

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS  
Curso de Graduação em Ciências Contábeis

**EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE CRISE**

Belo Horizonte  
2016

Henrique Alencar de Oliveira  
Izabela Alides de Souza Silva  
Mariana Rodrigues Oliveira  
Marina Marques de Souza Braga  
Willian Rezende Peres

## **EMPREENDEDORISMO EM TEMPOS DE CRISE**

Trabalho apresentado às disciplinas de Análise de Custos, Auditoria, Contabilidade Governamental, Ética Profissional, Sistemas Contábeis II, Planejamento e Gestão Estratégica, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

Orientadores: Alex Magno Diamante, Amaro da Silva Junior, Amilson Carlos Zanetti, Jose Ronaldo da Silva, Rodrigo Marques de Moraes, Silvana Maria Figueiredo Santos.

Belo Horizonte  
2016

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	4
<b>2 ÍNDICE DE MORTALIDADE E A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS</b> .....	5
<b>3 EMPREENDEDORISMO</b> .....	6
<b>3.1 Oportunidade</b> .....	6
<b>3.2 Planejamento</b> .....	7
<b>3.3 Capital Inicial</b> .....	7
<b>3.4 Networking</b> .....	8
<b>3.5 Estratégias</b> .....	8
<b>3 GESTÃO DE CUSTOS</b> .....	9
<b>3.1 Custeio Variável</b> .....	9
<b>3.2 Custeio por absorção</b> .....	10
<b>3.3 Custeio ABC</b> .....	10
<b>4 ENTENDENDO OS ERROS E FRAUDES EMPRESARIAIS</b> .....	10
<b>4.1 O Contexto Empresarial</b> .....	11
<b>4.2 Erros e fraudes no Brasil</b> .....	11
<b>4.3 O auditor diante os erros e fraudes</b> .....	12
<b>4.4 Auditoria x Fraudes e erros</b> .....	12
<b>5 MARKETING</b> .....	13
<b>5.1 A importância do marketing para sua empresa</b> .....	13
<b>5.2 Investindo no marketing</b> .....	13
<b>6 CONCLUSÃO</b> .....	14
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	15

## **1INTRODUÇÃO**

Este trabalho faz parte do projeto de extensão dos alunos do 6º período do curso de Ciências Contábeis da Pontifícia Universidade Católica, criado com o intuito de orientar e ajudar os novos empreendedores a lidar com as dificuldades que levam as novas empresas a um grande índice de mortalidade.

Devido ao espírito empreendedor brasileiro é possível observar constantemente o surgimento de micro e pequenas empresas, mas abrir um novo negócio não é uma tarefa tão fácil assim e por inúmeros motivos as empresas acabam fechando as portas antes dos cinco primeiros anos de vida e isto é preocupante.

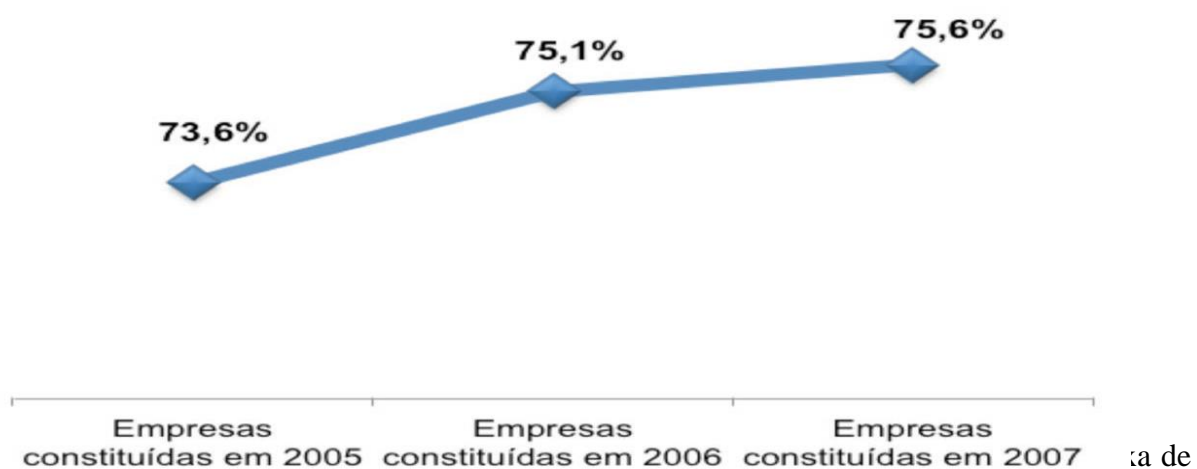
O aumento do índice de fechamento das micro e pequenas empresas nos últimos anos é alarmante e será tratado por nós, com dicas e informações úteis.

## 2 ÍNDICE DE MORTALIDADE E A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

É da natureza do brasileiro é presumível perceber que frequentemente novas micro e pequenas empresas vão surgindo, mas essas micro e pequenas empresas não sobrevivem os primeiros cinco anos de funcionamento. As causas dessas empresas não sobreviverem esses primeiros anos pode-se surgir de diversos fatores tais como: Inexperiência; Planejamento prévio deficiente; um gerenciamento de negócio ineficiente; a falta de capital de giro e até a carga tributária.

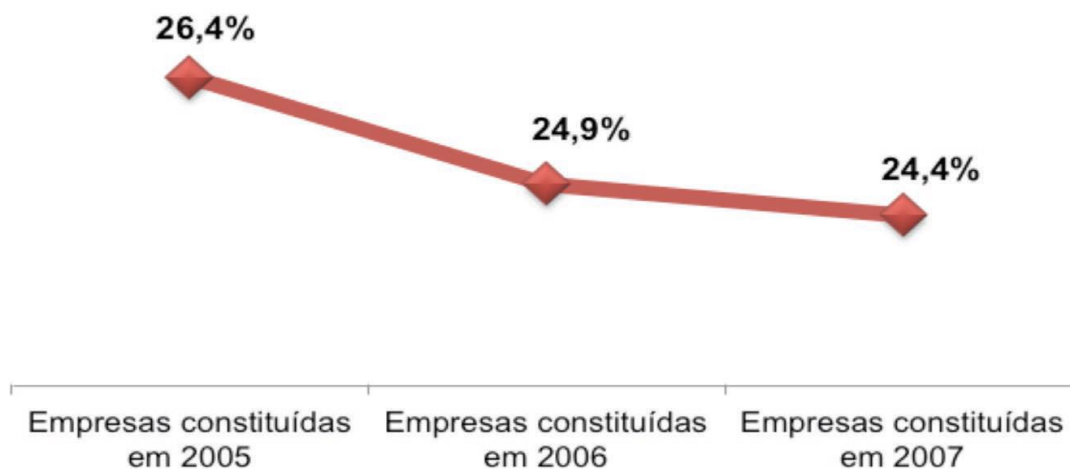
Com uma visão mais restrita a um período de 2 anos o SEBRAE realizou uma pesquisa com base nas micro e pequenas empresas que iniciaram as atividades em 2007, a sobrevivência dessas empresas tiveram uma taxa de 75,6% até os 2 primeiros anos de atividade, no âmbito nacional, e teve um crescimento sutil em comparação aos anos de 2006 e 2005, vide no gráfico nº 1:

**Gráfico 1 - Taxa de sobrevivência de empresas de 2 anos, evolução no Brasil**



Como a taxa de mortalidade caiu em 2007 em comparação aos anos de 2006 e 2005, é possível ver esse evolução no gráfico 2 abaixo:

**Gráfico 2 - Taxa de mortalidade de empresas de 2 anos, evolução no Brasil**



Fonte: Sebrae NA

Um motivo muito importante para essa mortalidade tão precoce de pequenas e micro empresas é pelo motivo que geralmente os fundadores dessas instituições tem um conhecimento técnico na área que a empresa está inserida. E normalmente esses mesmos fundadores que realizam todo o processo gerencial da empresas em que dirigem e por ter pouca experiência no papel administrativo, no lado voltado para pessoal, produção, compras, capital de giro entre outros, acaba levando a empresa a um insucesso precoce. Em alguns casos esses empresários não julgam a ajuda de especialista por ser uma pequena empresa não acabar tendo um gasto que para ele não é necessário.

E isso acaba tornando os relatórios financeiros e contábeis elaborados pelo Contador apenas obrigações legais, ao invés de disponibilizar informações para o empreendedor ter uma tomada de decisão mais clara e assertiva para o sucesso de sua organização.

### **3 EMPREENDEDORISMO**

Existem diversas oportunidades de empreendedorismo no país, porém a maioria dos empreendedores começa sem experiência o que leva ao alto índice de insucessos das novas empresas. O segredo está em seguir alguns passos que podem levar ao tão sonhado sucesso.

#### **3.1 Oportunidade**

Avalie a oportunidade do seu negócio. Identifique qual ramo seguir e se isso é realmente um bom negócio. Pesquise o ramo de atuação, é importante estar por dentro do

mercado no qual irá atuar. Ter o capital em mãos não é o essencial, deve-se acreditar no seu negócio. Segundo Marcos Hashimoto, coordenador do Centro de Empreendedorismo do Insper, "Acima de tudo, é importante ter perseverança, determinação e não se deixar levar pelas circunstâncias agressivas, que muitas vezes ameaçam a construção de um negócio. É fundamental levantar-se rapidamente das quedas".

### 3.2 Planejamento

É importante ter um plano de negócio, onde você parte de onde está visando aonde quer chegar e por fim, onde começar. O plano permite que você crie planos, assuma os riscos e conquiste os objetivos e para isso é preciso traçar o caminho a percorrer. Você define sua área de trabalho, seu produto e seu público alvo. A partir daí trabalha na sede do seu negócio, (observando bem o local estratégico) seus funcionários e perfis, o tamanho e estilo da empresa, o preço a ser cobrado, ou seja, a necessidade do faturamento inicial e futuro, resultado esperado e por fim, definir o investimento necessário.

### 3.3 Capital Inicial

Pode levar um bom tempo para seu negócio se tornar rentável. Então é importante ter ciência de suas despesas e custos para não ser pego de surpresa. É necessário colocar na ponta do lápis seu investimento, seus custos e despesas, incluindo todos os gastos desde que nasceu a ideia de começar seu negócio como o imóvel, equipamentos, contratações de serviços e de empregados, legalização da empresa etc.

Investimento inicial – Antes da inauguração (os valores são simbólicos)				
Detalhamento	Desembolso no 1º mês	Desembolso no 2º mês	Desembolso no 3º mês	Subtotal
Investimento em instalações	1.500,00	1.000,00	2.000,00	4.500,00
Investimento em equipamentos	2.500,00	2.000,00	2.000,00	6.500,00
Investimento em veículos	-	-	-	-
Serviços de terceiros	3.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Mat. de consumo e utensílios			1.000,00	1.000,00
Gastos com a abertura da empresa e inauguração			2.000,00	2.000,00
Reserva para gastos não previstos	5.000,00			5.000,00
Estoque inicial			2.000,00	2.000,00
Subtotal	12.000,00	4.000,00	10.000,00	26.000,00
Reserva para capital giro			5.000,00	5.000,00
Total	12.000,00	4.000,00	15.000,00	31.000,00

Tabela 1 (<http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/>)

O exemplo acima representa uma forma de organizar seus gastos com o investimento inicial. Quanto mais detalhado, mais real é o seu controle e planejamento diminuindo as chances de falhas e erros nesta fase do seu negócio. Afinal é aqui que, se ocorrer erro, começa o insucesso de muitas empresas.

### **3.4 Networking**

Se a ideia do seu empreendimento for realmente boa, você convencerá fornecedores e clientes a apostarem junto com você. Por isso é importante entender ao máximo sobre seu negócio e mercado, para mostra-los o futuro que você vê neste negócio. Uma parceria com fornecedores, por exemplo, pode te dar exclusividade em um serviço ou produto, te colocando com um diferencial no mercado muito atraente.

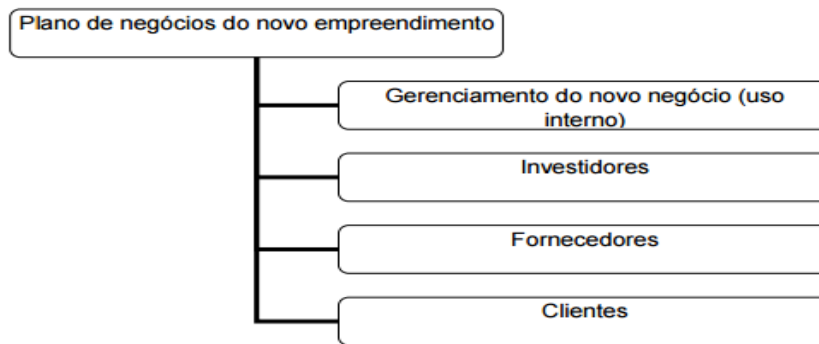
É importante ter bons contatos para que ajudem na divulgação de sua empresa para ajudar a criar a reputação positiva de seu negócio.

### **3.5 Estratégias**

É extremamente importante iniciar seu negócio com estratégias de vendas e serviços. Atualmente, o recurso mais usados são os meios digitais, é o caminho mais rápido para a divulgação do seu negócio. Vencer o mercado logo de primeira é muito difícil, mas não impede que você já entre no mercado com um plano de superá-los. O plano de negócios também é importante pois é de planejamento que é elaborado de acordo com as necessidades do empreendimento.

A arte de administrar é a arte de criar estratégias e gerenciá-las, buscando os recursos necessários para e atender o mercado e superar a concorrência.





Fonte: Longenecker; Moore; Petty, 2004, p.163.

Figura 2: Usuários de um plano de negócios

A arte de administrar é a arte de criar estratégias e gerenciá-las, buscando os recursos necessários para e atender o mercado e superar a concorrência

### 3 GESTÃO DE CUSTOS

#### 3.1 Custeio Variável

O método de custeio variável permite observar quais são os custos variáveis dos produtos e o volume de unidades necessárias para cobrir a estrutura de custos fixos das empresas, além de gerar resultados aos acionistas.

**Vantagens:** permite identificar os produtos mais rentáveis e, assim, dirigir os esforços de fabricação e de venda para a melhoria da rentabilidade; permite avaliar os limites dentre os quais se podem definir políticas de preços e de descontos sem prejuízo da rentabilidade; e, permite ainda definir volumes mínimos de produção e de preços sem danos para a empresa (análise Custo x Volume x Lucro - CVL).

**Desvantagens:** este sistema não atende aos princípios contábeis geralmente aceitos e não aceitos pelas autoridades fiscais, o que torna a sua utilização limitada nas decisões internas da empresa.

Toda empresa precisa, não só, obter informações gerenciais necessárias para os aspectos decisórios, mas, também, mensurar seus estoques e resultados, conforme os Profissionais de Contabilidade e a legislação fiscal. Para atender a esses dois objetivos, a empresa tende a adotar métodos de custeio antagonísticos, cada um para atender diferentes finalidades.

Na verdade, observa-se que, apesar de os métodos serem antagônicos, não são mutuamente excludentes, podendo a empresa utilizar os dois métodos de forma complementar para a satisfação completa dos objetivos.

### **3.2 Custeio por absorção**

Método de Custeio por Absorção vem da aplicação dos princípios de contabilidade geralmente aceitos, que se constitui de a totalidade dos custos de produção aos bens elaborados, somente os de produção, onde todos os gastos utilizados neste processo de fabricação são distribuídos para todos os produtos (Martins, 1998, p. 41 e 42).

**Vantagens:** atende aos princípios da Contabilidade e considera todos os custos apropriados na obtenção dos estoques, bens e serviços. Valoriza o estoque.

**Desvantagens:** Apresenta poucas informações para fins gerenciais e existe a necessidade rateio dos custos indiretos e é alocado

### **3.3 Custeio ABC**

Segundo Oliveira & Perez Jr. (2000, p.169) o método ABC, permite identificar as atividades e os processos existentes nos setores produtivos de uma organização industrial ou prestadora de serviço, atribuindo os custos aos produtos através da utilização dos direcionadores ou geradores de custos destas atividades

**Vantagens** – informações gerenciais e fidedignas pois há uma redução do rateio; atende aos Princípios Fundamentais de Contabilidade e obriga a empresa a implementar controles internos; pode ser empregado em diversos tipos de empresas (industriais, comerciais, de serviços, com ou sem fins lucrativos); ajuda na eliminação ou redução das atividades que não agregam valor ao produto.

**Desvantagens** - gastos elevados para implantação; alto nível de controles internos a serem implantados e avaliados; revisão deve ser constante.

## **4 ENTENDENDO OS ERROS E FRAUDES EMPRESARIAIS**

Várias organizações empresariais espalhadas pelo mundo encontram-se em casos de erros ou fraudes detectados nas suas demonstrações contábeis e financeiras

Caracteriza-se a fraude como: manipulação, falsificação ou alteração de registros ou documentos, de modo a modificar os registros de ativos, passivos e resultados; apropriação indébita de ativos; supressão ou omissão de transações nos registros contábeis; registro de transações sem comprovação; e aplicação de práticas contábeis indevidas.

Define-se o termo erro como: ato não-intencional na elaboração de registros e demonstrações contábeis, que resulte em incorreções deles, consistente em: erros aritméticos na escrituração contábil ou nas demonstrações contábeis; aplicação incorreta das normas contábeis; interpretação errada das variações patrimoniais.

#### **4.1 O Contexto Empresarial**

Mediante a globalização em que se encontram as organizações, existe uma concorrência mundial e, com isso, cada detalhe elaborado de forma eficaz torna determinada empresa diferenciada e em vantagem sobre as demais. Porém, quando se encontra erro ou fraude o fardo se torna cada vez mais pesado e árduo para suportar a pressão do mercado.

Ultimamente, grandes organizações empresariais tiveram expostas as suas particularidades através da mídia por problemas graves, como os erros e/ou fraudes ocorridos na contabilidade, comprometendo o relacionamento com o meio em que atua.

As atividades da empresa são realizadas tendo em vista sua continuidade ao longo do tempo, ou seja, fazendo com que ela permaneça atuando no mercado conquistando os objetivos almejados e trabalhando para o bem estar social. Para que isso aconteça, torna-se imprescindível a transparência do trabalho, de modo consciente e responsável.

#### **4.2 Erros e fraudes no Brasil**

O estudo da consultoria PwC de 2016, que contou com 211 empresas que responderam o questionário no País, aponta que as vítimas de crimes econômicos caíram de 27% em 2014 para 12% em 2016. Essa pesquisa não inclui a Petrobras, envolvida na operação Lava Jato. Este índice relatados pelas empresas brasileiras é um dos menores entre os 115 países incluídos no estudo (a média mundial foi de 36% em 2016, com queda de 1% no período), e vem caindo há cinco anos, sendo que em 2016 o recuo foi maior.

Entende-se que, a onda de escândalos econômicos, a melhoria dos sistemas/ programas/políticas de “compliance” das organizações, podem estar relacionados à diminuição da eficácia em sua detecção.

Os crimes mais comuns no Brasil são: Roubo de ativos – 65%; Fraude em compras – 58%; Suborno e corrupção – 23%

Outros dados levantados indicam a necessidade de aprofundamento dos sistemas de gestão de “compliance”: O terceiro maior crime global é o crime cibernético (32%); Mais de 15% dos participantes da pesquisa no Brasil e no mundo não conhecem a existência de um programa formal de ética e “compliance”; 22% dos entrevistados no mundo jamais avaliaram os riscos de fraude; 58% das fraudes são feitas no Brasil por agentes internos.

### **4.3 O auditor diante os erros e fraudes**

Segundo a NBCT 11, o auditor não pode se responsabilizar pela prevenção de fraudes ou erros. Contudo, deve fazer seu planejamento de modo a avaliar o risco da sua ocorrência, para ter grande chance de detectar algo que implique em defeitos relevantes nas demonstrações contábeis.

O auditor deve assegurar que a contabilidade da organização encontra-se honesta e precisa, não pode se responsabilizar pela prevenção de erros ou fraudes, mas deve executar seu planejamento de modo a avaliar os fatos e riscos que podem ser encontrados nas demonstrações contábeis.

O auditor é obrigado a comunicar o erro ou fraude ocorrida à administração da empresa e sugerir medidas corretivas, e informar os possíveis efeitos no seu parecer, caso elas não sejam adotadas.

Detectar as fraudes não é simples, tendo em vista que as pessoas que organizam fraudes normalmente são pessoas inteligentes e que se preservam de quaisquer suspeitas. Contudo, detectar o erro torna-se mais simples.

### **4.4 Auditoria x Fraudes e erros**

Portanto, viu-se que os casos de erros e fraudes são corriqueiros no Brasil e no mundo. Contudo, cabe aos dirigentes das empresas se prevenirem de quaisquer danos aos seus patrimônios, e, uma das formas de prevenção, é utilizar a auditoria como forma de autenticar a veracidade e confiabilidade das informações contábeis das empresas.

## **5 MARKETING**

Uma empresa que queira dar continuidade às suas atividades no mercado, deve-se ater para o marketing, de modo a conquistar a satisfação dos seus clientes e, em consequência, os resultados financeiros, não podendo menosprezar o valor que o marketing pode gerar à ela.

A competitividade no mercado brasileiro vem aumentando cada vez mais. Diante disso, é necessário perceber como participar deste cenário e sair à frente da concorrência. E é aí que o marketing entra.

Utilizar o marketing é buscar entendimento acerca de quais as necessidades dos seus clientes e disponibilizar o melhor produto ou serviço, de modo a identificar e antecipar as necessidades dos fregueses para satisfazer essas necessidades de forma lucrativa para ambos os lados (consumidor e vendedor).

### **5.1 A importância do marketing para sua empresa**

Aprimorar o relacionamento, avaliar o comportamento, analisar a concorrência, monitorar marca, estudar as tendências, executar o planejamento de ações, são algumas coisas que o Marketing contribui para a empresa.

Contudo, muitos empresários enxergam a utilização do marketing de forma simplista e creem que usufruí-lo se limita a apenas elaborar e distribuir *flyers*, fazer comercial, um site e e-mails. Porém, a exploração do marketing não é, obviamente, a garantia do sucesso da empresa, mas visa facilitar e desenvolver o negócio, diminuindo as chances de erros.

O marketing serve para entender o cliente como um pressuposto para atendê-lo bem. A aplicação do marketing se estende desde as microempresas até uma multinacional, sem restrições.

### **5.2 Investindo no marketing**

Agora que você já tomou conhecimento da importância ao aderir o marketing, reconhece que, junto aos demais profissionais de diferentes áreas (contadores, administradores, etc.), pode contar com o auxílio de profissionais do Marketing para alavancar seus negócios. Explorar o Marketing é sair à frente dos concorrentes.

## 6 CONCLUSÃO

Este projeto foi feito com o objetivo de informar e ajudar na capacitação de novos empreendedores. São várias as oportunidades de se abrir um negócio atualmente, porém o índice de fechamento das novas empresas até os cinco anos é assustador, afinal as informações e capacitação são fundamentais para o sucesso do negócio.

No projeto foi abordado vários assuntos em torno de empreendimentos. Começamos com os motivos que ensejam a mortalidade nas empresas e a importância da contabilidade e auditoria nesse processo. Um dos segredos está em seguir alguns passos, apresentados neste projeto, que podem levar ao tão sonhado sucesso. É pelo fato de existir a competição no mercado, que o Marketing é tão importante para as empresas. Melhorar o relacionamento, analisar comportamento, estudar concorrentes, monitorar marca, otimizar conversão, pesquisar tendências, planejar ações, são algumas das coisas que o Marketing pode fazer pela empresa.

Tratamos também do Simples Nacional que além da unificação dos tributos, também destaca-se como fator de desempate para empresas que concorrem a licitações do governo e facilita o cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias por parte do contribuinte.

Ao falar sobre o futuro e fracasso das empresas, não podemos deixar de citar o auditor. O trabalho do auditor é assegurar que a contabilidade da empresa está precisa e honesta, ele não é responsável nem pode ser responsabilizado pela prevenção de fraudes ou erros, mas deve planejar seu trabalho avaliando todos os fatos e riscos que podem conter nas demonstrações contábeis.

O objetivo deste projeto é informar e ajudar os novos e futuros empreendedores a entrar no mercado rumo ao sucesso, com todos as dicas e informações que são extremamente importantes para isso.

## REFERÊNCIAS

ANALISE CONTABILIDADE, **Apuração de Custos** Disponível em:

<<http://www.analisecontabilidade.com.br/capa.asp?inford=4805>>. Acesso em 13 de Setembro de 2016.

CAMACHO, Reinaldo. **Erros e fraudes em auditoria – um caso específico de fraudes em contas a receber.** Disponível em:

[http://www.dcc.uem.br/semana2006/anais2006/Anais\\_2006\\_arquivo\\_21.pdf](http://www.dcc.uem.br/semana2006/anais2006/Anais_2006_arquivo_21.pdf) Acesso em 18 de Outubro de 2016.

ESTADÃO. **Fraude em empresas brasileiras cai de 27% para 12% em dois anos.** Disponível em: <http://economia.ig.com.br/2016-03-03/fraude-em-empresas-brasileiras-cai-de-27-para-12-em-dois-anos.html> Acesso em 18 de Outubro de 2016.

GLOBO. **Como Começar um Negócio.** Disponível em:<<http://revistapegn.globo.com/Como-comecar/noticia/2014/09/12-dicas-de-gestao-para-empresendedores-iniciantes.html>> Acesso em 15 de Outubro de 2016.

LA ROVERE, Renata L, **Grupo de Economia da Inovação – Instituto de Economia da UFRJ.** Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. Pernambuco, 2007.

PORTAL EDUCAÇÃO, **Importância do Controle de Custos nas Empresas.** Disponível em:<<https://www.portaleducacao.com.br/contabilidade/artigos/20685/importancia-do-controle-de-custos-nas-empresas>> Acesso em 23 de Setembro de 2016.

SEBRAE. **Empreendedorismo.** Disponível

em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo?codTema=2>>. Acesso em 2 de Setembro de 2016.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no brasil: Coleção estudos e pesquisas.** Brasília, DF. 2013.

VIANA, Sady. **O poder e a importância do Marketing nas organizações.** Disponível em: <http://empreendedorx.com.br/marketing/poder-e-importancia-do-marketing> Acesso em: 19 de Outubro de 2016.