com a realização do planejamento financeiro a empresa poderá verificar se os seus objetivos de curto e de longo prazo está sendo alcançados e também com o planejamento a empresa poderá verificar cenários e caixas possibilitando que ela assume compromisso e faça investimento sabendo se terá caixa suficiente.

Para Gitman (2010) diz que o objetivo da administração financeira está ligado ao objetivo da empresa, que são a maximização de seu lucro e de seus acionistas. Sua função é criar procedimentos de análise e controle, para orientar a empresa nas tomadas de decisão que resultem em maior retorno financeiro para a empresa.

## 2.3 FLUXO DE CAIXA

### 2.3.1 Um pouco sobre a história

Segundo Hendriksen (1982, p.109, apud Sá, 2017, p.3)

A necessidade de se desenvolver demonstrativo de fluxo de caixa decorre do aumento da complexidade das atividades operacionais, o que provoca grandes disparidades entre o período no qual os itens de receitas e despesas são apresentados e o período no qual os correspondentes fluxos de caixa realmente ocorrem.

As informações registradas no fluxo de caixa proporcionarão uma leitura mais fácil, visto que cada entrada e saída de caixa são registradas diariamente.

O interesse pelo estudo sistemático do fluxo de caixa começa somente em 1961 com a publicação pelo *Accounting Procedures Board* (APB)... E culmina com a publicação pelo *Financial and Accounting Standards Board* (FASB), em novembro de 1987, do *Statement of Financial and Accounting Standards 95* (SFAS95) que estabelece normas para a elaboração do relatório do fluxo de caixa, o qual se transforma em demonstração contábil de apresentação obrigatória pelas empresas de capital aberto para os exercícios encerrados a partir de 15 de julho de 1988. (SÁ, 2017, p.01-02).

Os pioneiros nesse assunto foram os Estados Unidos, onde as alternativas para o fluxo de caixa foram discutidas por 10 anos de 1977 até 1987 e neste ano publicaram o SFAS nº 95 (*Financial and Accounting Standards Board*) que é a norma de contabilidade financeira, ele definia o modelo que deveria ser demonstrado nos fluxos de caixa e os critérios que deveriam ser observados no relatório e substituiu o DOAR (Demonstração de Origens e Aplicação de recursos) que era considerado pelos investidores que atuavam nos mercados de capitais de difícil compreensão.

A Comissão de Valores Monetários (CVM) publicou o ofício circular nº 01/2007 em 14 de fevereiro de 2007 para divulgar os problemas centrais, esclarecendo dúvidas sobre a aplicação das normas de contabilidade e questões relacionadas às normas internacionais e recomenda que às companhias brasileiras voluntariamente decidam apresentar o relatório de fluxo de caixa como informação suplementar e orientava que o fizesse por meio do SFAS 95 ou pelo IAS 7 (*International Accounting Standard número 7*) que é a norma internacional de contabilidade.

No Brasil o DOAR só foi substituído no ano de 2007 pela lei nº 11.638/07 e trazia que a obrigação de elaborar a DFC (Demonstração do Fluxo de Caixa) passava a fazer parte das demonstrações financeiras obrigatórias a companhia fechada com

patrimônio líquido que na data do balanço superior a R\$2.000.000,00 terão a obrigação de elaborar e publicar o DFC.

### 2.3.2 O que é fluxo de caixa

Segundo Neto e Silva (2002), o fluxo de caixa apresenta as diversas movimentações de ingresso e saídas de recurso monetários da empresa em um determinado intervalo de tempo, e tem como objetivo preservar à manutenção das atividades da empresa e o seu saldo deve ser o suficiente para cobrir as várias necessidades associados aos fluxos de recebimentos e pagamentos. Sua utilização permite previsões e projeções de valores que poderão faltar ou restar.

Segundo Zdanowicz (1998) o fluxo de caixa é a ferramenta que permite ao administrador financeiro “planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar” os recursos financeiros de sua empresa por um determinado período. O fluxo de caixa é a ferramenta que relaciona o futuro conjunto de entradas e saídas de recursos financeiros do caixa da empresa em determinado período.

O fluxo de caixa “é a demonstração que mostra os recebimentos e os pagamentos efetuados pela empresa em caixa, bem como suas atividades de investimentos e financiamento”. (ASSAF NETO e LIMA, 2011, p.197)

No Fluxo de Caixa irá conter todas as movimentações do saldo de caixa, contendo os lançamentos de entrada e saída de recursos monetários. O fluxo de caixa apresenta informações relevantes sobre o fluxo de pagamentos e recebimentos realizados no período, e suas influências no caixa da empresa.

Assim,” chamamos de fluxo de caixa ao método de captura e registro dos fatos e valores que provoquem alterações no saldo de caixa e sua apresentação em relatórios escriturários, a permitir sua compreensão e análise”. (SÁ, 2017, p.11).

De acordo com Zdanowicz (1998) o fluxo de caixa é a ferramenta utilizada pelas empresas para demonstrar suas operações financeiras realizadas.

O fluxo de caixa é a espinha dorsal da empresa. Sem ele não se saberá quando haverá recursos suficientes para sustentar as operações ou quando haverá necessidade de financiamentos bancários. Empresas que necessitam continuamente de empréstimos de última hora poderão se deparar com dificuldade de encontrar bancos que as financiem. (GITMAN, 1997 p .586).

Com isso pode-se dizer que o fluxo de caixa é uma ferramenta importante e de grande necessidade para o controle financeiro de uma empresa pois nele estará contida todas as operações de ingresso e desembolso de caixa, onde com essas informações o administrador terá base para realizar o controle, projeções e verificar as necessidades do caixa da empresa no curto e no longo prazo.

Fluxo de caixa é “a diferença matemática entre os recebimentos e pagamentos de uma empresa, num dado período de tempo”. (GITMAN, 1997, p.595)

Desse modo,

Para administração financeira o fluxo de caixa é o instrumento que relaciona o conjunto futuro de ingressos e desembolso de recursos financeiros que será realizado por uma empresa em um período, no qual o administrador financeiro utiliza com o objetivo de apurar os somatórios de ingressos e desembolsos financeiros da empresa, em um determinado momento, e com isso detectando se haverá excedente de caixa ou escassez. (SÁ, 2017, p.11).

No fluxo de caixa as entradas de dinheiro assumem valores positivos e as saídas de dinheiro, por sua vez, assumem valores negativos, sendo assim significam diminuição do capital disponível.

E podemos definir que o fluxo de caixa é um instrumento da gestão financeira que tem como objetivo planejar e controlar as entradas e saídas do caixa, onde o administrador poderá verificar tudo o que está entrando na empresa e saber quanto e com o que está gastando. E apurar o saldo final que poderá ser positivo e a empresa terá excedente de caixa, ou poderá ser negativo e a empresa terá escassez de caixa. E com essas informações, caso tenha um excedente de caixa o administrador irá verificar a melhor maneira para utilizar o dinheiro e caso tenha escassez as melhores para captação de recursos monetários.

### 2.3.3 Importância da utilização do fluxo de caixa

De acordo com o artigo “A importância do fluxo de caixa para a sobrevivência do seu negócio” publicado pelo SEBRAE em 2017, conhecer o fluxo de caixa é uma obrigação do empreendedor pois sua utilização permitirá a ele amparar as tomadas de decisões do seu negócio, pois mostra detalhadamente todas entradas e saídas monetárias da empresa, possibilitando acompanhar todas as movimentações realizadas pela empresa. E para a vida financeira de um negócio é de extrema importância ter informação de todo dinheiro da empresa, tanto das dívidas quanto

das receitas para que possa tomar as melhores decisões, pois qualquer equivocação na previsão do demonstrativo de fluxo de caixa poderá fazer com que a empresa fique sem dinheiro para pagamento de contas e de fornecedores, não ter conhecimento ou ignorar o fluxo de caixa da empresa leva a falta de controle financeiro e não ter o controle não é bom em nenhuma área, principalmente nas finanças.

Podemos concluir que o fluxo de caixa é uma ferramenta de fácil utilização para o microempreendedor e de grande importância para o controle financeiro pois possibilita que a empresa mantenha todas as suas despesas e os seus pagamentos em dia, assim cumprindo as obrigações do negócio e evitando que ocorra a geração de impostos e multas.

Segundo Marion (2015, p. 122) “entre as três principais razões de falência ou insucesso de empresa, uma delas é a falta de planejamento financeiro ou ausência total de fluxo de caixa e a previsão de fluxo de caixa”.

Considerando ainda as palavras de Marion (2012) a utilização da demonstração de fluxo de caixa permite à empresa avaliar as alternativas de investimento e auxiliar na tomada de decisões importantes, onde os recursos monetários serão verificados no presente e como hipótese de previsão de futuros fluxos de caixa para evitar que a empresa falte caixa.

Podemos perceber que a utilização do fluxo de caixa é importante na administração da empresa, e que o conhecimento e a aplicação do fluxo de caixa irão ajudar o administrador planejar-se e manter seu negócio em funcionamento e cada vez mais fazê-lo crescer. Para Marion (2012, p. 97), com a leitura e interpretação do demonstrativo de fluxo de caixa pode-se chegar às seguintes conclusões:

Quais as causas das mudanças na situação financeira da empresa? Em que foi empregado o lucro gerado pelas operações? Como foi possível a empresa distribuir dividendos após prejuízo sofrido no exercício? De que forma a empresa consegue manter seus pagamentos em dia se os resultados vêm sofrendo baixas? Como é financiada a expansão da empresa? Com que recursos a empresa pode amortizar dívidas a longo prazo? O que é feito com as receitas de venda de imobilizados? Os recursos gerados pela empresa são suficientes? A habilidade da administração. A política de investimentos é adequada? O nível de tesouraria.

#### 2.3.4 Métodos de fluxo de caixa

Segundo Campos Filho (1999), o fluxo de caixa pode ser apresentado através de dois métodos: pelo método direto ou pelo método indireto, onde no primeiro método são demonstrados os recebimentos e pagamentos provenientes das atividades operacionais da empresa. Já no segundo método é elaborado a partir do lucro líquido, o qual é ajustado pelos itens considerados nas contas de resultado que não influenciará o caixa.

Marion (2012) destaca que a demonstração de caixa pelo método direto se embasa no regime de caixa, sendo tanto para pagamento quanto para recebimentos. Já o método indireto é feito a partir da harmonização dos rendimentos líquidos para o caixa líquido, onde a diminuição ou o aumento são medidos nas contas de capital de giro.

#### 2.3.4.1 Método direto

Para ASSAF NETO e LIMA (2011) o método direto elabora a demonstração de fluxo de caixa por meio da movimentação direta de entradas e saídas ocorridas no período no caixa da empresa, "a demonstração do Fluxo de Caixa pelo Método Direto facilita o entendimento do usuário, pois nela pode-se visualizar integralmente a movimentação dos recursos financeiros decorrentes das atividades operacionais da empresa". (CAMPOS FILHO, 1999, p.32)

Assim podemos considerar que a elaboração do demonstrativo de fluxo de caixa pelo método direto facilita a interpretação por parte de quem está fazendo a sua verificação, permitindo que seja realizado um acompanhamento e previsões mais eficientes.

Segundo Ching et al, (2003, p. 83):

No método direto, as entradas e saídas operacionais são apresentadas de forma simples e direta, sendo primeiro as entradas e depois as saídas, ou seja, a apresentação do método direto é de fácil compreensão mesmo por aqueles que têm pouco ou nenhum treinamento em contabilidade financeira. A empresa simplesmente classifica as entradas e as saídas de caixa em sua conta bancária de um período como atividades operacionais, de investimento ou de financiamento e relata o saldo como movimentação ou geração de caixa, podendo ser positiva ou negativa.

Rodrigues, Ventura e Santos (2010, p.20) salientam que,

A demonstração do fluxo de caixa quando elaborada pelo método direto exibe dentro do grupo das atividades operacionais, primeiramente o valor que se refere às entradas (receita de vendas de mercadorias/serviços), para que, em seguida, sejam subtraídas às saídas (os valores referentes a pagamentos à fornecedores, salários e encargos sociais dos empregados, bem como os impostos e taxas e outras saídas financeiras e patrimoniais) e por fim o saldo final do período.

A elaboração pelo método direto também permite que o administrador classifique os seus lançamentos de caixa em atividades operacionais, atividades de investimento ou atividades de financiamento, determinando assim a qual atividade se refere cada entrada e cada saída do caixa da empresa.

#### 2.3.4.2 Método indireto

Assim, ASSAF NETO e LIMA (2011) afirmam que o método indireto se assemelha ao método adotado pela DOAR, onde nele o demonstrativo de fluxo de caixa é elaborado por meios do resultado da empresa, verificando se ela teve lucro ou prejuízo.

Segundo Ching et al (2003, p. 83):

O método indireto começa com o lucro líquido do demonstrativo de resultados e reconcilia com o caixa líquido das operações. Os itens das linhas intermediárias como depreciação, aumento nas contas a receber e aumento nos estoques explicam por que o lucro difere do caixa resultante das operações. Esse é o ponto forte do método indireto. Por outro lado, esse método não demonstra os detalhes operacionais, como cobrança dos clientes e pagamento aos fornecedores, impostos e outros.

De acordo com Rodrigues, Ventura e Santos (2010, p.22):

A demonstração do Fluxo de caixa elaborada pelo método indireto apresenta no grupo da geração interna de caixa, primeiro, o lucro líquido advindo da Demonstração do Resultado do Exercício, ajustado pelo somatório das despesas que não geram saída de caixa subtraída das que não geram entradas de caixa.

Quadro 1- Método direto e indireto de fluxo de caixa

<b>Método direto</b>	<b>Método indireto</b>
Atividades Operacionais	Atividades Operacionais
(+) Recebimento de clientes	Lucro líquido do exercício
(-) Pagamento de contas	(+) Depreciação
(-) Pagamento de despesas operacionais	(+)(-) Variações no circulante (Capital de Giro)
(-) Pagamento de impostos	Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais	
Atividades de Financiamento	Atividades de Financiamento
(+)(-) Novos empréstimos de curto e longo prazos	(+)(-) Novos empréstimos de curto e longo prazos
(+) Aumento de capital	(+) Aumento de capital
(-) Despesas financeiras	(-) Despesas financeiras
(-) Pagamento de dividendos	(-) Pagamento de dividendos
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento	Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento
Atividades de Financiamento	Atividades de Financiamento
(+)(-) Aquisição de imobilizado	(+)(-) Aquisição de imobilizado
(+)(-) Outros investimentos	(+)(-) Outros investimentos
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento	Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento
(+)(-) Capital Inicial	(+)(-) Capital Inicial
Resultado do caixa final	Resultado do caixa final

Fonte: Assaf Neto e Lima (2011)

### 2.3.5 Tipos de fluxo de caixa

#### 2.3.5.1 Fluxo de caixa operacional

Segundo Kassai et al (2000), o Fluxo de caixa operacional são todos os recursos financeiros resultantes exclusivamente das atividades operacionais da empresa, sendo, portanto, o lucro operacional diminuído das provisões para impostos e das depreciações do período.

Para Cavalcante (1997, p.102):

Quanto aos desembolsos operacionais podem ser relacionados com as compras de matérias-primas à vista e a prazo, salários e ordenados com encargos sociais pertinentes, custos indiretos da fabricação, despesas administrativas, despesas financeiras e dispensas tributárias.

Segundo Ross, Westerfield e Jordan (1998, p. 46), "o fluxo de caixa das operações é o fluxo gerado pelas atividades da empresa, incluindo vendas de bens e serviços".

Nas palavras de Zdanowicz (2000, p.134):

o fluxo de caixa operacional compõe-se de itens estritamente decorrentes da atividade fim da empresa. As principais modalidades de ingressos operacionais são as vendas a vista, recebimento, descontos, cauções e cobranças das duplicatas de vendas a prazo realizadas pela empresa.

#### 2.3.5.2 Fluxo de caixa incremental

Ross, Westerfield e Jordan(1998, p. 143), destacam que "são os fluxos de caixa de caráter incremental que representam as mudanças de fluxos de caixa da empresa, e ocorrem com a aprovação de determinado projeto".

Para Zdanowicz (2000, p. 296) "somente irão interessar os fluxos incrementais, isto é, qual o resultado líquido decorrente de investimento inicial, deduzidos os custos operacionais da receita operacional auferida pelo projeto em análise" pois qualquer proposta de investimento anteriormente deverá de verificar os impactos nos ingressos e desembolsos da empresa para determinar a viabilidade do investimento.

#### 2.3.5.3 Fluxo de caixa descontado (fluxo de caixa líquido)

Para Ross, Westerfield e Jordan (1998, p. 597) o fluxo de caixa líquido "é o fluxo de caixa disponível após o pagamento de todos os impostos e financiamento de projetos". De acordo com Zdanowicz (2000) o fluxo de caixa descontado é uma alternativa para se verificar os investimentos de uma empresa e pode ser denominado como fluxo de caixa líquido. Já Kassai et al (2002), considera que podemos concluir que o Fluxo de Caixa líquido mede o valor líquido disponível que é exclusivo da empresa, sendo assim corresponde, ao valor líquido de caixa que restará aos

proprietários após terem cumprido todas as obrigações da empresa de diferentes naturezas.

## 2.4 MICROEMPRESA

A Lei Complementar número 123, de 14 de dezembro de 2006 também conhecida como lei geral do micro e pequena empresa traz o conceito e diferença entre microempresa e empresa de pequeno porte: onde classifica-se como microempresa aquela que obtenha no ano receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 e como empresa de pequeno porte aquela que obtenha ao ano receita bruta superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00. Nela também estabelece um tratamento diferenciado e favorecido para essas empresas, como o regime tributário que simplificou as apurações com o SIMPLES (Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte). (BRASIL, 2006).

E além dessas categorias também tem o MEI (Microempreendedor Individual) que foi criado com o objetivo de formalizar os pequenos empreendimentos, onde esse microempreendedor irá pagar um valor fixo por mês que varia de R\$56,00 a R\$ 61,00 a depender da sua área de atuação. E o faturamento para o enquadramento no MEI é de R\$81.000,00.

### 2.4.1 Cenário no Brasil

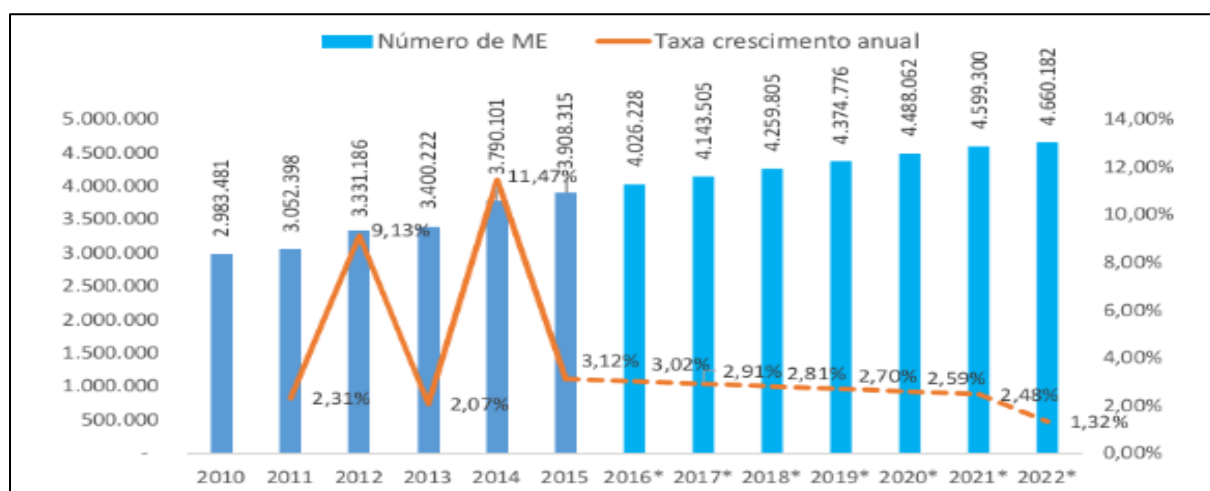
De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) na pesquisa "Perfil das microempresas e empresas de pequeno porte" publicada em 2018, no Brasil os pequenos negócios são formados pelas microempresas, pequenas empresas e microempreendedor individual e existem 6,4 milhões de pequenos negócios no país, sendo que 98,5% corresponde às micro e pequenas empresas e elas representam 54% dos empregos com carteira assinada do setor privado no país e correspondem a 27% do PIB.

Segundo a pesquisa, no ano de 2010 haviam 3 milhões de microempresas no país e em 2017 havia 4,14 milhões e de acordo com a projeção do SEBRAE em 2022

chegará a 4,66 milhões. Desse montante, o setor que mais concentra microempresas é o do comércio com 47,2% desse total e o segundo é o de serviços com 33% das microempresas.

No Brasil a maior parte das microempresas se localizam no Sudoeste 48,8%, já o Nordeste tem a terceira maior concentração com 17,8%. E no Nordeste o estado com maior concentração é a Bahia, com 220,3 mil microempresas de um total de 735,936 mil, representando 30% da região. E a Bahia é o 6º estado com maior concentração de microempresas no país com 5,3% do total.

Gráfico 1- Evolução das microempresas no Brasil de 2010 a 2022



Fonte: SEBRAE

Analisando o gráfico podemos verificar um aumento bem elevado na taxa de crescimento nos anos de 2012 com uma taxa de 9,13% e 2014 com uma taxa de 11,47% e após esse ano desacelerou o crescimento.

Ainda de acordo com o SEBRAE, no ano de 2020 foram abertas 626.883 micros e pequenas empresas em todo o país. E de acordo com o Ministério da Economia, no ano de 2020 foram registradas 2,6 milhões de MEI, o que representou um crescimento de 8,4% em relação ao ano de 2019 e com isso o MEI representa hoje 56,7% das empresas em atividade no Brasil.

## 2.4.2 Sobrevivência das microempresas no Brasil

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) na pesquisa "Sobrevivência das empresas no Brasil" publicada em 2016, dos tipos de empresas que formam os pequenos negócios as microempresas são as que possuem menor taxa de sobrevivência em dois anos. De acordo com um exemplo apresentado na pesquisa, para as empresas constituídas em 2012 a taxa de sobrevivência das microempresas é de 55%, enquanto nas empresas de pequeno porte a taxa de sobrevivência é de 98% e das microempresas individuais essa taxa é de 87%.

Com isso podemos perceber que as microempresas são o grupo que tem maior peso no fechamento dos pequenos negócios, isso pode-se dar pelo grande número de empresas deste porte no grupo dos pequenos negócios, com isso eles têm uma maior concorrência. Já as empresas de pequeno porte são as que têm maior taxa de sobrevivência, e pode-se concluir que isso se dá ao fato de serem empresas maiores e conseqüentemente mais estruturadas, com maior capital e menor quantidade de concorrentes no segmento. E podemos também verificar uma taxa bem favorável para os MEIs, esse fator pode ser atribuído às poucas burocracias e baixas taxas para a formalização, esses fatores também podem ser resultantes da grande expansão desse tipo de negócio no país.

De acordo com a pesquisa Sobrevivência de Empresas realizada em 2020, feita pelo SEBRAE, a taxa de mortalidade das MEIs após 5 anos é de 29%. Já as microempresas têm taxa, após 5 anos, de 21,6% e as de pequeno porte, de 17%. E o comércio é o setor que mais sofre com o fechamento após 5 anos, representando 30,2% do total. Na pesquisa 41% dos entrevistados afirmaram que a pandemia foi um fator motivador para o fechamento da empresa, 22% afirmaram que foi a falta de capital de giro para manter seus negócios com as medidas de restrições adotadas e 20% reclamaram do baixo volume de vendas.

De acordo com o presidente do SEBRAE Carlos Melles quanto maior o porte da empresa, maior a perpetuidade do negócio, pois o empresário tem uma maior capacidade e muitas vezes "opta por empreender por oportunidade e não por necessidade". E já com os microempreendedores individuais uma grande maioria começam a empreender por necessidade, onde a maioria dessas pessoas estavam desempregadas antes de abrir o negócio e por esse motivo, se capacitam menos e possuem um menor experiência e menor conhecimento anterior no ramo que escolheram, o que afeta diretamente a sobrevivência dos MEIS", afirma Melles.

### 2.4.3 Pequenos negócios em tempo de crise

Na pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) "impactos da covid-19 nos pequenos negócios" realizada entre 20 e 23 de março de 2020 com empresários de todos os estados brasileiros, a respeito dos impactos acarretados pelo vírus revelou queda de 85% no faturamento mensal. Entre todos os setores, os setores mais afetados foram: estão o setor de turismo com queda de 88% do faturamento, o setor de eventos e produção artística com queda de 86% do faturamento e o setor de moda com queda de 74% do faturamento.

Na pesquisa, 54% dos entrevistados afirmaram que precisaram de crédito para manter seu negócio e 34% afirmaram que ainda não sabem se precisaram. Quando questionados sobre as políticas públicas que os pequenos negócios precisam do governo estão: com 40% redução de Impostos e taxas; 38% subsídios para salários e custos fixos; 32% redução das tarifas de água e luz e 26% ampliação de linhas de crédito.

Na pesquisa realizada pelo SEBRAE de 20 a 24 novembro de 2020, 67% dos entrevistados afirmaram que com a pandemia adotaram mudanças no funcionamento do seu negócio e 19% afirmaram que estão funcionando da mesma forma que antes da pandemia. E no período da entrevista 11% das empresas permanecem com o funcionamento interrompido e 86% estão funcionando. E 43% dos entrevistados afirmaram que começaram a comercializar novos produtos ou serviços com o início da crise do coronavírus.

Com a disseminação do vírus, as organizações de saúde e os pesquisadores infectologistas sugeriram a adoção do isolamento social para evitar um colapso no sistema público de saúde decorrente dos picos de casos, com o isolamento social foi proibida e/ou restringida diversas atividades econômicas, sociais e a circulação de pessoas. Com esse novo cenário muitos microempresários se virão de mão atadas e foram obrigados a se reinventar e transformar essa adversidade em uma oportunidade de crescimento. E o processo de inovação foi indispensável nessa jornada, onde se observou um grande crescimento de empresa investindo em redes sociais para o seu negócio e em delivery para entregar os seus produtos no conforto do lar do seu cliente

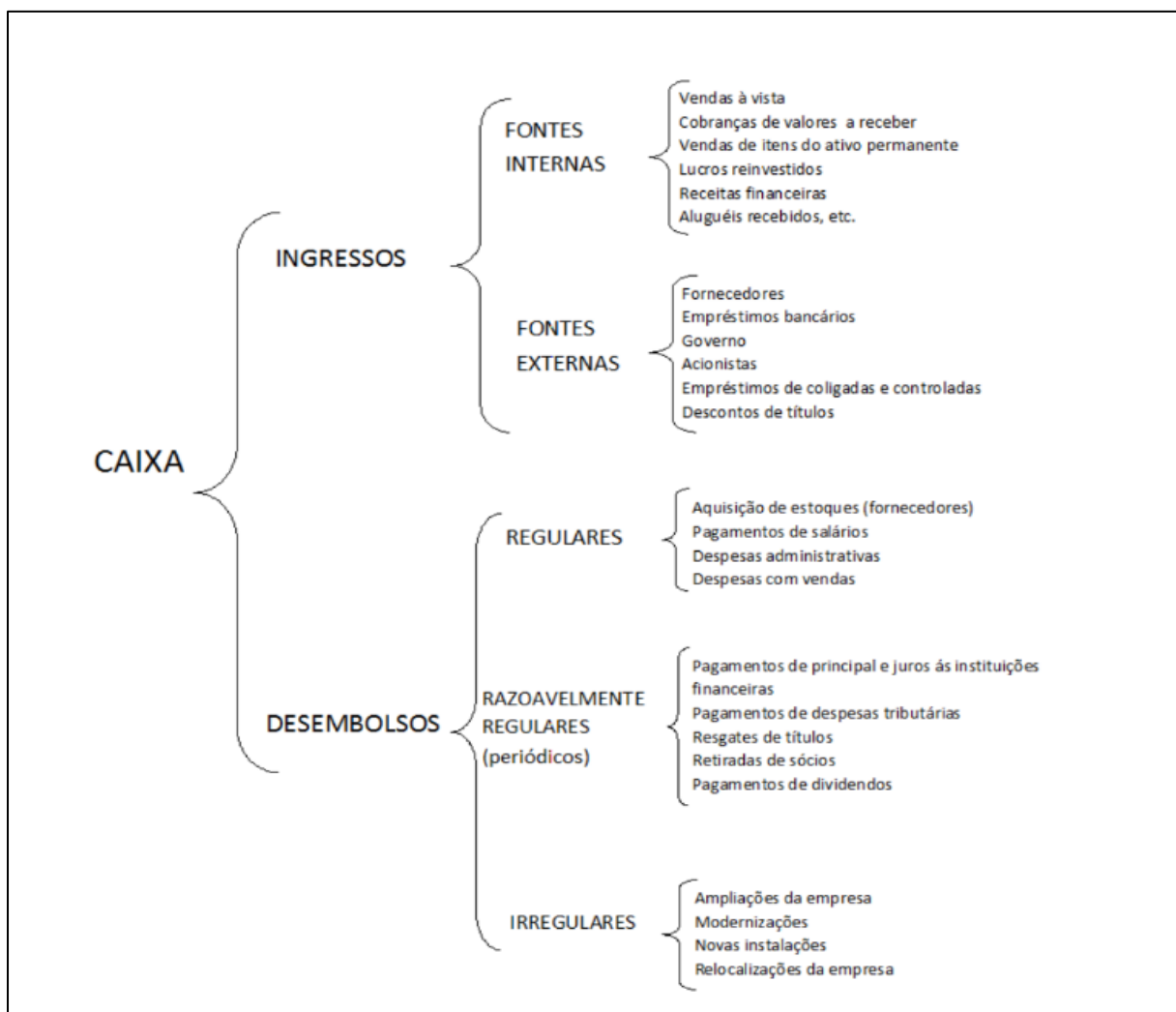
E o SEBRAE traz algumas dicas para minimizar os impactos como: buscar negociar valores, prazos e formas de pagamento e negociar com fornecedores.

## 2.5 FLUXO DE CAIXA E A MICROEMPRESA

### 2.5.1 Como elaborar um fluxo de caixa

Segundo Zdanowicz (2000) na elaboração do fluxo de caixa deve ser descrito todos os valores que a empresa irá receber que são os ingressos do caixa e os que irá pagar que são os desembolsos do caixa e para um melhor controle das entradas e das saídas ele deverá ser bem especificado.

Figura 1- Principais ingressos e desembolsos de caixa



Fonte: Zdanowicz (2000)

Zdanowicz (2000) traz os principais itens que devem compor a elaboração de um fluxo de caixa:

- Ingressos: é composto por todas entradas no caixa e bancos da empresa. Como por exemplo às vendas à vista, as vendas a prazo, descontos de duplicatas, vendas do ativo permanente, receitas financeiras e aluguéis recebidos.
- Desembolsos: é composto por todas saídas de caixa decorrentes da atividade da empresa como as saídas geradas pelo processo produtivo, comercialização de produtos e distribuição de produtos, inclui-se também todas as despesas indiretas da fabricação e das despesas operacionais.
- Diferença do período: é o saldo apurado a partir da comparação de um período com outro período, que é realizado a partir dos valores entre os ingressos e os desembolsos e encontra-se a diferença do período que poderá ser positiva, negativa ou nula.
- Saldo inicial de caixa: é o saldo restante do período anterior que será utilizado para iniciar o caixa no novo período.
- Disponibilidade acumulada: é o resultado da soma da diferença do período apurado dos períodos anteriores acrescido do saldo inicial de caixa.
- Nível desejado de caixa: é a projeção realizada para o período seguinte, onde será determinado o capital de giro líquido que a empresa precisará. Se o valor projetado for positivo a empresa deve verificar melhores formas para aplicação desse excesso e se for negativo a empresa deverá procurar fontes de recursos menos custosas.
- Empréstimo ou aplicações de recursos financeiros: após a apuração do saldo disponível acumulado a empresa deverá verificar se será necessário realizar um empréstimo se esse valor for negativo ou se irá realizar uma aplicação financeira caso esse valor apurado for positivo.
- Amortização ou resgate das aplicações: A amortização é o pagamento do empréstimo realizado e o resgate das aplicações é o recebimento das aplicações no mercado.
- Saldo final de caixa: é o valor de caixa esperado que foi projetado para o período seguinte.

Segundo Zdanowicz (2000, p.170):

Cumprir destacar que, o correto planejamento de caixa da empresa é condição primária para o sucesso da organização... isso requer um planejamento financeiro do caixa (disponível) de qualidade, tendo em vista, principalmente, a rapidez necessária no processo de tomada de decisão da empresa e a globalização da economia mundial.

Cavalcanti (1997, p.48)

elabora-se o fluxo de caixa a partir das divisões dos diversos departamentos, setores, seções da empresa, de acordo com o cronograma anual ou mensal de ingressos e de desembolsos remetidos ao departamento ou gerência financeira.

Assim, segundo o autor supracitado, as seguintes informações são necessárias para elaboração do fluxo de caixa:

- Projeção das vendas: deve ser realizada uma projeção de todas as vendas que serão realizadas a vista e a prazo;
- Estimativa de compras e as respectivas condicionadas oferecidas pelos fornecedores: deve ser realizada uma projeção de todas as compras e as condições de pagamento que será oferecida;
- Levantamento das cobranças efetivas com os créditos a receber de clientes: deve ser realizada uma projeção: de todas as cobranças e valores a receber dos clientes;
- Determinação da periodicidade do fluxo financeiro de acordo com a necessidade; é onde deve ser determinado se o fluxo de caixa será diário, semanal, mensal...
- Orçamento dos demais ingressos e desembolsos de caixa para o período em questão: também deve-se ser projetado todos os outros valores que irão entrar e sair do caixa.

Desse modo,

é importante na elaboração do fluxo de caixa, considerar as oscilações que possam eventualmente ocorrer e irão implicar em ajustes dos valores projetados, mantendo assim a flexibilidade desse instrumento de trabalho do administrador financeiro. (CAVALCANTE, 1997, p.49).

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) a elaboração do fluxo de caixa é realizado a partir de dados adquiridos dos controles das contas a pagar, contas a receber, das vendas, das despesas, dos saldos de aplicações e das demais movimentações da empresa. Ele recomenda que o acompanhamento do fluxo de caixa seja diário, mas a depender das movimentações de caixa poderão ser aplicados períodos mais longos. Entretanto, o acompanhamento

em períodos menores é mais eficiente. E para um acompanhamento eficiente é fundamental um controle das contas a receber, das contas a pagar, do caixa, das vendas à vista, das vendas a prazo, e das aplicações financeiras.

### 2.5.2 Modelo de fluxo de caixa

O fluxo de caixa pode ser apresentado tanto a curto quanto de médio ou longo prazo. De acordo com Santos (2001), o modelo de fluxo de curto prazo possui uma aplicação de trinta dias corridos e o período de informação diário. Este costuma ser o modelo utilizado por empresas do comércio varejistas, mas pode ser adaptado a outros ramos de atividade.

Já sobre o fluxo de médio e longo prazo, conforme Zdanowicz (2004), nessa elaboração podem ser projetados períodos mensais, trimestrais e semestrais, de acordo com a necessidade da empresa. E no caso do longo prazo o modelo seria o mesmo de médio prazo, modificando-se apenas os meses e colocando em seus lugares os anos. A projeção do fluxo de caixa a longo prazo possibilita, por sua vez, a avaliação de aplicação futura de recursos disponíveis ou de financiamentos visando realizar investimentos.

No modelo abaixo é apresentado o fluxo de caixa diário, na primeira coluna se tem as operações de caixas onde os ingressos são representados pelas entradas de caixa, o desembolso pelas saídas de caixa, a diferença do período pelo saldo do dia, o saldo inicial de caixa pelo saldo do dia anterior e disponível acumulado pelo saldo atual. Mas outras colunas temos a movimentação do caixa por quatro dias e em cada dia tem duas colunas onde os lançamentos de caixas estão separados por: projetado e realizado.

Fluxo de caixa projetado: Segundo Zdanowicz (2000, p.171) o fluxo de caixa projetado

tem como objetivo fundamental levantar todas as necessidades da empresa, para que possa cumprir com seus compromissos financeiros na data apazada e alcançar resultados positivos, considerando os desembolsos realizados em itens do ativo.

Analisando a tabela pode-se concluir que o fluxo de caixa projetado é aquele desejado pela empresa realizado a partir da previsão dos ingressos de caixa e dos desembolsos e deve ser realizado utilizando como base o período anterior que poderá ser o ano, o semestre, o mês, a semana ou o dia.

Fluxo de caixa realizado: é aquele onde é registrado os ingressos e os desembolsos de caixa ocorridos no período.

E a partir desses registros a empresa poderá verificar se aqueles valores que foram projetados foram realizados e poderá fazer uma comparação com esses resultados.

Tabela 1- Modelo de fluxo de caixa

ENTRADA	DIA 01		DIA 02		DIA 03		DIA04	
	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado	Previsto	Realizado
Vendas a Vista	1.800	1.700	1.850	1.600	1.900	1.800	1.950	1.700
Duplicatas	510	480	600	330	530	250	680	560
Cheques Pré-Data.	400	250	450	300	500	380	550	350
<b>Total das Entradas (A)</b>	<b>2.710,00</b>	<b>2.430,00</b>	<b>2.900,00</b>	<b>2.230,00</b>	<b>2.930,00</b>	<b>2.430,00</b>	<b>2.180,00</b>	<b>2.610,00</b>
<b>Saídas</b>								
Fornecedores	300	300						
Energia			600	700				
Telefone					300	300		
Salários								
Previdência Social								
FGTS								
SIMPLES	1.200							
Pró-Labore								
Fretes							300	300
Combustível								200
Manut. Veículos					600	600		
Material Limpeza			400	400				
Despesas c/ viagens	200	200						
Pgto. Empréstimo								
Contador								
Lanches/refeição				150				
Outros								
<b>Total das Saídas (B)</b>	<b>1.700</b>	<b>500</b>	<b>900</b>	<b>1.250</b>	<b>900</b>	<b>900</b>	<b>300</b>	<b>500</b>
<b>Saldo do Dia (A-B)</b>	<b>1.010</b>	<b>1.930</b>	<b>2.000</b>	<b>980</b>	<b>2.030</b>	<b>1.530</b>	<b>1.880</b>	<b>2.110</b>
<b>Saldo do Dia Anterior</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>600</b>	<b>600</b>
<b>Saldo Atual</b>	<b>1.210</b>	<b>1.930</b>	<b>2.300</b>	<b>1.280</b>	<b>2.430</b>	<b>1.930</b>	<b>2.480</b>	<b>2.710</b>

Fonte: SEBRAE

Segundo Zdanowicz (2000, p.174) "o controle diário diminui a margem de erros e permite acompanhar a performance, em tempo de aplicar eventuais medidas corretivas". De acordo com o autor esse é um poderoso instrumento de planejamento para qualquer empresa que o utilize, nesse modelo é onde se apresenta as entradas

e as saídas de caixa que será posicionado de acordo com a data do seu acontecimento.

### 2.5.3 Objetivos do fluxo de caixa para as microempresas

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) o objetivo da aplicação do demonstrativo de fluxo de caixa é verificar a saúde financeira do negócio a partir de análises das entradas e saídas de caixa e com a interpretação atingir uma resposta clara que auxiliará o negócio a chegar ao sucesso, o fluxo de caixa é muito importante na administração com excelência da empresa, resultando no sucesso da mesma. Com um conhecimento real do fluxo de caixa e da sua importância o microempreendedor pode se planejar e manter o seu negócio eficiente e quem sabe, poderá fazê-lo crescer e passar de microempresa para empresa de pequeno porte.

Pois é muito comum encontrar uma microempresa que não conhece os valores exatos que têm a receber e a pagar e não elaboram um controle de caixa eficiente. Sendo assim a utilização de uma ferramenta de fácil elaboração como do fluxo de caixa, pois auxiliará na projeção dos ingressos e dos desembolsos do caixa.

Com as informações do fluxo de caixa, o empresário pode elaborar a estrutura gerencial de resultados do seu negócio, calcular a rentabilidade, a lucratividade, o ponto de equilíbrio e o prazo de retorno do investimento.

Segundo Zdanowicz (2000, p.127:)

O fluxo de caixa é de vital importância para a eficácia econômico-financeira e gerencial das empresas, sejam elas micro, pequenas, médias ou grandes, a tal ponto que muitas instituições de crédito exigem a sua apresentação antes de conceder empréstimos a seus clientes.

De acordo com Santos (2001), as empresas de pequeno e médio porte têm exercido, cada vez mais, com bons resultados e com a utilização de técnicas de gestão financeira já bem disseminadas entre as grandes corporações. As empresas que já estão no mercado, tanto aquelas que estão iniciando, têm desenvolvido práticas financeiras na gestão de suas atividades visando se fortalecer com ferramentas da administração que auxiliem no dia a dia. Ele ainda evidencia que o uso das rotinas financeiras de grandes empresas em outras de menor porte têm contribuído para o desenvolvimento econômico delas. Para ele, a gestão financeira

“tem sido de importância crescente para as empresas de pequeno e médio porte. O sucesso empresarial demanda cada vez mais o uso de práticas financeiras apropriadas” (SANTOS, 2001, p. 11).

A utilização dessas práticas objetiva fazer com que essas pequenas organizações alcancem melhores resultados financeiros, e assim fazer com que eles potencializem seu lucro.

## 2.6 O RAMO VAREJISTA DE CONFECÇÃO NO BRASIL

Kotler (2000) define que varejo são todos os exercícios que estão relacionados com a venda de produtos ou serviços diretamente aos consumidores finais, para o uso próprio ou para uso comercial.

Parente (2000) descreve o varejo como sendo todas as atividades que tenham um processo de vendas e que tem como objetivo atender as necessidades do consumidor final. O autor coloca ainda que varejo não é somente uma loja, mas também é praticado através de telefone, correios, Internet e na casa do consumidor. Com isso podemos definir como comércio varejista o comércio de qualquer empresa que tenha como atividade de vendas de produtos ou serviço para o consumidor final.

Segundo os dados do IBGE, o setor varejista de vestuário no Brasil é um dos mais relevantes da economia brasileira. Segundo dados de pesquisas realizadas pelo órgão, este segmento atingiu um volume de vendas de R\$ 126,2 bilhões em 2016, entre o período de 2011 e 2016, o mercado de vestuário no Brasil teve um crescimento de 2,3% ao ano.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção – ABIT, no ano de 2015 o Brasil tinha a quinta maior indústria têxtil do mundo e a quarta em confecção. A indústria do ramo de moda é o segundo que mais gera emprego na indústria, sendo assim é considerado um setor de grande importância na economia do país.

O ramo varejista de vestuário brasileiro é composto principalmente por pequenas empresas e lojas varejistas locais, as quais muitas vezes possuem pouca escala, poucos fornecedores e baixa eficiência administrativa. Um maior número do mercado concentra-se em pequenos empreendimentos locais espalhados pelo país.

Segundo informações do relatório “*Apparel and FootWear in Brazil*” da Euromonitor, publicado em março de 2017, os cinco maiores varejistas do ramo de vestuário e calçados brasileiros detinham em 2016 cerca de somente 21,9% de participação de mercado.

De acordo com dados do publicado pelo Empresômetro, empresa especializada em inteligência de mercado, são mais de 1 milhão de negócios em atividade e formalizados, representando 5,53% de todas as empresas ativas do país, a Bahia, o maior estado da Região Nordeste, conta com mais de 60 mil. O Brasil conta com uma das mais ampla redes varejistas de roupas e acessórios do mundo. Nos primeiros seis meses de 2019 segundo os dados, o crescimento em relação a 2018 foi de mais de 8%, um total de mais de 72 mil novas empresas abertas somente neste ano.

O levantamento feito Comitê da Cadeia Produtiva da Indústria Têxtil, Confecção e Vestuário da Fiesp (Comtextil), apontou que em 2017 foram movimentados mais de 220 bilhões de reais, no qual foram vendidas mais de 6 bilhões de peças de vestuário, com uma média de 30 peças para cada brasileiro. Essa evolução nas vendas no comércio varejista de vestuário também pode ser evidenciada pela expansão do número de shopping centers no Brasil, que é uma das principais localizações dessas lojas. Conforme dados divulgados pela Abrasce (Associação brasileira de shopping centers), o número de empreendimentos passou de 351 para 571 de 2006 a 2017, representando um aumento de 63%, enquanto o faturamento do setor de shopping centers cresceu 235% no mesmo período, passando de R\$50 bilhões para R\$168 bilhões.

Analisando os dados podemos perceber o ramo de vestuários é muito importante para a economia e para a geração de emprego no país, os números descritos acima apontam que o comércio varejista de roupas está em um crescendo bem acelerado, mas atividade ainda sofre muito com a informalidade, pois com o alto nível de desemprego muitos brasileiros acabam buscando uma forma de obter renda, e uma delas é a venda de roupas onde muitas das vezes ocorre porta a porta, na própria residência ou em pequenas lojas locais.

Segundo o SEBRAE, o ramo de Varejo de Moda é um dos primordiais mercados de demanda do país e é atendido, principalmente, por lojas especializadas,

que se dividem em lojas de departamento, redes especializadas e lojas independentes. A loja independente é definida por possuir apenas um estabelecimento, como exemplo as boutiques e lojas de bairro – e esse modelo de loja representa uma significativa parte do varejo de moda no Brasil, com 36,5% da quantidade comercializada no país. O brasileiro gasta 4,8% de sua renda em vestuário e calçados.

Ainda de acordo com o órgão, o setor do comércio possui uma participação de 12,3% no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, e o ramo do comércio varejista representa 43% do comércio geral. Assim, considerando os dados divulgados pelo ministério do trabalho em 2016 o rendimento médio por região é: Centro-Oeste R\$1142,77; Nordeste R\$1013,79; Norte R\$962,17; Sudeste R\$1184,03; Sul R\$1204,12. Onde de acordo com os dados do SEBRAE de 2019 a população brasileira gasta 4,8% de sua renda em vestuário e calçados.

De acordo com o IBGE, na Pesquisa de Orçamentos Familiares o gasto médio mensal com vestuários e acessórios varia conforme a classe social. Os dados a seguir apresenta o gasto médio mensal registrado em 2014 com vestuário e acessórios, em proporção do gasto em relação ao salário mínimo da época, e a projeção de gastos em 2016 e 2017, com base nessa proporção: Gasto mensal médio da classe A R\$455, projeção realizada para 2016 R\$552,64, projeção realizada para 2018 R\$593,96; classe B em 2014 R\$202,27, projeção para 2016 R\$245,52, projeção para 2017 R\$263,87; classe C em 2014 R\$97, projeção para 2016 R\$117,92, projeção para 2017 R\$126,73; classe D e E em 2014 R\$40, projeção para 2016 R\$48,40, projeção para 2017 R\$52,02.

Essas informações são de grande importância para o empresário, pois tendo claro o seu público-alvo, ele pode traçar estratégias para atingi-lo de forma assertiva para que faça uso desse ticket médio em seu negócio. E poderá fazer uma boa política de preços adequada para a classe do seu público-alvo.

### 2.6.1 Impactos causados pela pandemia

O ramo de vestuário e da indústria têxtil busca se recuperar economicamente desde 2010, e só em 2019 estava conseguindo retomar um crescimento mais sólido, que infelizmente, foi abalado pela pandemia, e esse setor foi um dos setores que mais sofreram as consequências da crise econômica atual. A Associação

Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), na pesquisa realizada em 2020 no setor têxtil, apontou uma queda de 96% nas encomendas dessa indústria no primeiro semestre de 2020. E em um outro estudo, realizado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) revelou que em abril de 2020 houve recuo de 81% no faturamento das lojas, no comparativo com o mesmo período de 2019.

De acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2020, já na primeira semana que o comércio teve que fechar as portas assim suspendendo o atendimento presencial, a queda de faturamento no setor da moda foi de 74%, menor apenas que os setores de turismo e economia criativa. Onde no geral, 91% dos empresários registraram queda no seu faturamento mensal com a pandemia.

O distanciamento social se tornou uma realidade e foi adotada pelos governadores e prefeitos como tentativa de impedir a propagação do vírus, no qual foi determinado o fechamento de comércio e serviços não essenciais, como o do ramo varejo de moda. E conseqüentemente este segmento um dos mais abalado nessa crise econômica gerada pelo Covid-19. Onde o país teve uma perda de aproximadamente 12 milhões de empregos formais e informais. Como as lojas precisam fechar, as pessoas tiveram que mudar sua forma de comprar e se viram obrigadas a optarem por empresas que realizam vendas online e que façam entrega dos produtos. E os comerciantes se viram obrigados a pensar em formas criativas de sobrevivência tendo o meio de venda online como solução.

Em pesquisas o Sebrae mostrou que alguns pequenos negócios que se reformularam durante a pandemia tiveram aumento no faturamento.

A situação da pandemia de coronavírus obrigou o consumidor a refletir sobre seus hábitos de compras com a possibilidade de perda de emprego, diminuição de salários e trabalho home office, com isso roupas, sapatos e acessórios se tornaram itens supérfluos e considerado até dispensáveis para o período que estamos passando, a atenção ficou para a compra de itens considerados essenciais para sobreviver durante este período.

Para Fernando Pimentel, presidente da ABIT, segundo os dados do IBGE a recuperação do setor aconteceu de forma mais rápida do que o esperado, em 2020, o setor foi obrigado a se reinventar, e tiveram que apoiar-se em diversas formas de

negócios, online e com isso aproveitando para investir em tecnologias de tecidos antivirais e nas vendas de máscaras cirúrgicas.

A ABIT fez uma previsão de um aumento de 25% nas vendas do setor em 2021 em relação ao ano de 2020. E ainda de acordo com ela o setor será um dos principais favorecido com a recuperação econômica que tinha sido projetada para 2021, e as vendas online mesmo com a retomada dos negócios físicos continuarão em alta segundo os dados de um estudo sobre o e-commerce no país, onde neste período de pandemia as vendas online de venda foram 47% a maior alta em 20 anos.

### 2.6.2 Perfil do empreendedor

A Pesquisa Setor/Segmento Comércio de Vestuário realizada pelo SEBRAE em 2016 mostrou que o universo dos empreendedores do ramo de vestuário é predominantemente feminino, no qual 69% são representados por mulheres e 31% por homens e de acordo a faixa etária maior concentração de 30 a 59 anos correspondendo a 79% do total. E do universo pesquisado 66% não possui formação escolar de nível superior, e 59% deles trabalham com a ajuda de terceiro e o restante ao seja 41% trabalham sozinhos. E como a grande maioria não possuem especialização na área que atuam buscam obter conhecimento através da internet, utilizando plataformas como; youtube, facebook e google ou através de feiras de moda.

De acordo com a pesquisa 50% trabalham com moda feminina e 73% deles afirmaram que tem controle gerencial do negócio e que sabem fazer o cálculo de lucratividade

### 3 METODOLOGIA

Neste capítulo serão abordadas as técnicas e as classificações da pesquisa analisando sua natureza, forma de abordagem, estratégia de investigação, instrumento e técnica de coleta de dados e a análise deles, tendo como objetivo analisar os dados coletados através da pesquisa de campo para com essa análise verificar se conseguimos resolver o nosso problema e alcançar o nosso objetivo geral e os nossos objetivos específicos.

A presente pesquisa objetiva estudar a importância do fluxo de caixa sob a percepção dos lojistas varejistas do ramo de confecção de moda feminina, onde foi aplicado um questionário com 127 proprietários localizados no Shopping Cidade das Compras na cidade de Feira de Santana - BA.

Neste trabalho foi utilizada a coleta de dados que foi realizada a partir de pesquisa bibliográfica mediante o uso de: livros acadêmicos, pesquisas em sites e artigos científicos, a pesquisa bibliográfica será utilizada para buscar uma maior familiarização com o tema e também para um maior aprofundamento sobre o tema. Nesses materiais teóricos serão realizadas pesquisas sobre o assunto que será abordado e também contribuirá para a etapa de pesquisa de campo, pois servirá como embasamento teórico para a sua realização. Segundo Gil (2008) o objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas a partir de uma investigação metódica sobre um determinado tema.

Segundo Alyrio (2009, p.80)

toda espécie de pesquisa, nas diversas áreas, exige a investigação bibliográfica antecipadamente, na forma de atividade exploratória, para o estabelecimento da real situação em que se situa o objeto de estudo, ou para justificar os objetivos e contribuições da própria pesquisa.

Essa pesquisa é realizada através de fontes secundárias como: livros, jornais, revistas, artigos, trabalhos acadêmicos e sites confiáveis. Para construção de um referencial teórico com todas as informações relacionadas com o tema. De acordo com Lakatos e Marconi (2007) a pesquisa bibliográfica é um resumo no qual deve-se conter os principais trabalhos já realizados sobre o assunto onde nele o pesquisador encontrará dados atuais e relevantes relacionados com o tema.

### 3.1 Unidade de análise

A pesquisa foi realizada por meio de uma pesquisa de campo, realizada no Shopping Cidade das compras com lojistas do ramo de varejo de confecção feminina. O Shopping é um empreendimento do grupo Uai, o grupo atua em quatro cidades brasileiras: Bahia, Pernambuco, Amazonas e Minas Gerais. Foi inaugurado no dia 21 de setembro de 2020 e fica localizado na Rua Doutor Olímpio Vital - Centro na cidade de Feira de Santana, possui 2 km de extensão, uma área de: 31.000m<sup>2</sup> de área construída, 325 espaços para lojas, 1.700 boxes, 600 vagas de estacionamento gratuito.

### 3.2 Objetivo do estudo

No estudo foi adotada a pesquisa exploratória, tendo em vista os seus objetivos geral e específicos, pois tem-se como foco aprofundar-se nos aspectos teóricos e conceituais estudados no levantamento bibliográfico e aspectos práticos sofridos pelos lojistas estudados, através dos dados coletados no questionário, analisando como a utilização e a não utilização do fluxo de caixa pode impactar diretamente no crescimento do negócio e no mercado, obtendo com isso o alcance de uma visão geral da pesquisa. Seguindo essa vertente, também foi adotado a pesquisa descritiva, a pesquisa tem como objetivo descrever os dados e explorar cada passo com clareza e aprofundamento sobre o tema.

GIL (2008, p. 27) diz que pesquisa exploratória tem como objetivo

Esclarecer conceitos e ideias de todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisas.

Desse modo, foi efetuado o levantamento bibliográfico, explorando trabalhos já publicados, tais como, livros, artigos, teses, monografias e websites visando o aprofundamento sobre o tema abordado, pois neste tipo de pesquisa permite-se conhecer diferentes visões, no que se refere a importância e a utilização do fluxo de caixa, contribuindo para o desenrolar da análise e da interpretação dos dados. Segundo Alyrio (2009, p. 58) “a pesquisa exploratória é caracterizada pela existência

de poucos dados disponíveis, em que se procura aprofundar e apurar ideias e a construção de hipóteses.”

“As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática.” (GIL, 2002, p.28)

Com isso, a pesquisa exploratória proporciona ao pesquisador maior proximidade com o assunto, tornando-o mais explícito, procurando esclarecer e/ou modificar conceitos e ideias existentes e assim alcançar a resolução do problema da pesquisa.

Já a pesquisa descritiva tem como objetivo principal a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. (GIL, 2008)

Para Alyrio (2009, p. 58)

já na pesquisa descritiva se busca essencialmente a enumeração e a ordenação de dados, sem o objetivo de comprovar ou refutar hipóteses exploratórias, abrindo espaço para uma nova pesquisa explicativa, fundamentada na experimentação.

Com isso, a pesquisa descritiva fará a descrição do objeto de estudo e analisará os dados que serão coletados por meio da aplicação de questionários.

### 3.3 Método do estudo

O método científico disposto no presente estudo é o método dedutivo, visto que, procurou-se analisar os lojistas e extrair conclusão particular, a partir de uma verdade geral, gerando resultados e respostas que vão comprovar as informações da bibliografia estudada.

O método utilizado assim como na pesquisa tem como objetivo chegar a uma conclusão, segundo Gil (2008), este método é representado por uma construção lógica que a partir de uma premissa retira uma conclusão a partir da análise de informações. De acordo com Alyrio (2009) o método dedutivo é visto como adequado para se chegar à verdade.

### 3.4 Abordagem do estudo

O problema e os objetivos da pesquisa apontam que os fenômenos devem ser estudados por meio da investigação, ou seja, no presente estudo analisou se os lojistas conhecem e utilizam a ferramenta de fluxo de caixa buscando verificar suas variáveis, com isso, trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa.

A abordagem qualitativa visa verificar o conhecimento e utilização do fluxo de caixa pelos microempresários do ramo de moda feminina varejista de Feira de Santana, com o objetivo de coletar informações sobre o tema.

Segundo Alyrio (2009, p.108) é o estudo de um objeto, buscando interpretá-lo em termos do seu significado. Neste sentido, a análise considera mais a subjetividade do pesquisador. O objetivo é considerar a totalidade, e não dados ou aspectos isolados. Para MINAYO (2002) a pesquisa qualitativa busca responder a questões muito particulares, ou seja, trabalha com um universo de significados e corresponde a um espaço mais profundo de relações, processos e fenômenos que não podem ser minimizados no que se diz respeito ao preparo de variáveis.

A pesquisa qualitativa se dará por meio de questionários aplicado com os comerciantes de moda feminina localizados no Shopping Cidade das compras, questionário esse que contém 4 sessões todas elas com perguntas fechadas, tratando dos temas sobre a caracterização do perfil do comerciante, caracterização da empresa, caracterização quanto a administração do negócio e caracterização quanto a utilização do fluxo de caixa; que terão como objetivo serem analisados para encontrar as respostas envolvidas no estudo.

### 3.5 Procedimentos do estudo

A pesquisa foi realizada por meio de pesquisa de campo que visou buscar informações diretamente com a população, o universo da pesquisa foi composto por 127 comerciantes do ramo de moda feminina varejista da cidade de Feira de Santana, no qual foi solicitado que respondam um questionário com perguntas fechadas, questionário esse que foi composto por alternativas de múltipla escolha e dicotômicas, onde foi dada alternativas para o respondente.

Eles foram a base da coleta de dados da pesquisa e junto com a fundamentação teórica foram analisados para a interpretação dos dados da pesquisa. "As pesquisas

deste tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.” (GIL, 2008, p. 55). Onde desse grupo significativo de pessoas, foi questionado o seu conhecimento a respeito do tema e a partir desse questionamento solicitado informações sobre o problema estudado.

Segundo Lakatos e Marconi (2007) a pesquisa de campo tem como finalidade buscar informações e conhecimentos sobre um problema, no qual se pretende chegar a uma resposta, ou a uma hipótese, que se pretende confirmar, ou descobrir novos fenômenos.

Dessa forma, a escolha deste tipo de método deve-se a conformidade com os objetivos da pesquisa, que visa analisar e demonstrar a importância da utilização da ferramenta de fluxo de caixa, indo além das perspectivas teóricas do levantamento bibliográfico, analisando eventos mais complexos que se referem ao estudo dos fenômenos na prática.

### 3.6 Pré-teste

De acordo com Gil (2008) o propósito da realização deste teste, é revelar possíveis falhas na redação do questionário, tais como: complexidade das questões, imprecisão na redação, desnecessidade das questões, constrangimentos ao informante ou exaustão.

Segundo Marconi e Lakatos (2003) após a realização do pré-teste e verificadas as falhas, deve-se reformular o questionário, nessa reformulação poderá haver conservação dos itens, modificação, ampliação, explicação melhor da redação e perguntas abertas podem ser transformadas em fechadas se não houver variabilidade de respostas.

#### 3.6.1 Realização do pré-teste

O pré-teste foi realizado com 5 comerciantes, onde na sua realização foi verificado se o questionário apresentava as seguintes características: clareza e precisão dos termos; forma de questões; desmembramento das questões; ordem das questões; e introdução do questionário. Pois de acordo com Gil (2008) esses elementos irão assegurar que o questionário está bem elaborado.

Na sua realização, todos os pesquisados consideraram que o questionário tinha um texto claro e autoexplicativo, quando questionado sobre a ordem das questões foi sugerido uma alteração na ordem de posições das questões 16 e 17, que foram invertidas suas posições pelo fato da questão 17 completar a questão 15. E foi sugerido que na questão 21 pudesse ser marcada mais de uma alternativa, sugestão essa que também foi acatada pela pesquisadora.

### 3.7 Coleta de dados

A presente pesquisa desenvolveu-se por meio do instrumento de coleta de dados mediante a aplicação de questionários, aplicados no mês de novembro de 2021 com os comerciantes do ramo de confecção varejista de moda feminina localizados no Shopping Cidade das compras localizado na cidade de Feira de Santana, através do Google Forms e questionários impressos, com o objetivo de sintetizar os dados, analisá-los e com isso proceder as conclusões do estudo.

A coleta de dados deve ser efetuada diretamente na fonte de informações, com o objeto de estudo, ou seja, diretamente com o indivíduo sobre o qual recaiu a amostragem, seja em uma universidade, estabelecimento comercial, residência, fábrica, hospital, empresa, cortiço, vela, agricultura etc. (FACHIN, 2005, p. 155)

O autor afirma que a técnica de coleta de dados tem como objetivo de extrair informações com base em interrogatórios ou observações, tendo em vista que, o preenchimento é realizado pelo próprio investigado. É fundamentado em uma série de questões, nas quais, são orientadas através de perguntas ordenadas, relacionadas diretamente ao objetivo da pesquisa.

Segundo Marconi e Lakatos (2003) é nessa etapa da pesquisa em que é iniciada a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas de pesquisa selecionadas, e tem como objetivo efetuar a coleta dos dados apresentados. Portanto, no estudo foi elaborado dois questionários, um para aplicação com a administração do Shopping e outro para ser aplicado com os comerciantes, o primeiro foi composto por 5 questões o segundo foi composto por 23 questões contendo um resumo sintetizado do propósito desta pesquisa, os questionários foram realizados de forma presencial utilizando como meios a plataforma Google Formulários onde foram

enviado de maneira virtual por meio de um link através do aplicativo de mensagens WhatsApp e por meio de questionários impressos.

O questionário consiste em um elenco de questões que são submetidas a certo número de pessoas com o intuito de se coletar informações. E, para que a coleta de informações seja significativa, é importante verificar como, quando e onde obtê-las. Há várias formas de se coletar informações por meio de um questionário. As mais utilizadas são: pessoalmente, via postal, por malote, telefone, via portador etc. (FACHIN, 2005, p. 159)

Segundo Gil (2008) o questionário é a técnica de investigação formada por um conjunto de questões aplicadas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, entre outros. No qual essas respostas obtidas irão possibilitar que esses dados solicitados sejam utilizados para descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa.

O questionário aplicado com a administração do Shopping foi realizado com a responsável pelo setor corporativo Sheila composto por 5 questões abertas, questões essas sobre a estrutura do Shopping e sobre o grupo ao qual detém a administração do Shopping. Já o questionário aplicado com os lojistas foi composto por 23 questões fechadas, separadas em 4 categorias, a primeira onde buscava investigar o perfil do comerciante, a segunda onde buscava investigar a caracterização da empresa, a terceira que buscava investigar a administração do negócio e a quarta que buscava investigar sobre a utilização do fluxo de caixa. Essas indagações serviram de base para análise e comparação com a bibliografia estudada.

Segundo Marconi e Lakatos (2003) as perguntas abertas são aquelas chamadas livres que permitem que o respondente responda livremente expressando suas opiniões e as perguntas fechadas são aquelas denominadas limitadas ou seja que possuem alternativas fixas.

Para Fachin (2005) os questionários possuem perguntas abertas e fechadas sendo que as abertas dão liberdade para discorrer espontaneamente sobre o que está sendo indagado, não limitando o respondente a escrever com linguagem própria, sendo possível identificar a opinião do pesquisado. Já nas questões fechadas, o pesquisado possui uma opção de respostas e alternativas de escolha que melhor se adequa a sua ideia. Os questionários da presente pesquisa tiveram indagações tanto

abertas quanto fechadas, as questões com alternativas de respostas, buscava-se um direcionamento específico.

### 3.7.1 Amostragem

A amostragem utilizada na pesquisa foi a amostragem não-probabilística por acessibilidade, visto que a pesquisadora não conseguiu delimitar seu universo por falta de informações impossibilitando de se obterem amostras probabilísticas, como seria desejável.

De acordo com Gil (2008) a amostragem por acessibilidade consiste em uma amostragem menos rigorosa de todos os tipos de amostragem, por esse fato ela dispensa qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Como foi impossível realizar a amostragem probabilística na pesquisa foi a população estudada foi composta por 127 comerciantes do ramo varejista de moda feminina, por todo o universo pesquisado.

### 3.7.2 APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

O questionário foi aplicado pela mesma pesquisadora; contudo, a aplicação com os comerciantes foi uma fase difícil, pois os comerciantes quando abordados para preenchimento do questionário muitos deles negam-se a responder o questionário, e alguns se negaram a responder no momento justificando falta de tempo, a esses que não responderam por falta de tempo foi verificado a possibilidade de responderem de forma online, com a permissão deles foi enviado o questionário de forma online por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp. Foram enviados 51 questionários online, no qual apenas 24 deles foram respondidos. No entanto, mesmo com esses obstáculos, foi possível aplicar o questionário impresso com 103 comerciantes, e com a contribuição dessas pessoas que, gentilmente, concederam parte de seu tempo para participar da pesquisa foi realizada a pesquisa de campo.

A aplicação do questionário com a responsável pelo administrativo do Shopping não possibilitou a delimitação da população estudada, visto que ela não tinha informações da quantidade de box e loja por segmentação de atuação.

### 3.8 ANÁLISE DOS DADOS

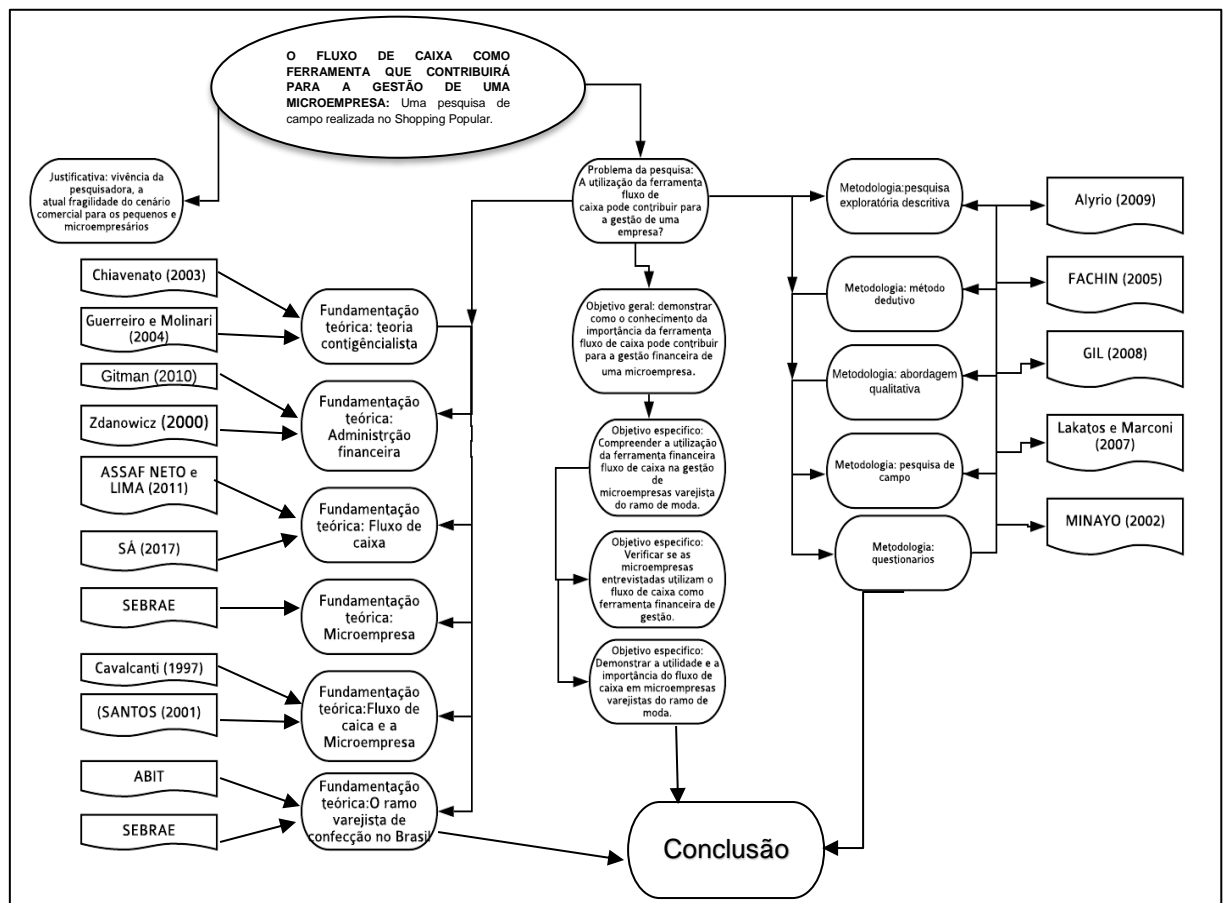
Segundo Marconi e Lakatos (2003) na análise, o pesquisador entra em maiores detalhes sobre os dados decorrentes do trabalho estatístico, a fim de conseguir respostas às suas indagações, e procura estabelecer as relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas. Estas são comprovadas ou refutadas, mediante a análise.

De acordo com Alyrio (2009, p.217) “A etapa do processamento dos dados tem início quando o pesquisador, de posse de todos os dados disponíveis, procede ao exame, à análise, à integração e à interpretação dos dados”.

Os dados obtidos através do questionário foram transferidos e tabulados pela própria plataforma “Google Formulário”.

Na figura 2 temos a representação do fluxograma da pesquisa, no qual contem todo o caminho metodológico que foi utilizado na pesquisa, desde a concepção do título até a elaboração da conclusão

Figura 2- Fluxograma da pesquisa



## 4 RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo apresenta os resultados da pesquisa obtidos a partir da aplicação dos questionários aplicados com a responsável pelo setor corporativo Sheila e com os comerciantes varejistas de moda feminina de Feira de Santana. Nele estão a devida tabulação e interpretação dos dados conforme demonstrado nos gráficos a seguir.

### 4.1 Questionário para aplicação com a administração do shopping

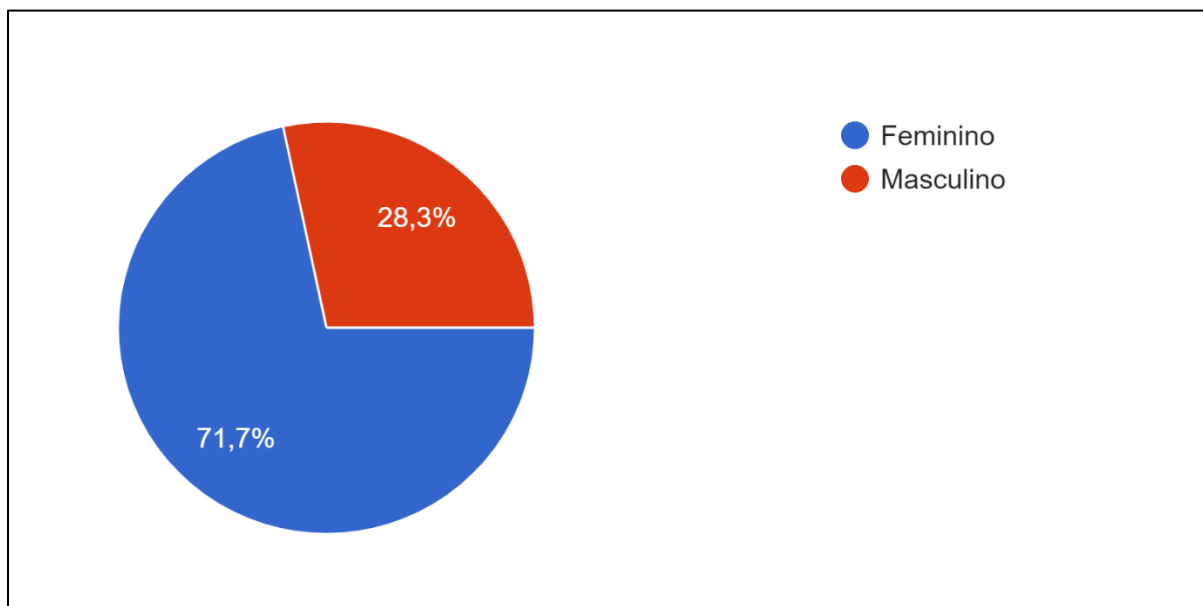
1. Quantos box e quantas lojas tem no shopping popular?  
São 1700 box e 325 lojas
2. Desse total quantos estão em funcionamento?  
Não soube responder
3. Quantos box e lojas tem por segmentação de atuação?  
Não soube responder
4. Qual a empresa responsável pela administração?  
Grupo Uai
5. A quanto tempo o grupo atua no mercado?  
Não soube responder

### 4.2 Questionário para aplicação com os comerciantes

#### 4.2.1 Perfil da população

A primeira questão analisa justamente o perfil dos comerciantes que responderam ao questionário de acordo com seu sexo. A maior parte da amostra que respondeu a pesquisa foi realizada por mulheres, 71,7% da população, os 28,3% restantes são representados por homens, como podemos ver no gráfico 02. Isso demonstra que a população dos comerciantes varejista de moda feminina possui um número maior de mulheres do que homens.

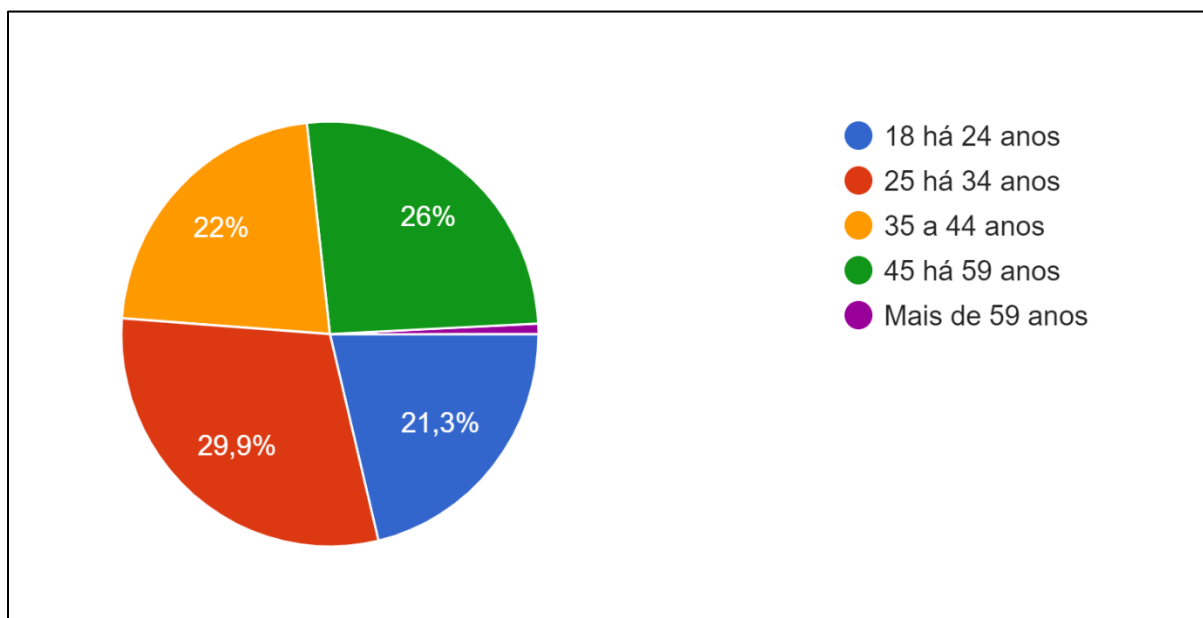
Gráfico 2- Sexo



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

A segunda questão verifica o intervalo da idade, segundo o gráfico 03, 29,9% da população que respondeu o questionário está na faixa de idade entre 25 a 34 anos, 26% encontra-se entre 45 a 59 anos, 22% entre 35 a 44 anos, 21,3% entre 18 a 24 e 0,8% a partir de 59 anos, demonstrando que sua concentração mais é de 25 a 59 anos.

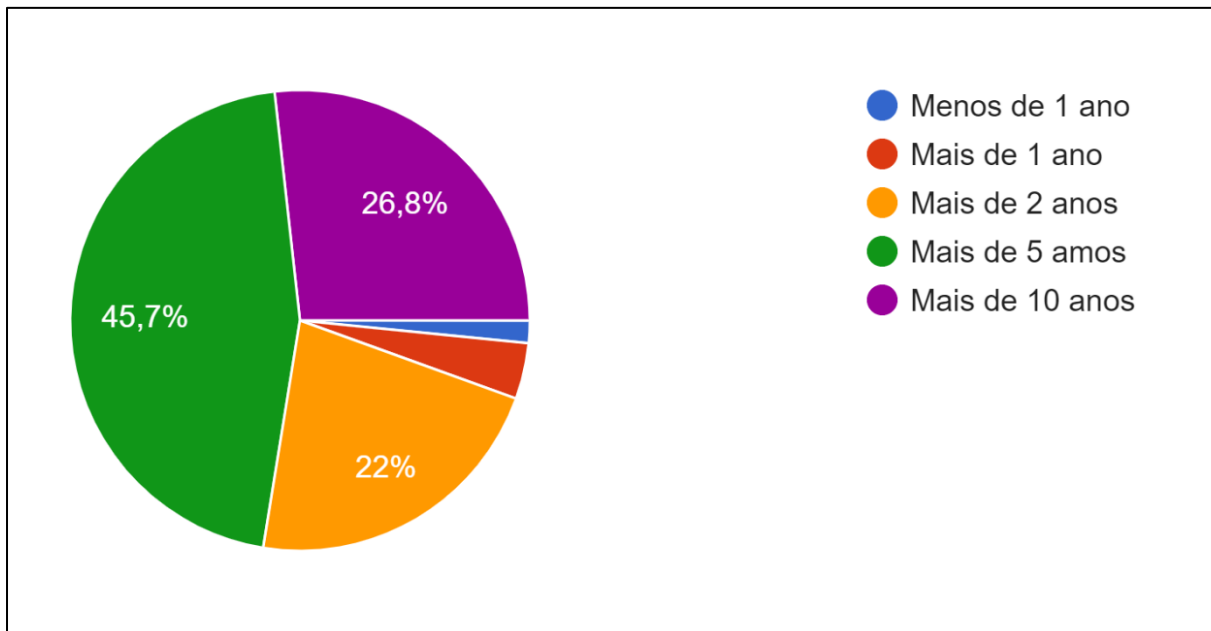
Gráfico 3- Intervalo em que se encontra sua idade.



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

A terceira questão evidencia a quantos anos o entrevistado atua na empresa. De acordo com o gráfico 45,74% dos entrevistados possuem mais de 5 anos, 26,8% mais de 10 anos, 22% mais de 2 anos, 3,9% mais de 1 ano e 1,6% menos de 1 ano, demonstrando que a maior parte dos entrevistados possuem mais de 5 anos na empresa.

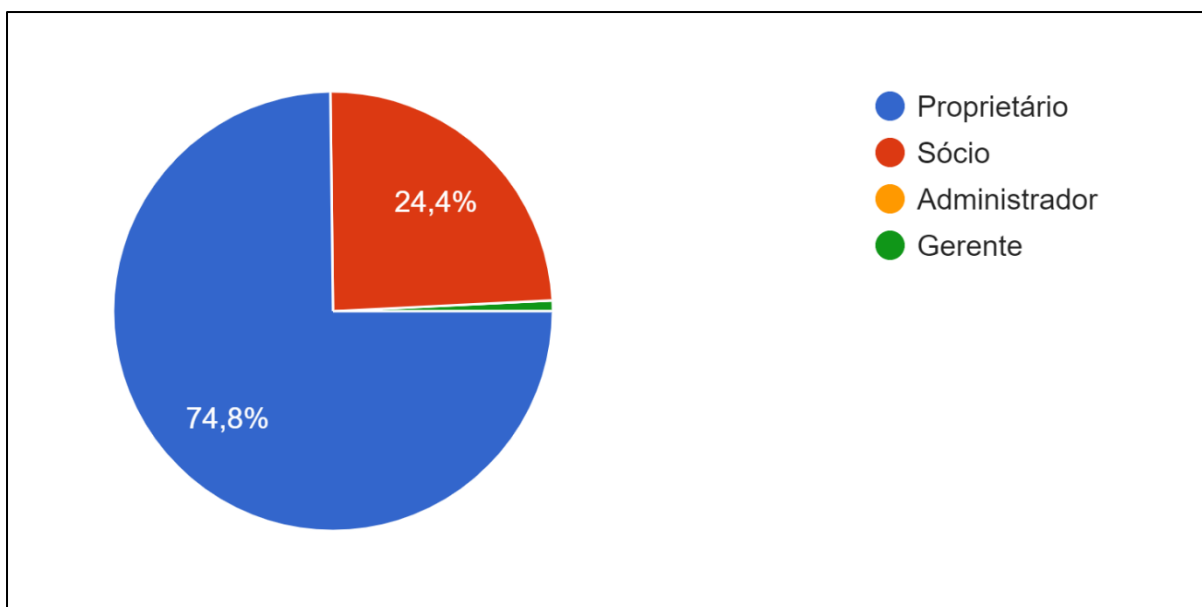
Gráfico 4- Quantos anos atua na empresa



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

A quarta questão buscou verificar qual cargo é ocupado pelo entrevistado, e pode-se verificar que 74,8% são proprietários.

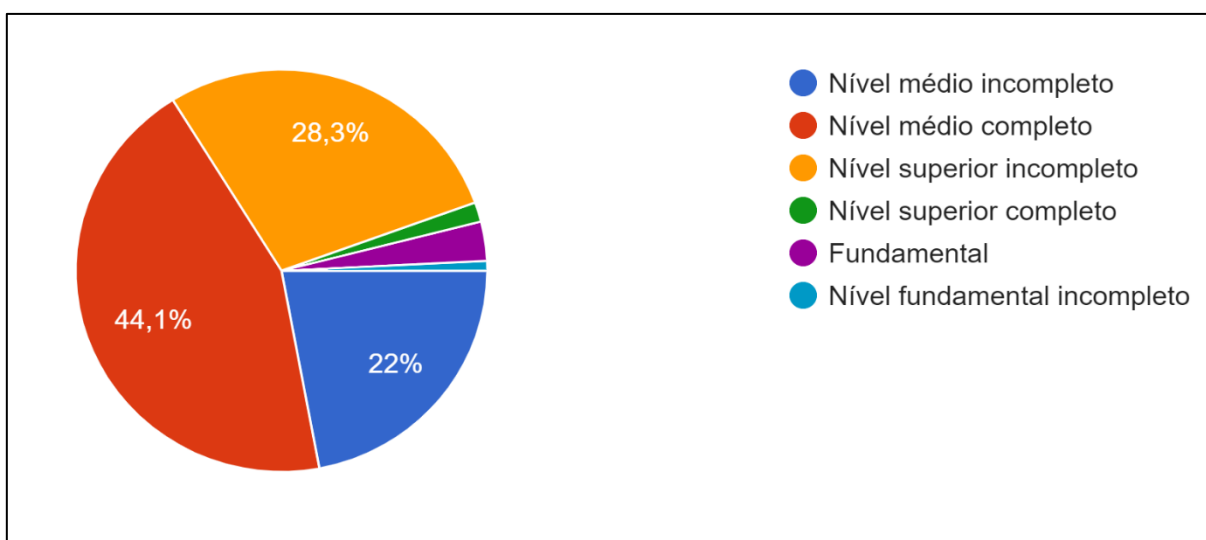
Gráfico 5- Qual cargo ocupa na empresa



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

A quinta questão verifica qual a formação escolar, de acordo com o gráfico 44,1% tem nível médio completo, 28,3% nível superior incompleto, 22% nível médio incompleto, 3,9% nível fundamental e 1,6% nível superior incompleto. Verificando que a grande maioria tem nível médio completo.

Gráfico 6-Qual formação escolar

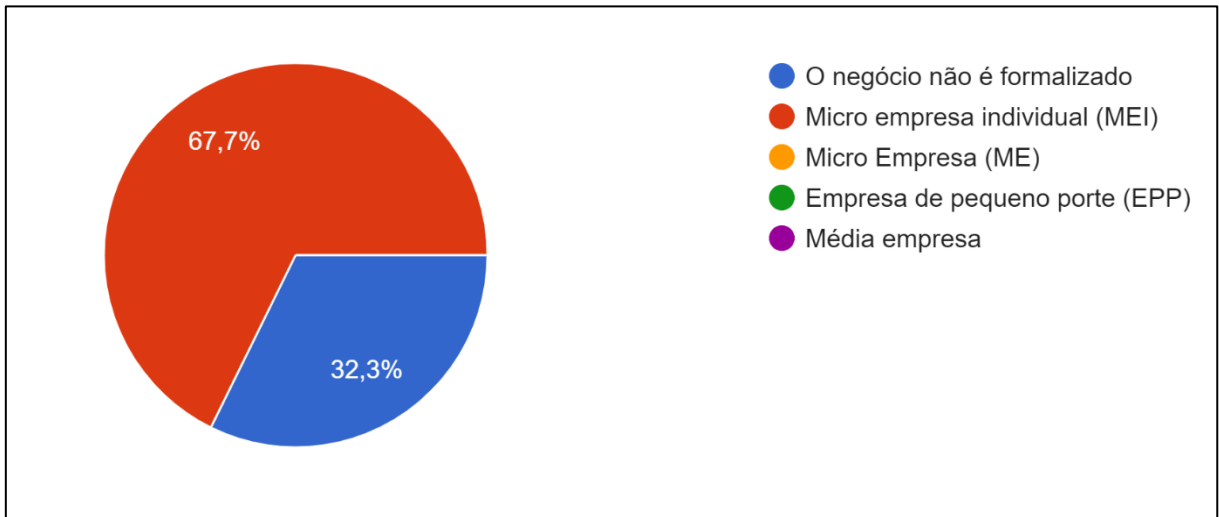


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

#### 4.2.2 Caracterização da empresa

Na sexta pergunta buscou verificar qual a natureza jurídica do negócio e 67,7% dos negócios são registrados como MEI e 32,3% ainda não possuem formalização.

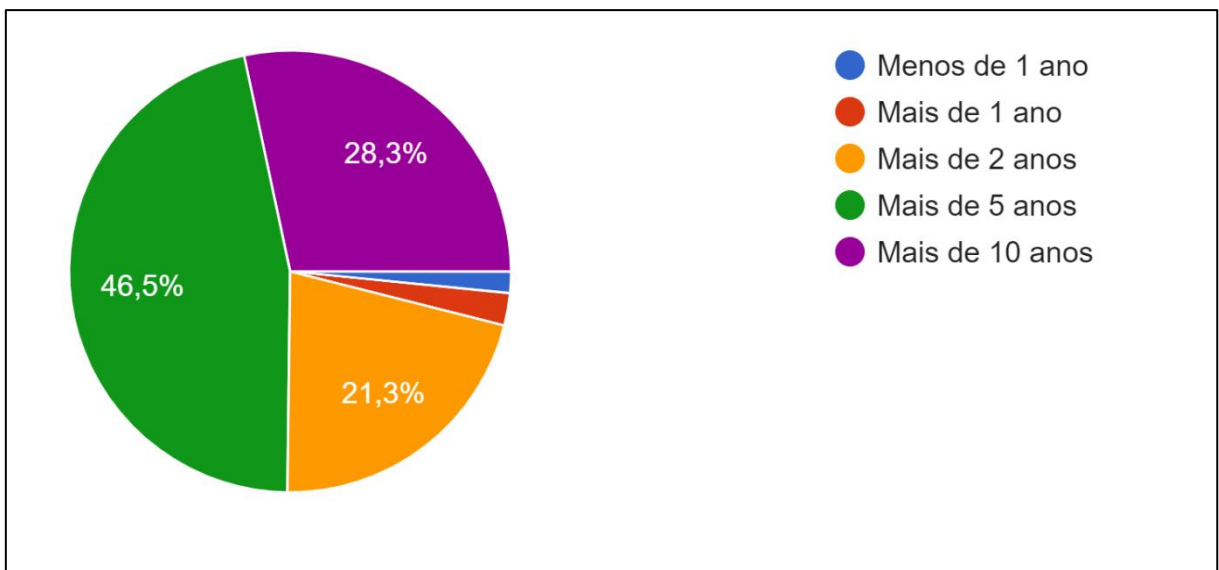
Gráfico 7- Qual a natureza jurídica da empresa



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na sétima questão buscou verificar quanto tempo o negócio tem no mercado. De acordo com o gráfico 45,7,4% dos negócios possuem mais de 5 anos, 26,8% mais de 10 anos, 22% mais de 2 anos, 3,9% mais de 1 ano e 1,6% menos de 1 ano, demonstrando que a maior parte dos negócios possuem mais de 5 anos no mercado.

Gráfico 8- Quanto tempo o negócio tem no mercado

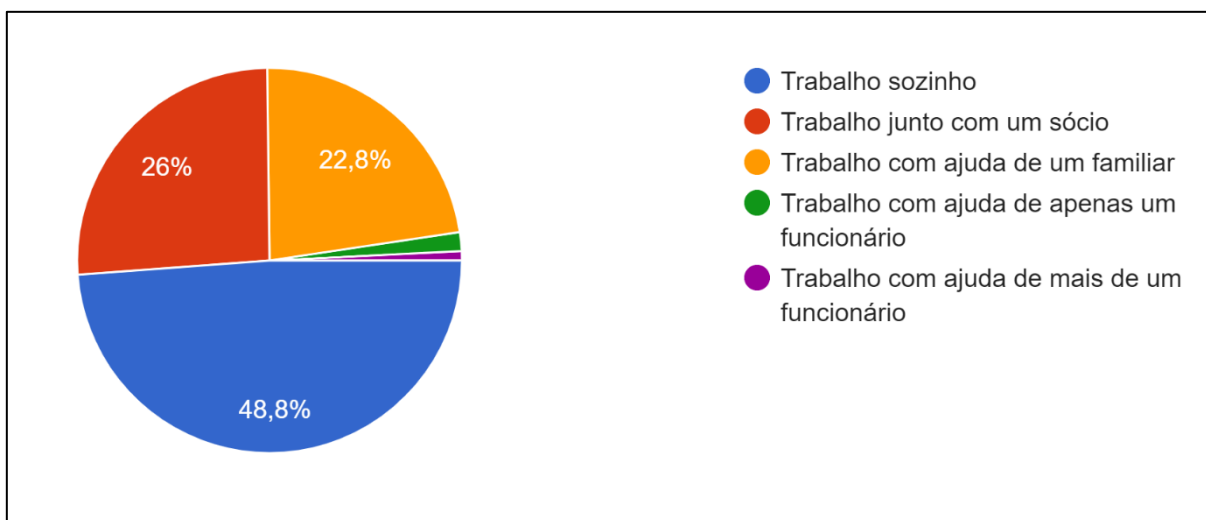


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na oitava pergunta, buscou-se investigar se esses comerciantes trabalhavam sozinhos ou com ajuda e 48,8% trabalham sozinhos, 26% trabalham com um sócio,

22,8% com ajuda de familiar e 2,4% trabalham com ajuda de funcionário, concluindo que 51,2% não trabalha sozinho.

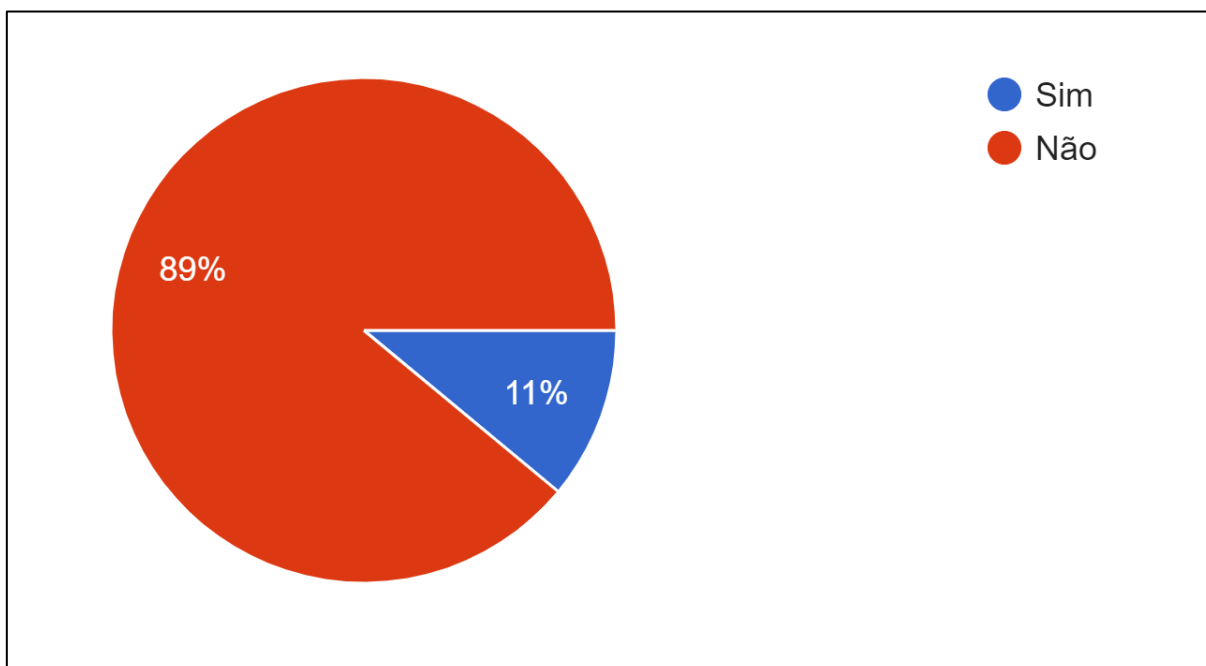
Gráfico 9- Trabalha sozinho ou possui ajuda



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na nona pergunta buscou verificar se a empresa faz comparação ao que foi planejado e o que foi executado e 89% não realizam essa comparação.

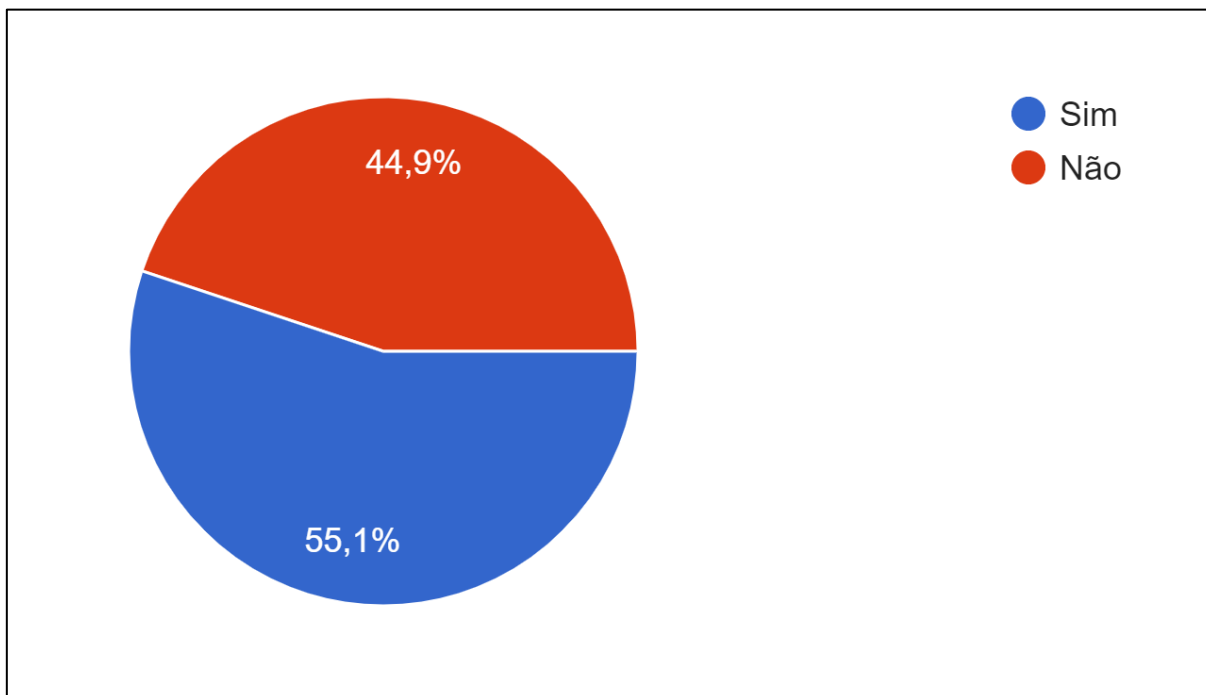
Gráfico 10- A empresa faz comparação em relação ao que foi planejado e o que foi executado



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima pergunta foi questionado se o negócio possui meta de vendas e 55,1% afirmaram que possuem metas de vendas.

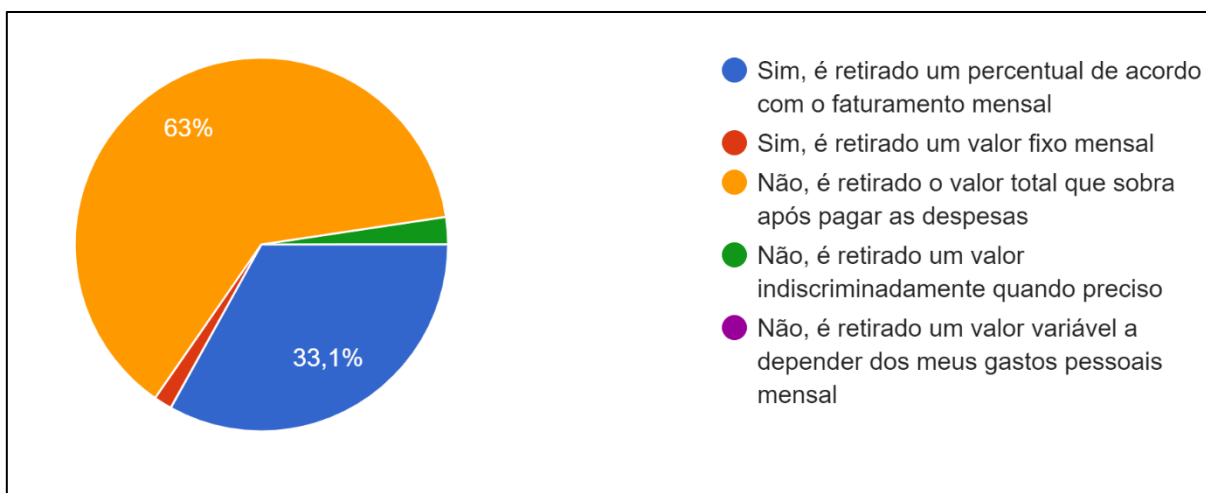
Gráfico 11- A empresa tem meta de vendas



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima primeira pergunta foi verificado se o proprietário tem salário definido, no qual 63% afirmaram que não possui salário definido, que retiram todo o valor que sobra após pagar as despesas, 33,1% afirmaram que possui um salário varia de acordo com o faturamento mensal.

Gráfico 12- O proprietário(sócios) têm salário definido

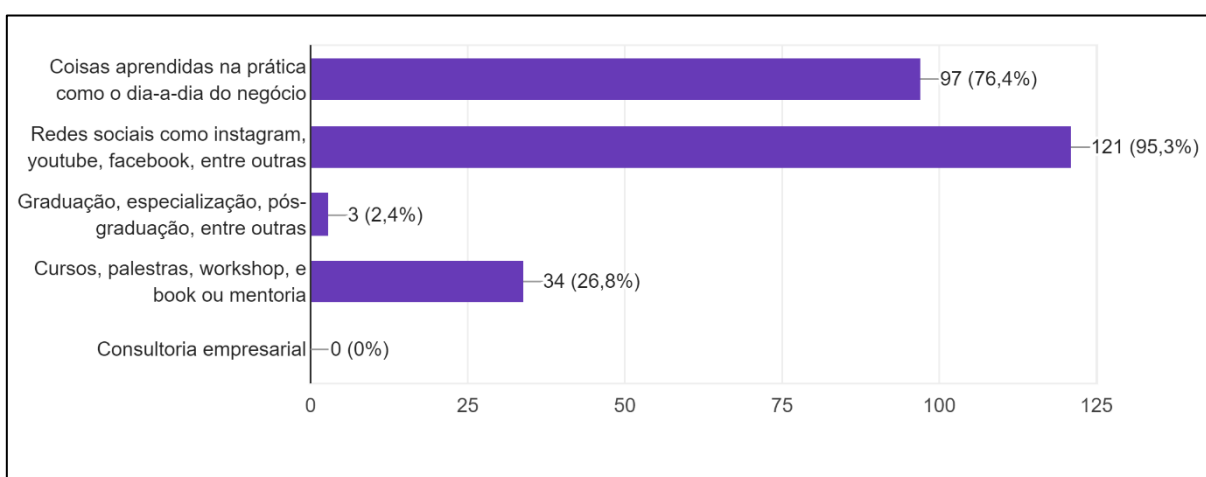


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

### 4.2.3 Caracterização quanto a administração do negócio

Na décima segunda questão foi verificado qual meio buscado para aprender como administrar o negócio, no qual 95,3% afirmaram que utilizam as redes sociais como Instagram, WhatsApp, youtube e facebook para estarem aprendendo sobre o assunto e 76,4% afirmaram que aprendem com as situações do dia a dia.

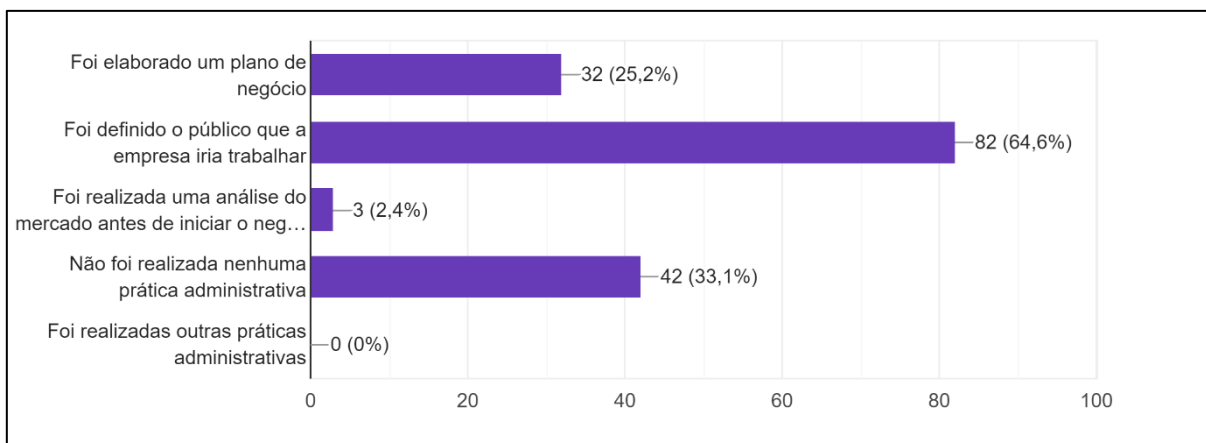
Gráfico 13- Qual meio/meios buscado para estar aprendendo a administrar o negócio



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima terceira questão foi investigada se esses comerciantes utilizaram alguma prática administrativa antes de iniciar o negócio e 64,6% afirmaram que foi definido público-alvo da empresa, 33,1% afirmaram que não realizaram nenhuma prática administrativa e 25,2% afirmaram que realizaram um plano de negócio antes de iniciar o negócio.

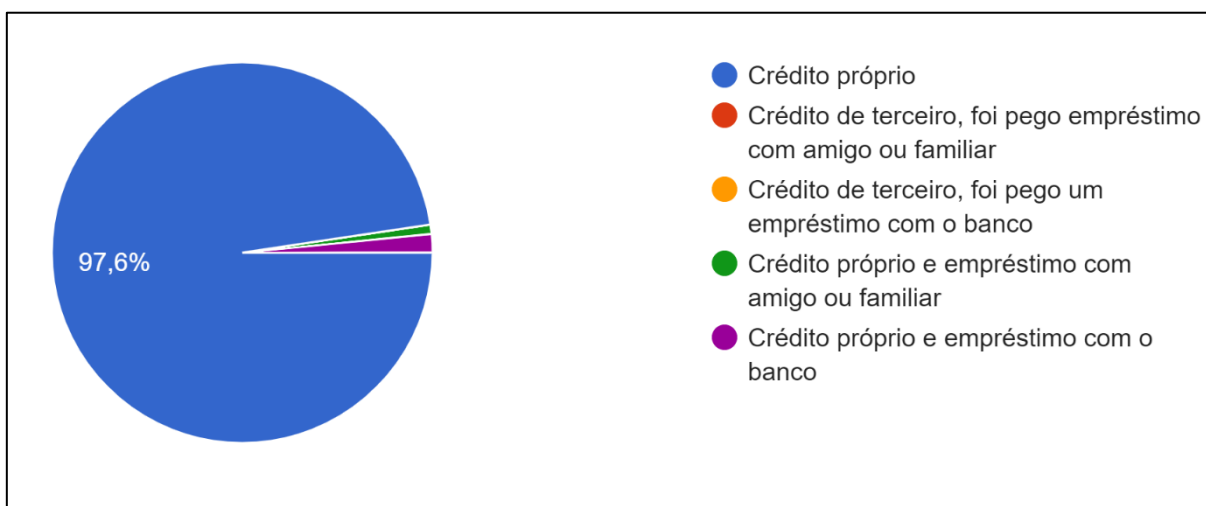
Gráfico 14- O proprietário utilizou alguma das práticas administrativas abaixo antes de iniciar o negócio



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima quarta questão foi investigada o tipo de crédito utilizado para iniciar o negócio e 97,6% afirmaram que iniciaram o negócio com crédito próprio.

Gráfico 15- Para iniciar o negócio foi utilizado crédito próprio ou de terceiro

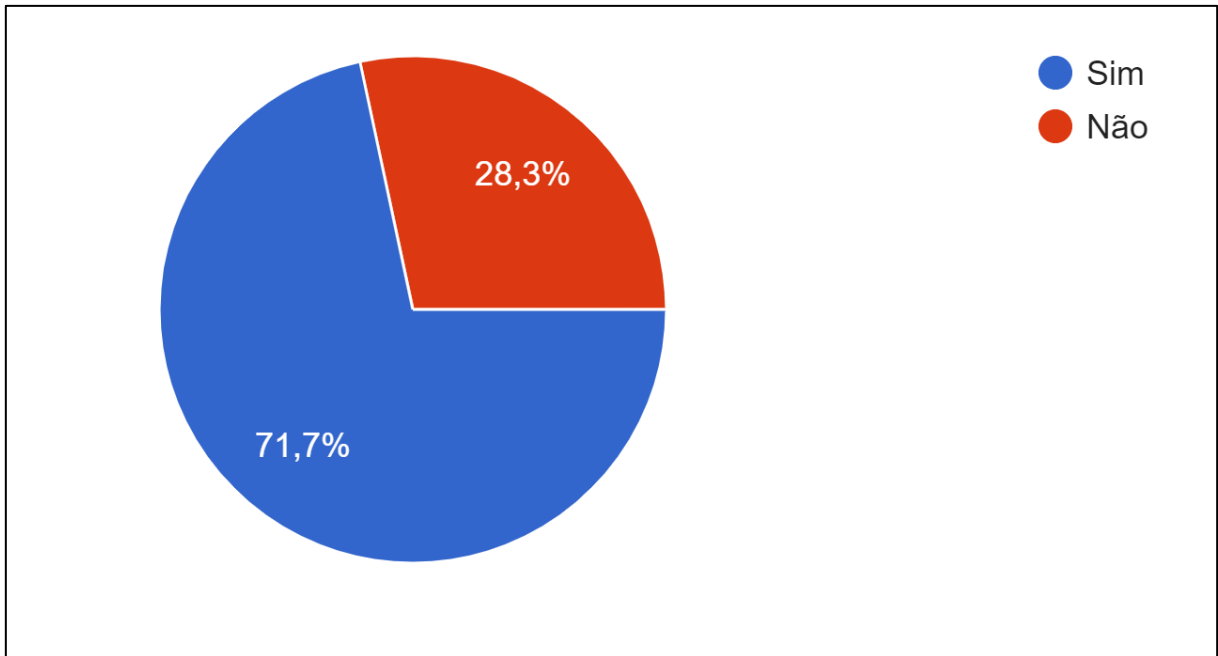


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

#### 4.2.4 Caracterização quanto a utilização do fluxo de caixa

Na décima quinta questão foi verificada se as empresas fazem o registro do fluxo de caixa, e 71,7% afirmaram que realizam o registro e 28,3% que não realizavam.

Gráfico 16- A empresa faz registro do fluxo de caixa



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima sexta questão buscou-se concluir com qual finalidade é realizado o registro do fluxo de caixa e 37,8% afirmaram que fazem o registro apenas para saber o valor que foi vendido, 29,9% não fazem o registro e 29,9% para controlar o caixa e as metas do negócio.

Gráfico 17- Com qual finalidade é feito os registros de fluxo de caixa

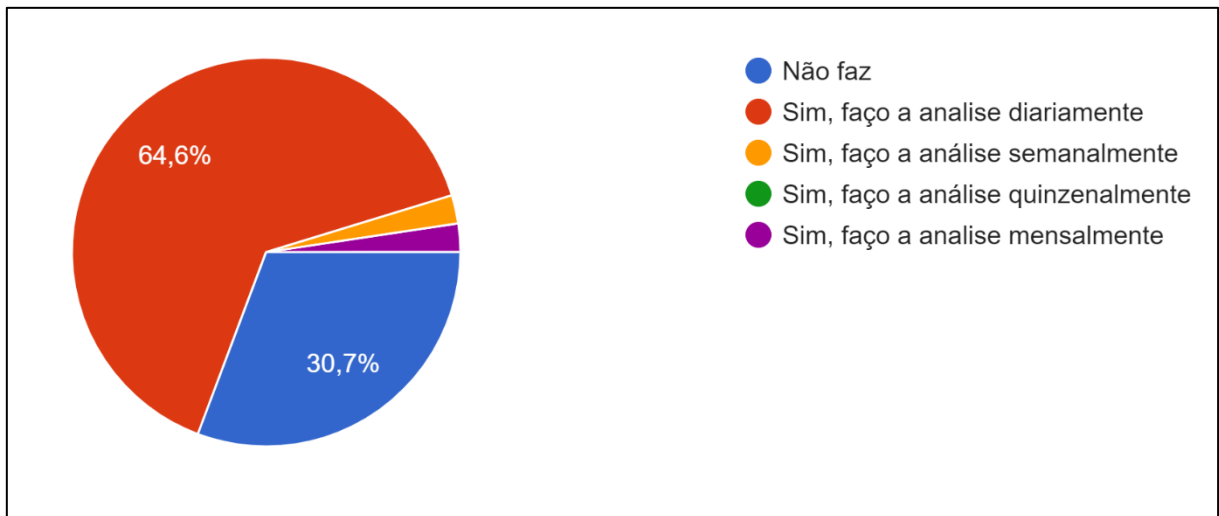


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima sétima questão buscou-se verificar se essas empresas fazem a análise dos registros de fluxo de caixa e foi verificado que 69,3% fazem a análise do

registro, a maioria deles fazem essa análise diariamente e 30,7% não realizam a análise dos registros.

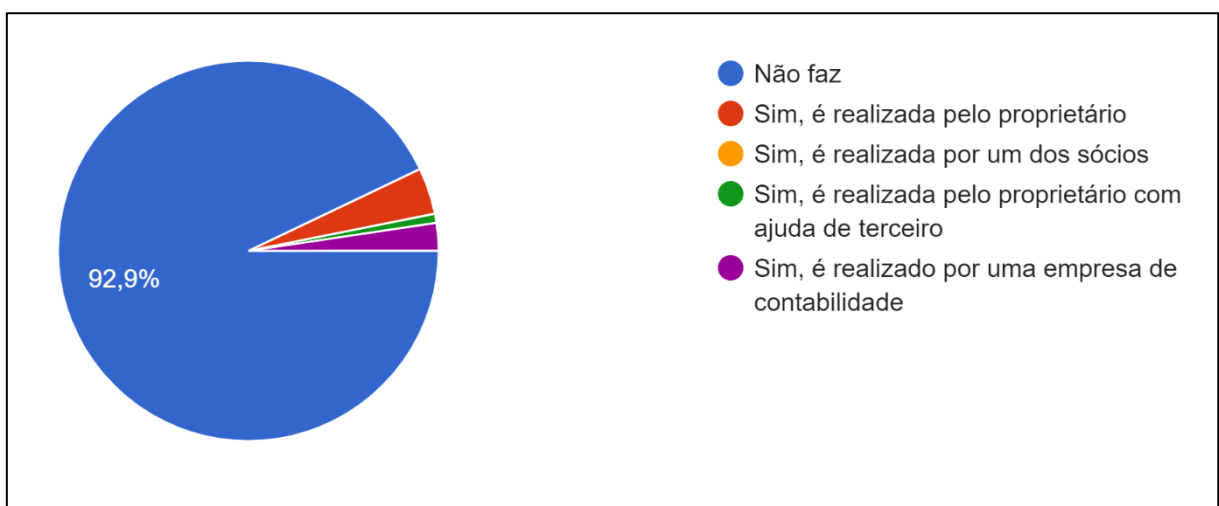
Gráfico 18- O administrador faz a análise do fluxo de caixa



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima oitava questão foi investigada se as empresas realizavam a análise da contabilidade e 92,9% afirmaram que não realizam a análise.

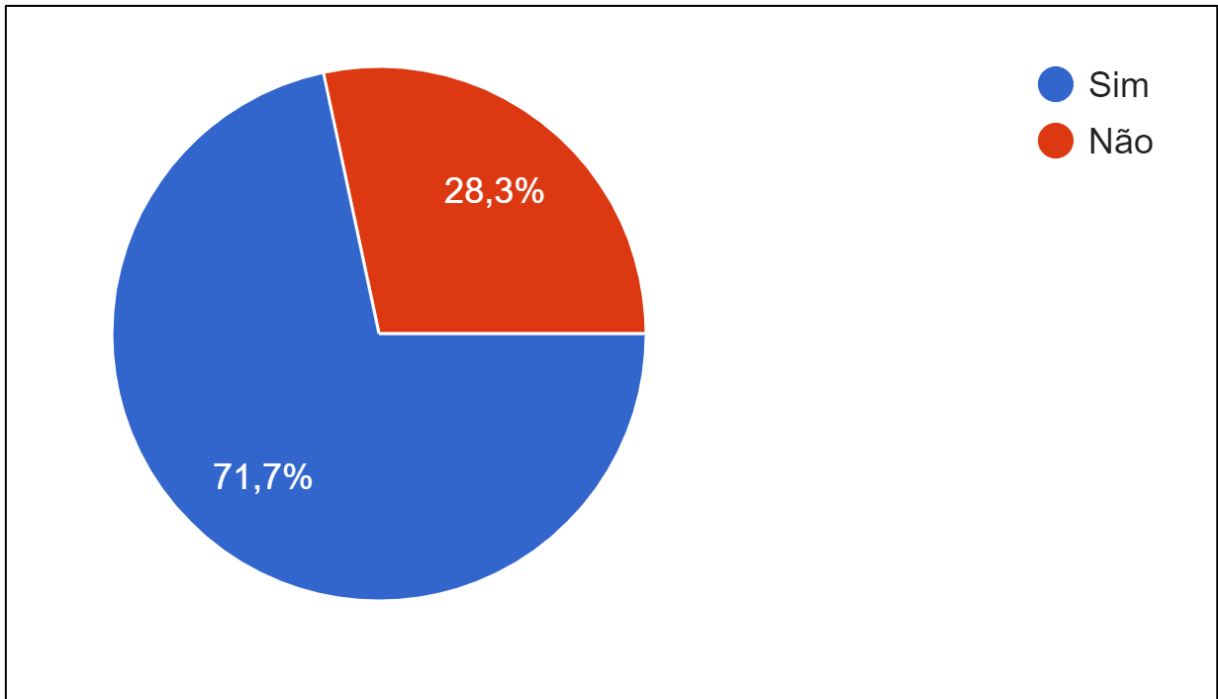
Gráfico 19- A empresa faz controle da sua contabilidade



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na décima nona questão foi questionada se sabia o que era o termo fluxo de caixa, e 71,7% afirmaram que sabia e 28,3% que não sabia.

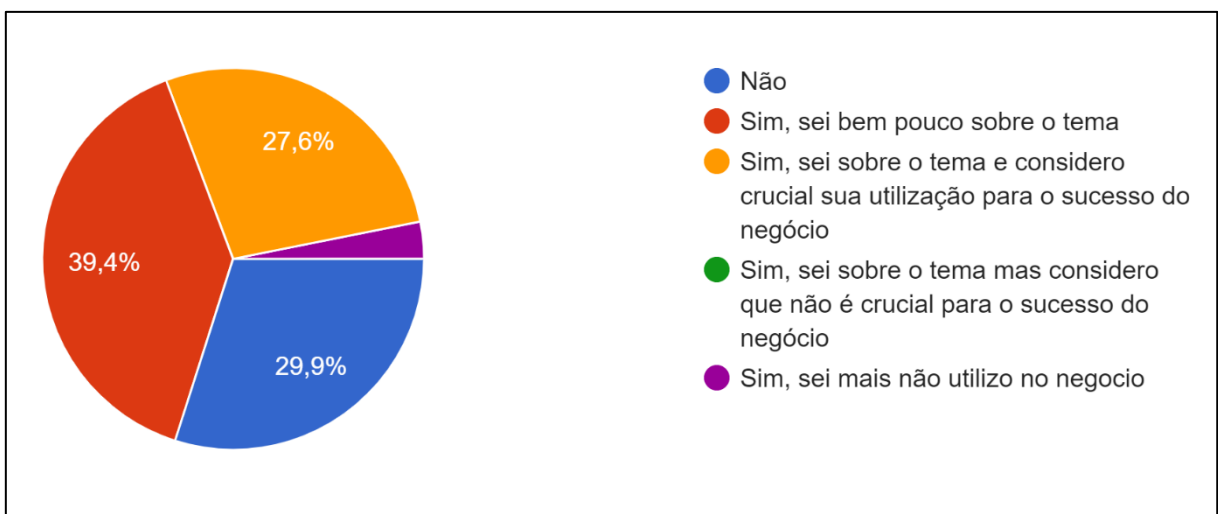
Gráfico 20- O proprietário sabe o que é fluxo de caixa



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na vigésima questão foi verificado se sabiam da importância da utilização do fluxo de caixa para o negócio, 39,4% afirmaram que sabiam pouco sobre o tema questionado, 29,9% afirmaram que não sabia da importância e 27,6% afirmaram que sabiam e que consideravam cruciais para o sucesso do negócio.

Gráfico 21- O administrador sabe a importância da utilização do fluxo de caixa para o negócio

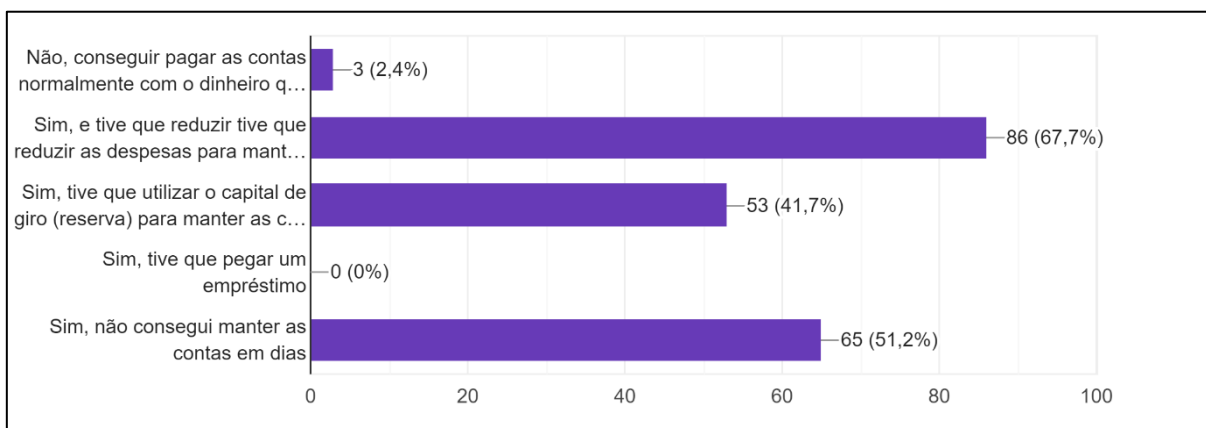


Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na vigésima primeira questão foi investigado se esses comerciantes tiveram dificuldades em manter contas em dia mediante as medidas de restrições adotadas para evitar a disseminação do vírus, 67,7% afirmaram que tiveram que reduzir as

despesas para manter as contas em dia, 51,2% afirmaram que não conseguiram manter as contas em dia e 41,7% afirmaram que tiveram que utilizar do capital reserva para manter as contas em dia.

Gráfico 22- O proprietário teve dificuldades em manter as contas em dia durante as medidas restritivas adotadas para evitar a disseminação do vírus



Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

Na vigésima segunda questão foi solicitado que os respondentes que utilizavam o fluxo de caixa leiam as afirmações e respondessem sim caso concordem com ele e não caso não concordasse.

Tabela 2- Se utiliza o fluxo de caixa responda sim caso concorde coma afirmação e não caso não concorde

Afirmações	Sim	Não
Utilizo o fluxo de caixa mais não consigo utilizá-lo para previsão nem para o planejamento financeiro do negócio	92,1%	7,9%
Com a sua utilização consigo fazer a previsão dos meses que terá falta de recurso financeiro	41,6%	58,4%
Com a sua utilização consigo controlar todas as entradas e saídas de recurso financeiro	48,3%	51,7
Com a sua utilização consigo ter o controle para não efetuar compras excessivas em meses que terá poucas entradas em caixa	49,4%	50,6%
Com a sua utilização consigo analisar todas as despesas fixas e variáveis do negócio	12,4%	87,6%
Com a análise do fluxo de caixa consigo definir as metas financeiras do negócio	9%	91%
Com a análise do fluxo de caixa consigo definir ações necessárias para meses de baixas vendas, como por	75,3%	24,7%

exemplo a realização de promoções		
Considero que a análise do fluxo de caixa método indispensável para análise de resultado de um negócio	95,5%	4,5%
A empresa faz empréstimo para aumentar seu estoque em meses de grande fluxo de vendas	60,7%	39,3%
A empresa possui uma reserva de emergência	48,3%	51,7%
E misturado o dinheiro da empresa com o dinheiro pessoal	58%	42%

Fonte: Elaborada pelo autor (2021)

Na vigésima terceira questão foi solicitada que os respondentes que não utilizavam o fluxo de caixa leiam as afirmações e respondessem sim caso concordem com ele e não caso não concordasse.

Tabela 3- Se não utiliza o fluxo de caixa responda sim caso concorde com a afirmação e não caso não concorde

Afirmações	Sim	Não
Como não é realizado o fluxo de caixa a empresa tem dificuldades para prever os meses que terá poucas vendas	100%	0%
Realizo promoções quando não tem dinheiro suficiente para pagar as despesas	97,4%	2,6%
A empresa possui uma reserva de emergência	89,7%	10,3%
E misturado o dinheiro da empresa com o dinheiro pessoal	81,9%	18,1%

Fonte: Elaborada pelo autor (2021)

## CONCLUSÕES

A presente monografia foi desenvolvida no intuito de verificar se a utilização da ferramenta fluxo de caixa pode contribuir para a gestão de uma microempresa entre os comerciantes localizados no Shopping Cidade das Compras na cidade de Feira de Santana.

Visto que as microempresas são de grande importância para o cenário econômico do país diante do seu crescimento nos últimos anos e pela sua fragilidade em relação aos outros tipos de empresas. Observado que cada vez mais esses pequenos negócios sentem a necessidade de aperfeiçoar suas ferramentas de gestão, a fim de estarem sempre presentes no mercado competitivo. Nos dias atuais, quanto mais estiverem preparadas na utilização de técnicas de gerenciamento mais ela se adaptara as mudanças que ocorrem diariamente, garantindo sua sobrevivência.

Ao desenvolver esse estudo no Shopping Cidade das Compras os comerciantes responderam um questionário com a finalidade de verificar a forma que eles fazem o controle de caixa, assim como o perfil de cada um, tendo em vista que o planejamento financeiro é de grande relevância para tomada de decisões, com a análise da pesquisa de campo, pode-se afirmar que apesar de a maior parte dos comerciantes do Shopping Cidade das Compras possuem um conhecimento teórico restrito a respeito do fluxo de caixa. Em ocasião da pesquisa realizada foi possível durante a aplicação dos questionários, mostrar aos lojistas a importância da ferramenta fluxo de caixa para a gestão financeira de uma microempresa.

Grande parte dos resultados obtidos por meio dos questionários aplicado com os comerciantes confirmaram com a bibliografia levantada ao decorrer do estudo, comprovando que a não utilização e a falta de conhecimento a respeito do fluxo de caixa impossibilita a empresa de ter uma boa gestão financeira bem como na dificuldade de se conseguir prever os meses que terão poucas vendas.

O objetivo geral deste trabalho foi atingido e constata-se se a importância do conhecimento e da utilização da ferramenta fluxo de caixa entre as microempresas, apontando que as microempresas que utilizam o fluxo de caixa como ferramenta de gestão apresentam resultados positivos em relação as empresas que não utilizam como: utilizá-lo como base para a tomada de decisões, previsão de meses que terá poucas vendas, definição de ações necessárias para meses que terá baixas vendas e possibilitará a empresa ter uma reserva de emergência e pelo fato de analisarmos nos resultados a falta de conhecimento pela maioria dos respondentes a respeito do tema visto que 69,9% não sabem ou sabem pouco sobre a importância da utilização do fluxo de caixa para o negócio e por outro eles consideram o fluxo de caixa um método indispensável para análise de resultado de um negócio, a importância do controle de Fluxo de Caixa para microempresas, apresentando também que diante de ambientes econômicos competitivos como o de varejo de moda feminina, faz-se necessário uma boa gestão dos resultados financeiros para facilitar a tomada de decisão.

Os objetivos específicos também foram atingidos e compreende-se que a maior parte deles não utilizam a ferramenta como um todo e sim apenas a utilizam para controlar suas vendas e uma pequena parcela deles a utilizam como uma ferramenta de gestão e planejamento financeiro; quando verificado a utilização da ferramenta pelos comerciantes pesquisados foi verificado que a maioria das microempresas do

estudo 71,7% afirmaram que conhecem e que utilizam o fluxo de caixa. E com o levantamento bibliográfico e com a análise dos dados infere-se que o Fluxo de Caixa é considerado uma das ferramentas financeiras mais importante e possibilita ao microempresário através da sua utilização, fazer um bom controle e gestão do seu negócio utilizando as informações registradas em seu fluxo para a tomada de decisão, e essas decisões irá refletir diretamente nos resultados esperados pela empresa.

Tendo em vista o resultado da pesquisa de campo, percebe-se que a maioria das empresas utilizam o fluxo de caixa como ferramenta de controle de vendas, e a consideram muito importante para o sucesso do negócio. Porém ainda é possível verificar que algumas empresas ainda não utilizam e nem conhecem o controle de fluxo de caixa, mesmo não utilizando esses comerciantes reconheceram que é uma ferramenta importante para o negócio.

Considerando o presente estudo, conclui-se que o fluxo de caixa como ferramenta realmente para contribui para análise de resultados de uma microempresa e a sua utilização como ferramenta de controle financeiro é bem relevante para o sucesso de um negócio nos tempos atuais e a sua utilização fará grande diferença nas microempresas que desejam não apenas, manter-se no mercado, mas também crescer e estar à frente com conhecimento das próprias dificuldades do mercado econômico globalizado. Portanto, com a expectativa de aprofundar cada vez mais esse estudo, sugerindo que os microempresários também tenham acesso para que seja verificar a importância e necessidade da utilização dessa ferramenta que são fundamentais para a gestão e para crescimento do negócio.

## REFERÊNCIAS

Alyrio, Rovigati Danilo. **Métodos e técnicas de pesquisa em administração**. Rio de Janeiro: Fundação. CECIERJ, 2009.

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Curso de Administração Financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. – 3. ed. – 2. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

ASSAF NETO, A.; SILVA, César A. T. **Administração do capital de giro**. São Paulo: Atlas, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Indústria têxtil e confecção brasileira**. Brasília, jun. 2021. Disponível em: [http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha\\_rtcc.pdf](http://www.abit.org.br/conteudo/links/publicacoes/cartilha_rtcc.pdf). Acesso em: 13/09/2018.

BEUREN, I.; MACOHON, E. **Institucionalização de hábitos e rotinas na contabilidade gerencial à luz da teoria da contingência**: Um estudo em indústrias de móveis em São Bento do Sul. Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa, v. 10, n. 1-2, p. 78-91, 2011.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de Dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm)>. 07 de mar. de 2021.

\_\_\_\_ **Lei nº 11.638** de 28 de dezembro de 2007. Brasília, 28 de dezembro de 2007; 186º da Independência e 119º da República.

CAMPOS FILHO; Ademar. **Demonstração dos fluxos de caixa**: uma ferramenta indispensável para administrar sua empresa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

CAVALCANTE, José B. **Administrativo do fluxo de caixa: para pequenas e médias empresas**. Salvador: EBGA, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração**, 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHING, Hong. Y; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. **Contabilidade & Finanças**. São Paulo. Prentice Hall, 2003.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

FREZATTI, FÁBIO. **Gestão do fluxo de caixa diário**: como dispor de um instrumento fundamental para gerenciamento do negócio. Atlas ,1997.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_ **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12.ed. São Paulo: Pearson, 2010.

\_\_\_\_ **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Habra, 1997.

GUERRA, Yolanda. O projeto profissional crítico: estratégias de enfrentamento das condições contemporâneas da prática profissional. In: **Serviço Social e Sociedade**. Nº 91, Cortez editora. 2007.

GUERREIRO, Reinaldo; MOLINARI, Sarah Kuwano Rodrigues. **Teoria da contingência e contabilidade gerencial**: um estudo de caso sobre o processo de mudança na controladoria do Banco do Brasil. São Paulo: EAC/FEA/USP, 2004

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração Financeira**. [Tradução Célio Knipel Moreira; revisão técnica João Carlos Douat; colaboração especial Arthur Ridolfo]. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

KASSAI, José Roberto et al. **Retorno de Investimento: abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**: Atualizada Conforme os Pronunciamentos do CPC (Comitê de Pronunciamentos Contábeis) e as Normas Brasileiras de Contabilidade NBC TG 1000 e ITG 1000. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2015.

\_\_\_\_ **Contabilidade Rural**: Contabilidade Agrícola, Contabilidade Pecuária; 13 ed. São Paulo Atlas, 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social**: Teoria, Método e Criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil**: gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2000.

RODRIGUES, F. J. M.; VENTURA, Jarbas F.; SANTOS, William R. **A importância do fluxo de caixa como ferramenta gerencial para as micro e pequenas empresas: uma análise em empresas de Angra dos Reis.** Disponível em: Acesso em: 02/09/2021 Rio de Janeiro. **Ofício-circular/CVM/SEP/N°001/2007.** 20 de março de 2007.

ROSS, S.A.; WESTERFIELD, W. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance.** São Paulo: Atlas, 2002.

SÁ, Carlos Alexandre. **Fluxo de caixa: a visão da tesouraria e da controladoria.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Introdução a uma ciência pós-moderna.** 4. Ed. Graal, 2003.

SEBRAE, **A importância do fluxo de caixa para a sobrevivência do seu negócio,** 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/a-importancia-do-fluxo-de-caixa-para-a-sobrevivencia-do-seu-negocio,818cfac4377af510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso 09 de setembro de 2021

\_\_\_\_\_. **Perfil das microempresas e empresas de pequeno porte,** 2018. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ro/artigos/perfil-das-microempresas-e-empresas-de-pequeno-porte2018,a2fb479851b33610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 03 de março de 2021.

\_\_\_\_\_. **Impactos da covid-19 nos pequenos negócios,** 2020. disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impactos-da-covid-19-nos-pequenos-negocios,996cae5378651710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 07 de abril de 2021

\_\_\_\_\_. **Sobrevivência das Empresas no Brasil,** 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-dasempresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>> Acesso em: 03 de março de 2021.

SOARES, Adenilson Honório. **Administração de caixas nas micro, pequenas e médias empresas: uma contribuição ao setor varejista do Brasil.** São Paulo: Atlas, 1998.

ZDANOWICZ, José. E. **Fluxo de caixa.** 7. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

\_\_\_\_\_. **Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiro.** 7. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1998.

## **APÊNDICES**

### APÊNDICE 1 – Questionário para realização com a administração do shopping

1. Quantos box e quantas lojas tem no Shopping Popular?
2. Desse total quantos estão em funcionamento?
3. Quantos box e lojas tem por segmentação de atuação?
4. Qual a empresa responsável pela administração?
5. A quanto tempo o grupo atua no mercado?

### APENDICE 2- Questionário para aplicação com os lojistas

#### **Caracterização do perfil**

1. Sexo?  
Feminino  
Masculino
2. Qual idade?  
De 18 até 24 anos  
De 25 até 34 anos  
De 35 até 44 anos  
De 35 a 59 anos  
Mais de 59 anos
3. Quantos anos atua na empresa?  
Menos de 1 ano  
Mais de 1 ano  
Mais de 2 anos  
Mais de 5 anos  
Mais de 10 anos
4. Qual cargo ou função ocupa na empresa?

Proprietário  
Sócio  
Administrador  
Gerente  
Outro \_\_\_\_\_

5. Qual formação escolar?

Nível médio incompleto  
Nível médio completo  
Nível superior incompleto  
Nível superior completo  
Outro \_\_\_\_\_

### **Caracterização da empresa**

1. Qual a natureza jurídica da empresa?

O negócio não é formalizado  
Microempresa individual (MEI)  
Microempresa (ME)  
Empresa de pequeno porte (EPP)  
Média empresa

2. Quanto tempo o negócio tem no mercado?

Menos de 1 ano  
Mais de 1 ano  
Mais de 2 anos  
Mais de 5 anos  
Mais de 10 anos

3. Trabalha sozinho ou possui ajuda?

Trabalho sozinho  
Trabalho junto com um sócio  
Trabalho com ajuda de familiar  
Trabalho com ajuda de apenas um funcionário  
Trabalho com ajuda de mais de um funcionário

4. A empresa faz comparação em relação ao que foi planejado e o que foi executado?

Sim  
Não

5. A empresa tem meta de vendas?

Sim  
Não

6. O proprietário (sócios) têm salário definido?

Sim, é retirado um percentual de acordo com o faturamento mensal

Sim, é retirado um valor fixo mensal

Não, é retirado o valor total que sobra após pagar as despesas

Não, é retirado um valor indiscriminadamente quando preciso

Não, retiro um valor variável a depender dos meus gastos pessoais mensais

### **Caracterização quanto a administração do negócio**

1. Qual o meio/ meios buscados para estar aprendendo a administrar o negócio?  
**(marque todas que se aplicam)**

Coisas aprendidas na prática como o dia a dia do negócio

Redes sociais como Instagram, youtube, facebook, entre outras

Graduação, especialização, pós-graduação, entre outras

Cursos, palestras, workshop, e book ou mentoria

Consultoria empresarial

2. O proprietário utilizou alguma das práticas administrativas abaixo antes de iniciar o negócio? **(marque todas que se aplicam)**

Foi elaborado um plano de negócio

Foi definido o público que a empresa iria trabalhar

Foi realizada uma análise do mercado antes de iniciar o negócio

Não foi realizada nenhuma prática administrativa

Foram realizadas outras práticas administrativas

3. Para iniciar o negócio foi utilizado crédito próprio ou de terceiros?

Crédito próprio

Crédito de terceiro, foi pego empréstimo com amigos ou familiar

Crédito de terceiro, foi pego um empréstimo com o banco

Crédito próprio e empréstimo com amigos ou familiar

Crédito próprio e empréstimo com o banco

## Caracterização quanto a utilização do fluxo de caixa

1. A empresa faz registro do fluxo de caixa (ou seja, registro de todas as entradas e saídas de caixa)?

Sim

Não

2. Com qual finalidade é feito os registros de fluxo de caixa?

Apenas para saber os valores das receitas e das despesas

Para utilizar esses registros como forma para controlar o caixa e as metas de vendas

Apenas para saber o valor que foi vendido

Como forma para saber as receitas, despesas e para realizar planejamento financeiro

Não é realizado o registro

3. O administrador faz a análise do fluxo de caixa (ou seja, registros de entrada e saídas)?

Não faz

Sim, faço a análise diariamente

Sim, faço a análise semanalmente

Sim, faço a análise quinzenalmente

Sim, faço a análise mensalmente

4. A empresa faz controle da sua contabilidade?

Não faz

Sim, é realizada pelo proprietário

Sim, é realizada por um dos sócios

Sim, é realizada pelo proprietário com ajuda de terceiro

Sim, é realizado por uma empresa de contabilidade

5. O administrador sabe o que é fluxo de caixa?

Sim

Não

6. O administrador sabe a importância da utilização do fluxo de caixa para o negócio?

Não

- Sim, sei bem pouco sobre o tema
- Sim, sei sobre o tema e considero crucial sua utilização para o sucesso do negócio
- Sim, sei sobre o tema, mas considero que não é crucial para o sucesso do negócio
- Sim, sei mais não utilizo no negócio

7. O proprietário teve dificuldades em manter as contas em dia durante as medidas restritivas adotadas para evitar a disseminação do vírus?

- Não, conseguir pagar as contas normalmente com o dinheiro que entrava
- Sim, e tive que reduzir tive que reduzir as despesas para manter as contas em dias
- Sim, tive que utilizar o capital de giro (reserva) para manter as contas em dias
- Sim, tive que pegar um empréstimo
- Sim, não consegui manter as contas em dias

8. Caso utilize o fluxo de caixa responda as afirmativas abaixo.

**Responda sim caso concorde com a afirmação e não caso não concorde com a afirmação.**

Utilizo o fluxo de caixa mais não consigo utilizá-lo para previsão nem para o planejamento financeiro do negócio	Sim	Não
Com a sua utilização consigo fazer a previsão dos meses que terá falta de recurso financeiro	Sim	Não
Com a sua utilização consigo controlar todas as entradas e saídas de recurso financeiro	Sim	Não
Com a sua utilização consigo ter o controle para não efetuar compras excessivas em meses que terá poucas entradas em caixa	Sim	Não
Com a sua utilização consigo analisar todas as despesas fixas e variáveis do negócio	Sim	Não
Com a análise do fluxo de caixa consigo definir as metas financeiras do negócio	Sim	Não
Com a análise do fluxo de caixa consigo definir ações necessárias para meses de baixas vendas, como por exemplo a realização de promoções	Sim	Não
Considero que a análise do fluxo de caixa método indispensável para análise de resultado de um negócio	Sim	Não

A empresa faz empréstimo para aumentar seu estoque em meses de grande fluxo de vendas	Sim	Não
A empresa possui uma reserva de emergência	Sim	Não
E misturado o dinheiro da empresa com o dinheiro pessoal	Sim	Não

9. Caso não utilize o fluxo de caixa responda as afirmativas abaixo.

**Responda sim caso concorde com a afirmação e não caso não concorde com a afirmação.**

Como não é realizado o fluxo de caixa a empresa tem dificuldades para prever os meses que terá poucas vendas	Sim	Não
Realizo promoções quando não tem dinheiro suficiente para pagar as despesas	Sim	Não
A empresa possui uma reserva de emergência	Sim	Não
E misturado o dinheiro da empresa com o dinheiro pessoal	Sim	Não