

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JOÃO HENRIQUE VIEIRA DE SOUZA

**A PARTICIPAÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL: UMA
PESQUISA DE CAMPO REALIZADA COM *STARTUPS* DE SANTA CATARINA**

CRICIÚMA - SC

2020

JOÃO HENRIQUE VIEIRA DE SOUZA

**A PARTICIPAÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL: UMA
PESQUISA DE CAMPO REALIZADA COM *STARTUPS* DE SANTA CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Especialista Everton Perin

CRICIÚMA - SC

2020

JOÃO HENRIQUE VIEIRA DE SOUZA

**A PARTICIPAÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL: UMA
PESQUISA DE CAMPO REALIZADA COM *STARTUPS* DE SANTA CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de bacharel no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade Gerencial.

Criciúma, 07 de Agosto de 2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Everton Perin - Especialista - (UNESC) - Orientador

Prof. Ademir Borges - Especialista - (UNESC)

Prof. Valcir Mantovani - Especialista - (UNESC)

Dedico esse trabalho à minha família que sempre esteve ao meu lado me ajudando e que sempre me apoiaram e acreditaram que eu seria capaz.

AGRADECIMENTOS

Agradecer primeiramente a Deus, que me deu sabedoria, saúde e forças para chegar até aqui. Agradecer ao meu pai João e minha mãe Mauriza por me apoiarem sempre em minhas decisões e escolhas. Agradecer também aos meus irmãos Éder e Eduardo.

Todo meu agradecimento se estende também aos meus amigos, que me ajudaram de alguma forma e que estiveram comigo sempre nas horas boas e ruins.

Agradecer a todo corpo docente do curso de Ciências Contábeis, que me deram todo o conhecimento e me capacitaram para chegar até aqui.

Agradecer em especial meu orientador Everton, que esteve sempre disposto a me ajudar e me auxiliou desde o começo da elaboração deste artigo.

“Uma chave importante para o sucesso é a autoconfiança. Uma chave importante para a autoconfiança é a preparação.”

Arthur Ashe



A PARTICIPAÇÃO DA CONTABILIDADE NA GESTÃO EMPRESARIAL: UMA PESQUISA DE CAMPO REALIZADA COM STARTUPS DE SANTA CATARINA

João Henrique Vieira de Souza¹

Everton Perin²

RESUMO: Na tradução literal, termo *startup* significa começar, ou, iniciar. No entanto, em uma tradução adaptada, essa expressão no Brasil é utilizada em entidades emergentes, ou seja, empresas novas que iniciaram a pouco tempo no mercado e com grande potencial de desenvolvimento. Nos anos 90 a palavra *startup* já estava tomando força pelo mundo, mas foi a partir dos anos 2000 que começou a se tornar mais popular no Brasil, graças ao crescimento e avanço da tecnologia. *Startups* são empresas inovadoras no mercado, que atuam em áreas específicas e buscam satisfazer as necessidades de seus clientes, contando com um serviço inovador e com a ajuda da tecnologia. O objetivo geral desse trabalho foi analisar, na percepção dos respondentes, qual a relevância de ter a contabilidade e o contador gerencial como uma assessoria para a tomada de decisão. Este artigo foi elaborado através de uma abordagem quantitativa e qualitativa, caracterizando-se como uma pesquisa de campo, sendo o mesmo uma pesquisa descritiva. Para coletar os dados da pesquisa foi elaborado um questionário. Aplicou-se, então, com os proprietários ou um dos sócios dessas *startups*, buscando assim, saber se a contabilidade gerencial é utilizada como uma ferramenta para ajudar na tomada de decisão e medir o conhecimento contábil dos respondentes. Conclui-se que o artigo em questão traz os principais desafios e dificuldades que um empreendedor de *startup* enfrenta em Santa Catarina, além de enfatizar a importância que os mesmos apresentam sobre ter a contabilidade gerencial para sua empresa.

PALAVRAS – CHAVE: Empreendedor. Gerencial. Tomada de Decisão.

AREA TEMÁTICA: Tema 06 - Contabilidade Gerencial.

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, o surgimento de *startups* vem crescendo gradativamente. Algumas dessas *startups* não estão preparadas para a competitividade do mercado ou nem foram bem planejadas, podendo assim, acarretar em seu fechamento. Segundo um estudo realizado pela Fundação Dom Cabral, Arruda *et al.* (2014), estima-se que, cerca de 25% das *startups* brasileiras fecham em um ano, e em média, 50% delas não passam de quatro anos. Observando estes dados em uma

¹ Acadêmico do curso de Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.

² Especialista, UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



perspectiva mais ampla, verifica-se que 75% das empresas não passam dos 13 anos.

Algumas dessas empresas acabam não apresentando um planejamento estratégico e nem levam em consideração a contabilidade gerencial, apresentando maior atenção para a área da contabilidade tributária. Padoveze (2010), afirma que o contador da empresa leva uma visão segura e confiável para os gestores da entidade, elaborando planejamentos futuros, ajudando, dessa forma, na tomada de decisão. A contabilidade gerencial surgiu então, para mostrar que o contador não é aquele que trabalha apenas para cálculos fiscais ou o simples controle de um estoque.

A questão problema deste estudo foi identificar as dificuldades e os problemas enfrentados pelos gestores para lidarem com as adversidades empresariais que são enfrentadas nas *startups*. Sendo assim, o objetivo geral desse trabalho foi analisar, na percepção dos respondentes, qual a relevância de ter a contabilidade e o contador gerencial como uma assessoria para a tomada de decisão das empresas.

Os objetivos específicos desse trabalho foram: a) trazer a importância de ter a contabilidade gerencial como ferramenta de apoio de gestão; b) identificar as principais ferramentas de gestão utilizadas pelas empresas pesquisadas; c) a importância de utilizar o contador para ajudar nas decisões a serem tomadas pelos gestores.

Desta forma, a realização deste artigo justifica-se através da importância de identificar o porquê dessas empresas estarem findando logo nos primeiros anos. Identificando e buscando sanar esses problemas enfrentados pelas mesmas, através da contabilidade gerencial. Para assim, estar tomando as melhores decisões possíveis para sua empresa, para mantê-la em constante crescimento no mercado em que atua.

Esse artigo está dividido em cinco seções. A primeira, já apresentada, demonstra uma introdução sobre o tema. No segundo momento, apresenta-se a fundamentação teórica do trabalho, em seguida contamos com os conceitos de contabilidade gerencial e de como o contador exerce sua função dentro da contabilidade gerencial, como ajuda nas decisões e como auxilia os gestores e traz a definição e conceito de *startup*. Posteriormente apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados e os mecanismos para análises dos resultados. Por fim, a conclusão do autor após realização da pesquisa e suas considerações finais trazendo uma análise geral dos dados obtidos e tratando da dificuldade para fazer esse artigo, traz toda a série de oportunidades que se abriu para um novo estudo em cima deste tema.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta uma breve introdução de como é o perfil do empreendedor e do que ele precisa para realizar um bom planejamento inicial e futuro de seu negócio. Em seguida, apresenta-se a importância da contabilidade gerencial e quais as características do contador gerencial, quais os meios que se utiliza para analisar as demonstrações da empresa e mostra o quanto fundamental é a sua participação na tomada de decisão.

2.1 O EMPREENDEDOR



O empreendedor é aquele que assume riscos e as responsabilidades que seu empreendimento trará. É aquele que tem entusiasmo e iniciativa para criar uma empresa por meio de uma boa ideia que teve. Geralmente não desiste ao se deparar com seu primeiro obstáculo nem se deixa abater tão facilmente (CHIAVENATO; SAPIRO, 2003).

Caracteriza-se como empreendedor aquele que percebe que seu principal ativo são seus clientes e busca sempre atendê-los da melhor forma possível, sempre inovando e buscando novos recursos, antecipando-se em relação a seus concorrentes diretos. O empreendedor só terá sucesso, se tiver consigo um bom plano de negócio e poder contar com profissionais qualificados para lhe ajudar. Criar um plano de negócios não é algo obrigatório, mas pode se dizer que é essencial para as empresas (DORNELAS, 2017).

Uma das principais ferramentas para um empreendedor ser bem sucedido é estabelecer e elaborar um bom plano de negócio. Não existe um modelo pré-definido de plano de negócios, mas para realizar um, os requisitos básicos consistem em: estabelecer uma análise estratégica, para assim, se observar o potencial, os riscos e as ameaças do empreendimento, posteriormente, descrever o seu negócio, analisando seu desempenho anteriormente ou até projetar o quanto almeja faturar com sua entidade no futuro (BIAGIO; BATOCCHIO, 2012).

Outro grande aspecto é saber calcular o preço de venda de seu produto. O preço do produto deve cobrir seus custos de fabricação e suas despesas operacionais e administrativas, para assim, chegar ao seu ponto de equilíbrio. Sabendo o custo do produto e seu ponto de equilíbrio, calcular a margem de lucro que deseja obter sobre aquele produto oferecido, sendo um preço justo para os clientes e vantajoso para a empresa. Uma pesquisa de mercado ajuda as entidades a saberem qual o preço justo de seu produto ou serviço (DOMINGUES *et al.*, 2017).

Torna-se indispensável realizar uma análise de mercado, avaliando seus concorrentes, as oportunidades de melhoria nesse ramo, as exigências de seus clientes e demonstrar certo conhecimento no mercado em que irá ou já está atuando. Outro fator é ter uma boa estratégia de *marketing*, buscando um diferencial, pois, *marketing* muita das vezes pode ser a alma do negócio. Por fim, ter um bom planejamento financeiro, investir no que é viável e necessário, analisar seu fluxo de caixa, ter um capital de giro, analisar seu DRE e outros demonstrativos financeiros que mostrem como está a saúde financeira da entidade (DORNELAS, 2017).

2.2 CONTABILIDADE GERENCIAL

A contabilidade gerencial, para Pereira *et al.* (2011), é a área que está ligada diretamente com os gestores da empresa. Diferentemente da contabilidade financeira que traz os números para seus usuários externos, a gerencial busca atender seus gestores da maneira mais eficaz e transparente possível, deixando-os informados do que está acontecendo no âmbito empresarial.

Seguindo essa linha de raciocínio, Atkinson *et al.* (2011, p. 36) definem a contabilidade gerencial como “o processo de identificar, mensurar, relatar e analisar as informações sobre eventos econômicos da organização. A informação contábil gerencial é uma das principais fontes para a tomada de decisão e controle nas organizações”.



Já Ludícibus (1987), descreve a contabilidade gerencial como uma forma diferenciada de analisar as técnicas contábeis utilizadas pela contabilidade financeira e pela contabilidade de custos, sendo que a contabilidade gerencial traz as informações mais acessíveis e com um nível de entendimento maior para seus gestores.

Com a contabilidade gerencial, o proprietário da empresa pode comprovar a rentabilidade de seu empreendimento, se o mesmo tem condições de se manter ativo no mercado, se as decisões tomadas estão dando o retorno esperado e se tudo corre de acordo com o que foi planejado (ATRILLI; MCLANEY, 2014).

Segundo Jiambalvo (2009), a contabilidade gerencial deve ser perfeitamente entendida pelo gerente da empresa, pois ele utilizará algumas de suas ferramentas. Dentro da contabilidade gerencial, existem três ferramentas de assessoria para os gerentes, sendo elas, o planejamento, o controle e a tomada de decisão, uma completando a outra. Para o planejamento, o contador gerencial elabora os orçamentos e passa para o gerente, no qual, o mesmo irá trabalhar com os empregados seguindo esse planejamento para alcançar as metas que a empresa almeja. O controle avalia a atuação do gerente da empresa, através de um relatório de desempenho, onde se pode comparar a evolução de seu trabalho ou se seu desempenho está dentro do que foi planejado, ou seja, se o mesmo está conseguindo dar o retorno esperado pela sua equipe.

A última ferramenta é a tomada de decisão, onde será decidido o que deve ser mudado para alcançar seus objetivos. Com essas avaliações feitas na empresa, os gestores, tomadores de decisão, irão decidir se necessitam ou não de trocar a gerencia de sua instituição, se a melhor saída seria adquirir um empréstimo bancário ou aumentar a produção, se precisam investir ou não em um novo maquinário ou sistema para a empresa, entre outros fatores. Uma tomada de decisão errada pode acarretar em um grande prejuízo financeiro para entidade ou até mesmo levá-la a seu fechamento (JIAMBALVO, 2009).

2.3 RELATÓRIOS CONTÁBEIS

Segundo Ludícibus (1998), “relatório contábil é a exposição resumida e ordenada dos principais fatos registrados pela contabilidade, em determinado período”. Registram todas as operações realizadas pela empresa, todos os seus custos, despesas e receitas geradas no exercício. Os relatórios são utilizados pela administração da empresa para auxiliar na tomada de decisão, os mesmos trazem a formação do custo da mercadoria vendida, seu ponto de equilíbrio e seu resultado econômico e financeiro da empresa.

Para Frezatti (2017), para um bom planejamento, a empresa terá que contar com a contabilidade gerencial e os relatórios informativos, para se certificar que seu empreendimento está trazendo resultados positivos e vantajosos e correspondendo com o investimento feito pelo proprietário. O contador gerencial é quem será o responsável por analisar o balanço patrimonial da empresa, o demonstrativo de resultado do exercício e a sua demonstração de fluxo de caixa.

O balanço patrimonial é constituído pelo ativo, passivo e patrimônio líquido, sendo ativo, classificado como os bens e direitos da empresa, passivo suas obrigações e o patrimônio líquido o aporte feito pelos sócios/acionistas da empresa. O balanço patrimonial corresponde a um dos mais importantes relatórios elaborados pela contabilidade, pois, através dele se mede a capacidade da empresa em pagar



suas dívidas e seus impostos, além de registrar sua entrada de caixa (MARION, 2002).

Segundo Ribeiro (2015), o balanço patrimonial deve ser analisado por um profissional que conhece bem a empresa, que conheça seus métodos contábeis utilizados, as metas traçadas por ela e se a mesma mostra-se competitiva e forte em seu âmbito de atuação. Só assim esse profissional irá realizar uma análise vertical e/ou horizontal do balanço, conseguirá apurar o resultado do exercício e elaborar as demonstrações contábeis de forma correta.

O contador é responsável pela elaboração do Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE). Para realizar a elaboração do DRE, o contador segue o princípio de competência, comparando as receitas com os custos e as despesas que aquele exercício em questão trouxe. O art. 187 da Lei nº 6.404/76, lei das sociedades por ações é quem traz toda estrutura da DRE (SANTOS *et al.*, 2015).

No DRE, contém o resultado líquido do exercício, ou seja, analisa-se as receitas menos custos e despesas para se obter o resultado líquido final. No DRE são demonstrados os custos para se gerar a receita esperada e demonstram-se as despesas operacionais e não operacionais da empresa (BRAGA, 1999).

O Demonstrativo de Fluxo de Caixa (DFC) é utilizado para verificar as estimativas de entrada e saída de caixa de uma empresa de um determinado período. É obrigatória para as sociedades anônimas e empresas de grande porte. Apesar de ser uma ferramenta usada pela contabilidade financeira, ela é de suma importância também para a contabilidade gerencial, pois, com os dados do planejamento futuro, o contador pode analisar os recursos que tem em mãos para tomar suas decisões e fazer possíveis investimentos junto ao seu gestor (SILVA, 2018).

O fluxo de caixa segue o regime de caixa e não de competência como as outras demonstrações e o balanço patrimonial. Ele auxilia os gestores a terem a real noção de como está à capacidade de sua empresa de gerar caixa para conseguir pagar suas obrigações (SANTOS *et al.*, 2015).

Logo após coletar os dados do balanço e elaborar esses relatórios, o contador levará os relatórios até os proprietários, apresentando os números da empresa, situação econômica, saúde financeira e a projeção futura de uma forma mais clara e de entendimento mais fácil. O contador responsável por desenvolver estes relatórios, sabe que os usuários dessas análises não se limitam apenas aos donos, mas sim para os demais profissionais que dependem dessas informações (RIBEIRO, 2015).

Para análises de balanço e do DRE, o contador utiliza algumas ferramentas para auxiliá-lo, sendo duas delas, a análise horizontal e a análise vertical. Com a análise horizontal, o contador consegue avaliar a evolução da empresa durante os anos, analisando contas e grupos de contas do balanço patrimonial ou do DRE e verificando sua variação se baseando no exercício anterior. Na análise vertical, o contador avalia o percentual que uma determinada conta representa sobre o total de seu grupo de conta, como por exemplo, quantos por cento do total de seu ativo representa o valor que está na conta estoque da empresa, ou para o passivo, quantos por cento do total do passivo representa a conta duplicatas a pagar. No DRE os seus itens são comparados em relação ao total de suas receitas de vendas, trazendo assim, por exemplo, quantos por cento de seu lucro líquido representa sobre o total de suas receitas de vendas (MARTINS; DINIZ; MIRANDA, 2017).



2.4 CONTADOR GERENCIAL E A TOMADA DE DECISÃO

Segundo Pereira *et al.* (2011), no âmbito empresarial, as entidades usam meios qualitativos e quantitativos para auxiliar em suas tomadas de decisões. Para o contador gerencial, além de conhecimentos contábeis alguns outros conhecimentos são necessários para esse profissional, tais como, conhecimentos em direito, economia, administração e uma língua estrangeira (geralmente o inglês).

O contador gerencial é aquele que avalia os cenários externos, faz planejamentos futuros, tem uma boa liderança e é o responsável por auxiliar na tomada de decisão. Além de usar uma linguagem clara e objetiva, para assim, facilitar que os outros setores da empresa, como a contabilidade tributária, financeira e a de custos, fiquem mais antenados sobre o funcionamento e o planejamento estratégico da empresa (FREZATTI *et al.*, 2009).

Para a empresa o profissional que estará tomando a decisão é um dos profissionais mais importantes para sua atividade. Desde, decidir qual produto irá comercializar, ou qual máquina é a mais vantajosa para realizar algum procedimento, ou até mesmo se deve ou não contrair uma dívida por um financiamento bancário, por exemplo, e qual a melhor maneira de sanar essa dívida (em curto prazo ou longo prazo) (ATRILLI; MCLANEY, 2014).

No século passado, surgiu a controladoria que chegou para auxiliar na área da administração. É com a ajuda da controladoria, que os tomadores de decisão obtêm suas informações, para assim, tomarem as melhores decisões possíveis. Dentro da controladoria existe o *controller*, que além de conhecimentos contábeis, o *controller* deve ter fundamentos administrativos para elaborar seus relatórios, que levam a situação financeira da empresa para os gestores de uma forma idônea, de uma maneira em que os mesmos consigam compreender da melhor maneira como está o desempenho de sua empresa e se seus objetivos traçados estão sendo alcançados (CREPALDI; CREPALDI, 2017).

A controladoria de certa forma acaba levando os gestores a tomarem as melhores decisões, pois, o *controller*, tem conhecimento de como está a atividade operacional da empresa, como se encontra a situação financeira, como andam suas metas, como apresentam-se o desempenho dos setores da entidade e elabora os relatórios para os gestores, de forma que o *controller* acaba incentivando e influenciando na tomada de decisão (CREPALDI; CREPALDI, 2017).

2.5 STARTUP

O termo *Startups* surgiu no final dos anos 90 nos Estados Unidos. Mas o que são *Startups*? Basicamente, são empresas com um grande potencial de crescimento, onde as mesmas tendem a evoluir rapidamente quando comparado as empresas tradicionais, assim com grande chance de se tornarem empresas de sucesso. O melhor caminho para se abrir uma *startup* é, pensar antes no problema que a sociedade encontra para realizar uma determinada atividade do seu dia a dia e buscar então solucionar esse problema, através de uma ideia criativa e mostrando inovação (TOLEDO, 2011).

Partindo do pressuposto de que *startup* é uma empresa recém criada e inovadora, ela deve ter em mente um modelo repetível e escalável, ou seja, que continue operante no mercado e atendendo a necessidade das pessoas, com um custo pequeno relacionado ao aumento constante de sua receita (TOLEDO, 2011).



Segundo uma pesquisa feita pelo Distrito Santa Catarina Tech Report, em Santa Catarina há 510 *startups*, onde sua grande maioria, cerca de 86%, criada por homens e se dividem em 30 categorias. Nesse âmbito, 83% das empresas faturam até R\$ 5 milhões anualmente, pouco mais de 13% faturam de R\$ 5 milhões até R\$ 25 milhões e as empresas que passam do faturamento de R\$ 25 milhões por ano não chegam a nem 4% (BUTCHER, 2019).

Para essas *startups* crescerem, existe um programa chamado aceleração de *startups*, onde algumas empresas criam programas para servir de apoio para essas empresas com um grande potencial de crescimento. Podendo oferecer desde uma ajuda financeira ou até mesmo um conselheiro renomado com conhecimento no assunto, onde o mesmo dará dicas e ideias para o empreendedor fazer sua empresa crescer mais ainda (ACELERADORA, 2018).

Para empresas que optarem por essa aceleração, existe alguns programas de apoio, um deles é o *Start-Up* Brasil. O Programa Nacional de Aceleração de *Startups* (*Start-Up* Brasil) nasceu em 2012, com uma iniciativa do governo federal, foi criado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, para incentivar e apoiar *startups* com grande potencial. Essas aceleradoras entram com o suporte financeiro para potencializar o empreendimento (BRASIL, 2013).

O programa lança edições com duração de um ano, onde na primeira etapa são selecionadas as aceleradoras que vão apoiar o programa, na segunda etapa são selecionadas duas vezes ao ano as *startups* que vão participar deste programa. Na terceira e última etapa, é que se inicia então o processo chamado como ‘aceleração’, onde os recursos serão liberados e algumas atividades de capacitação também. Em troca, as aceleradoras recebem um percentual de participação acionária (BRASIL, 2013).

Do ano de 2013 até o ano de 2020 o programa já abriu 5 turmas com mais de 3.000 inscritos, no qual foram 229 *startups* apoiadas de 17 estados brasileiros, o programa contou com o apoio de 17 aceleradoras (BRASIL, 2020).

Outro projeto de apoio para esses empreendimentos é o Projeto *Startup* SC Desenvolvimento e Fortalecimento das *Startups* Catarinenses. O projeto tem parceria com o SEBRAE e visa auxiliar as empresas digitais do estado, que tendem a crescer, com faturamento anual de até 4,8 milhões de reais e que tenham como principal característica a inovação. Através de mentores, o projeto, busca capacitar à gestão, fazendo que a *startup* cresça ainda mais no mercado. O projeto elaborou também, um mapa, dando a possibilidade de se ter acesso a *startups* cadastradas e investidores de Santa Catarina. Anualmente são selecionadas até 50 empresas para participarem, divididas em 4 turmas. Desde 2013 já foram capacitadas cerca de 220 *startups* (SEBRAE, 2020).

O termo ‘incubadoras’ também é bastante comum nesse meio. As incubadoras de *startups* são entidades sem fins lucrativos apoiadas por verbas públicas que usam alguns critérios para escolher a empresa em que será apoiada. As incubadoras analisam a necessidade da população de ter acesso a tal serviço e analisam o plano de negócio dessas empresas. Após esse processo de seleção das instituições, as incubadoras enviam profissionais que irão auxiliar as *startups* através de consultorias e conhecimentos técnicos, ou até mesmo, compartilharem um escritório (ambiente). As empresas pagam um valor acessível por esses serviços prestados pela incubadora (NUNES, 2016).

Outra forma de alavancar uma *startup* é contando com os “investidores anjos”. Os investidores anjos, também fazem aportes financeiros em *startups* ligadas



a tecnologia, podendo esse valor variar de R\$ 30 mil até R\$ 1 milhão. O planejamento empresarial é avaliado e passa por uma seleção assim como os outros programas de apoio a *startups*. Esses investidores podem ser uma pessoa física ou jurídica e recebem em troca uma participação societária (*STARTUP SC*, 2016).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como uma pesquisa de campo, com abordagem quantitativa e qualitativa, de caráter descritivo. Para a coleta de dados, foi aplicado um questionário desenvolvido pelo autor com proprietários ou um dos sócios de empresas *startups*.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

As abordagens de pesquisa foram quantitativas e qualitativas. Como quantitativa Marconi e Lakatos (2017) enfatizam que, caracteriza-se como uma coleta de informações para se chegar a um número seletivo ou um percentual, considerando os dados que foram obtidos nos questionários ou na pesquisa feita.

Para a definição de qualitativa, segundo Minayo, Deslandes e Gomes (2016), é realizada a análise dos cenários levando em consideração as variáveis, buscando compreender o porquê e o motivo do problema em questão.

Os objetivos dessa pesquisa caracterizam-se como uma pesquisa descritiva. Uma pesquisa descritiva é baseada em livros e trabalhos acadêmicos. Segundo Santos (2000, p.26): “pesquisa descritiva é um levantamento das características conhecidas, componentes do fato, fenômeno/problema. É normalmente feita na forma de levantamento ou observações sistemáticas de fato/fenômeno, problema escolhido”

Para elaboração desse artigo, foi realizada uma pesquisa de campo, Gil (2018), explica que pesquisa de campo é um estudo sobre assunto específico, buscando relatar os problemas encontrados aplicando questionários nas empresas pesquisadas e analisando os demais aspectos relevantes para a realização da pesquisa.

Dessa forma, para coletar os dados desse artigo, foi aplicado um questionário com os donos ou um dos sócios de *startups* de Santa Catarina ligadas ao projeto *Startup – SC*.

3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O questionário foi elaborado no aplicativo *Google Forms*, contendo 19 questões onde era possível através desse aplicativo estar gerando um *link* para ser enviado aos respondentes da pesquisa.

Foram enviados 72 e-mails para as *startups*, contendo no e-mail o *link* de acesso ao questionário e no corpo do e-mail um texto breve explicando que o questionário deveria ser respondido apenas pelo dono ou um dos sócios dessa *startup*. Os e-mails foram enviados para empresas ligadas ao programa *Startup – SC* e buscadas algumas outras no *startup* base, nem todas as empresas eram possíveis de encontrar seus e-mails para contato. Além de enviar o *link* por e-mail, foi enviado o *link* num grupo de um aplicativo de conversa, com alguns



empreendedores de *startups* presentes (não foi possível identificar um número exato de pessoas nesse grupo). Desses 72 e-mails enviados mais o contato feito no grupo de conversa, foram obtidas 29 respostas dentro do período de 27/05/2020 até 02/07/2020.

O questionário era breve, exigindo no máximo 5 minutos para respondê-lo por completo, objetivo e de fácil compreensão e resposta. As perguntas eram pertinentes para servirem de análise do perfil das *startups* e de seus respectivos empreendedores.

Foi realizado o contato também com a Associação Brasileira de *Startups* – ABSTARTUPS, foi obtido um retorno, mas não foi de nenhuma ajuda. Os mesmos, até retornaram, mas não puderam ajudar com a pesquisa, por conta de sua política interna que tem restrições e pelo fato de receberem muitos pedidos de auxílio com outras pesquisas e acabam não conseguindo atender toda essa demanda. Realizado também o contato com o SEBRAE SC, mas não foi obtido nenhum retorno do SEBRAE.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

As primeiras questões buscaram identificar o perfil do entrevistado, posteriormente às demais questões procuram avaliar o seu conhecimento contábil, onde através dessas perguntas, mensurar a importância do contador e/ou da contabilidade para sua empresa. Por fim, as últimas questões tentam identificar o perfil da *startup*, conhecer suas características, sua área de atuação e mensurar o número de funcionários de cada empresa, entre outros aspectos.

4.1 Formação profissional

A primeira pergunta do questionário buscou saber qual a formação profissional de cada entrevistado. Com os resultados, observou-se que o curso predominante dentre os empreendedores de *startup* é o curso de Administração. Foram obtidas 12 respostas de administradores entre 29 entrevistados, representando 41% das respostas.

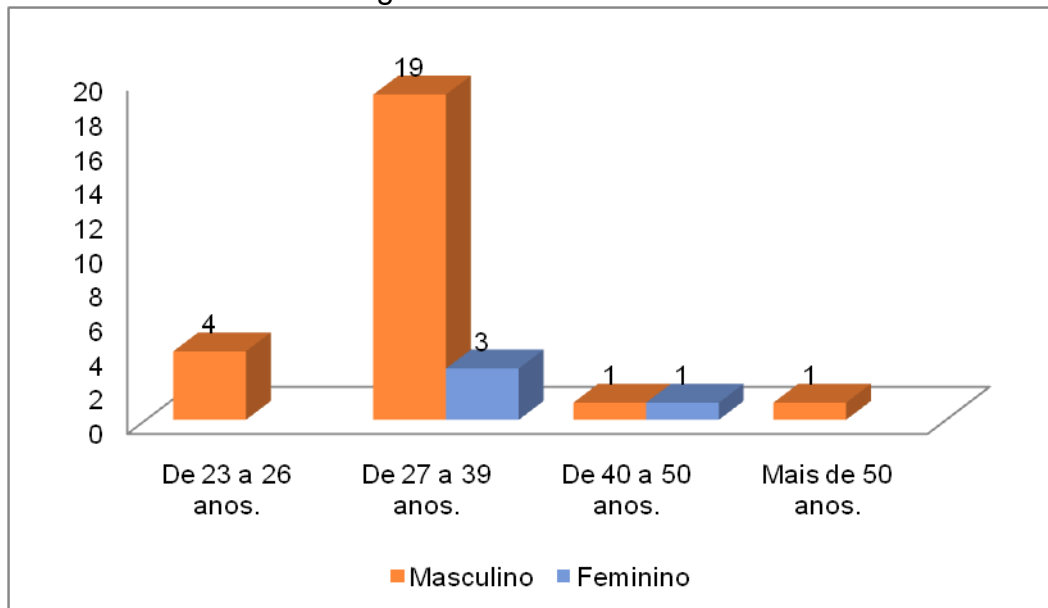
Apenas 2 pessoas responderam que não são formadas. Portanto, notou-se que, 93,10% dos entrevistados têm alguma formação profissional. Observou-se também que 3 dos entrevistados são formados em Direito, outros 3 em Web Designer, 2 em Tecnologia da Informação e 2 em Sistemas de Informação. Os demais cursos presentes no questionário eram os cursos de Ciências Contábeis, Ciência da Computação, Engenharia Civil, Engenharia Mecânica e Farmácia, todos com apenas 1 profissional por área.

4.2 Faixa etária e gênero dos entrevistados

Se tratando da faixa etária e do gênero dos entrevistados, o Gráfico 1 traz a faixa etária predominante entre os proprietários de *startup* e o gênero dos entrevistados



Gráfico 1 – Faixa etária e gênero



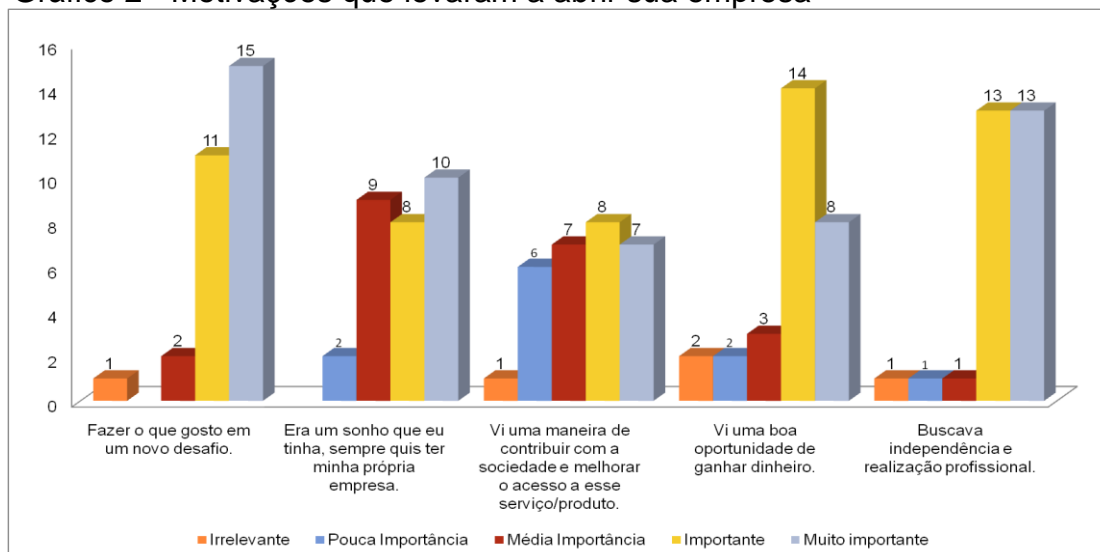
Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Dentre os 29 respondentes, a faixa etária predominante entre os homens e as mulheres foi de 27 a 39 anos. Pode-se observar, também, que se trata de um perfil bem jovem de empreendedores nesse âmbito, visto que apenas 3 empreendedores de *startups* possuíam mais de 40 anos. Os homens representaram a maioria entre os entrevistados.

4.3 Principal motivação que levou a se tornar empreendedor de *startup*

O Gráfico 2 apresenta as motivações que levaram os empreendedores a iniciar sua empresa. Segundo o ponto de vista do respondente, analisar quais foram suas prioridades no momento em que decidiu criar sua empresa, o que ele julga ter tido maior importância quando resolveu empreender.

Gráfico 2 - Motivações que levaram a abrir sua empresa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).



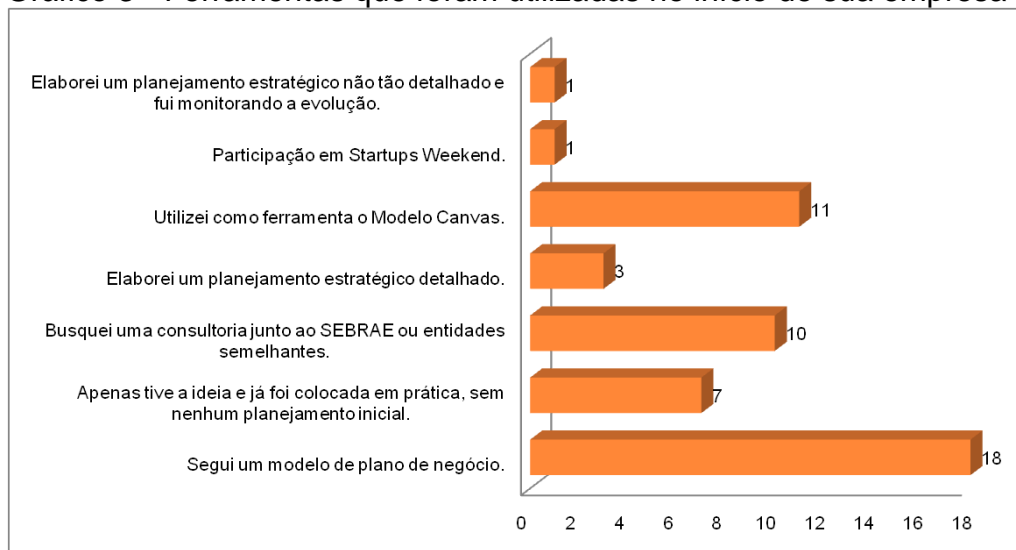
Para 52% dos entrevistados, o principal motivo para o início de um novo empreendimento foi o fato de estarem realizando algo novo e que gostavam de verdade. Outros aspectos em que julgaram importantes eram a independência financeira e realização profissional.

O fator apontado por 24% dos respondentes como o menos importante, seria à questão de contribuir com a sociedade e melhorar o acesso a esse serviço. A oportunidade de ganhar dinheiro não ficou como o fator determinante para os respondentes.

4.4 Ferramentas utilizadas no início de seu negócio

O Gráfico 3 representa as ferramentas que o empreendedor preferiu utilizar no começo de sua jornada empreendedora, que o auxiliaram no início de seu negócio.

Gráfico 3 - Ferramentas que foram utilizadas no início de sua empresa



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Para auxiliá-los no início de seu empreendimento, 62% das *startups* seguiram um modelo de plano de negócio desde o começo. Outras 24% das empresas iniciaram sua empresa sem nenhum planejamento inicial, somente tiveram a ideia de começar a empreender.

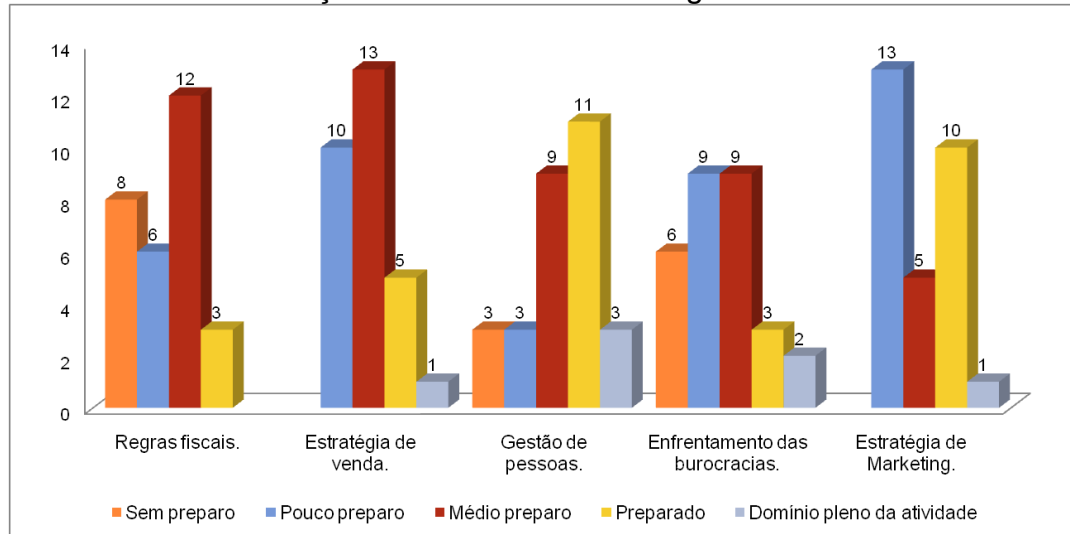
Consultorias e o modelo Canvas foram outras duas ferramentas bastante utilizadas pelos empreendedores, representando 72% das respostas. Identificando o perfil dos respondentes, as próximas perguntas buscaram avaliar o conhecimento contábil dos entrevistados.

4.5 Autoavaliação quanto ao domínio de alguns temas

O Gráfico 4 representa a autoavaliação dos entrevistados sobre a sua preparação para lidarem com os desafios e burocracias que traz uma nova empresa no Brasil e o âmbito das *startups*, tendo em vista que são empresas que contam com o apoio da tecnologia.



Gráfico 4 - Autoavaliação sobre o domínio de alguns temas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

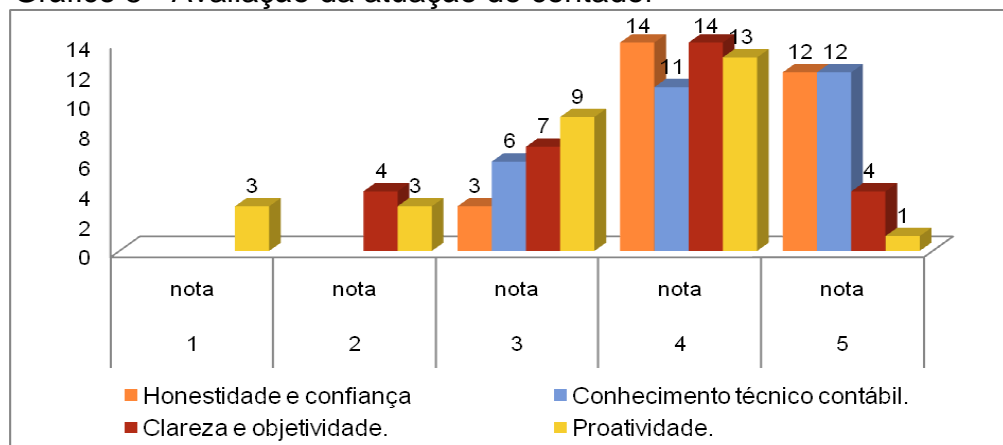
Conforme a autoavaliação dos respondentes, verificou-se que no âmbito das regras fiscais, 28% dos entrevistados afirmaram que estavam sem preparo algum quando começaram. Outros 21% avaliaram o enfrentamento das burocracias sendo o maior despreparo e 31% avaliaram-se pouco preparados para lidar com esse desafio.

Sobre a estratégia de *marketing*, 45% deles sentiam-se pouco preparados e 34% dos entrevistados se diziam preparados. Em geral, o tema em que mais se classificam preparados foi o de gestão de pessoas, em que 31% dos entrevistados se identificaram com médio preparo, 38% estavam preparados e 10% se avaliaram com um domínio pleno do tema em questão.

4.6 Avaliação do contador/contabilidade

O Gráfico 5 apresenta os resultados referentes a avaliação feita pelos respondentes de seu contador/contabilidade quanto a seu desempenho contábil e profissional.

Gráfico 5 - Avaliação da atuação do contador



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).



Avaliando o contador ou a contabilidade que presta o serviço para sua *startup*, o respondente, pontuou de 1 a 5 as características pessoais de seu profissional ou contabilidade. Das 4 características, a proatividade foi pior avaliada sendo entre todas a única em que levou nota 1.

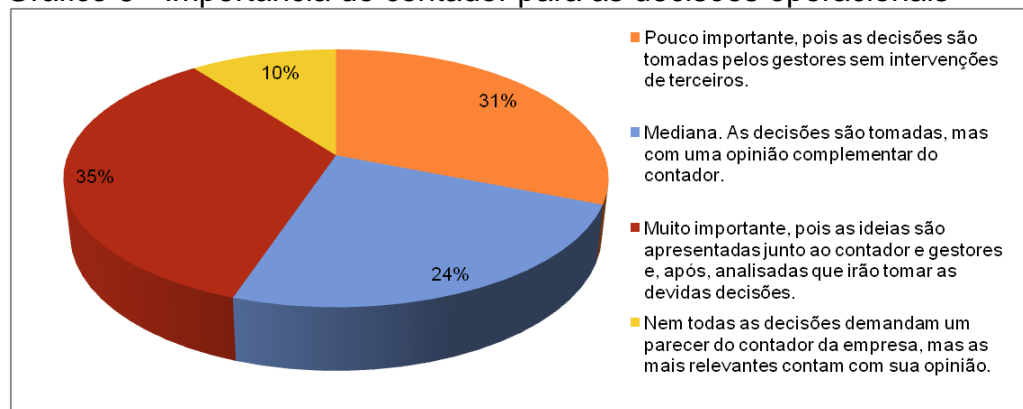
No quesito honestidade e conhecimento contábil, os contadores foram melhores avaliados, ambas as características receberam a nota máxima de 41% dos entrevistados.

Mesmo com o conhecimento técnico alguns contadores acabam não identificando os problemas ou necessidades dos gestores, não sendo proativos.

4.7 Grau de importância do contador na hora de tomar as decisões operacionais

No Gráfico 6, os resultados demonstram que buscou-se compreender o estágio de importância do contador para os gestores na hora de tomar decisões operacionais e estratégicas da empresa.

Gráfico 6 - Importância do contador para as decisões operacionais



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Entre os entrevistados, 31% deles responderam que na hora de tomar suas decisões o contador tem pouco valor, pois, as decisões são tomadas pelos gestores sem intervenções de terceiros. Para outros 35%, o papel do contador para a tomada de decisão é muito importante, pois as ideias são apresentadas junto ao contador e gestores e, após, analisadas, são tomadas as devidas decisões.

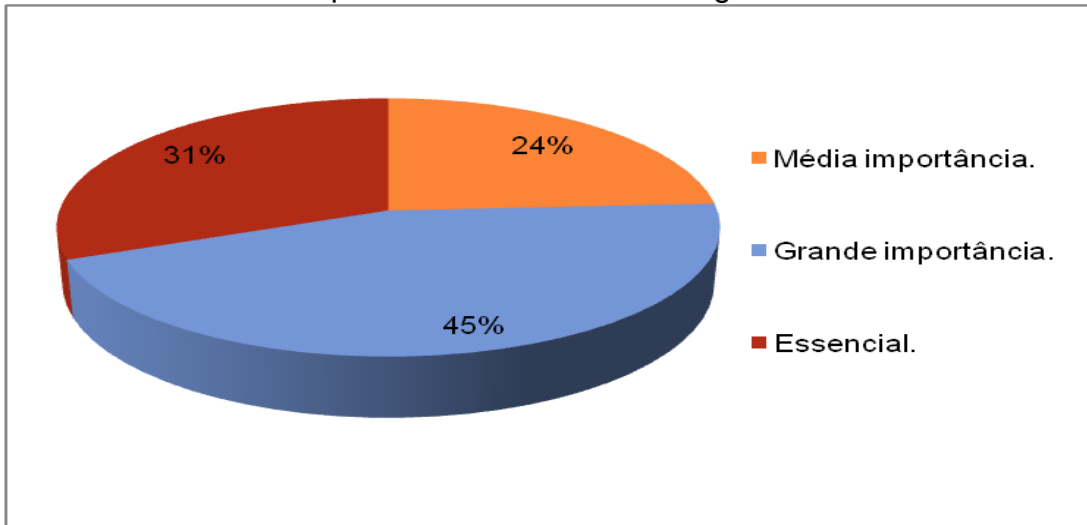
Outros 24% respondentes julgam ser de mediana relevância, pois, as decisões são tomadas, mas com uma opinião complementar do contador, levando em consideração seu conhecimento. Visto que 69% dos entrevistados contam com a opinião complementar do contador para algumas de suas decisões.

4.8 O grau de importância da contabilidade gerencial para a empresa

O questionário buscou saber a relevância da contabilidade gerencial para os gestores da empresa, conforme demonstrado no Gráfico 7.



Gráfico 7 – Grau de importância da contabilidade gerencial



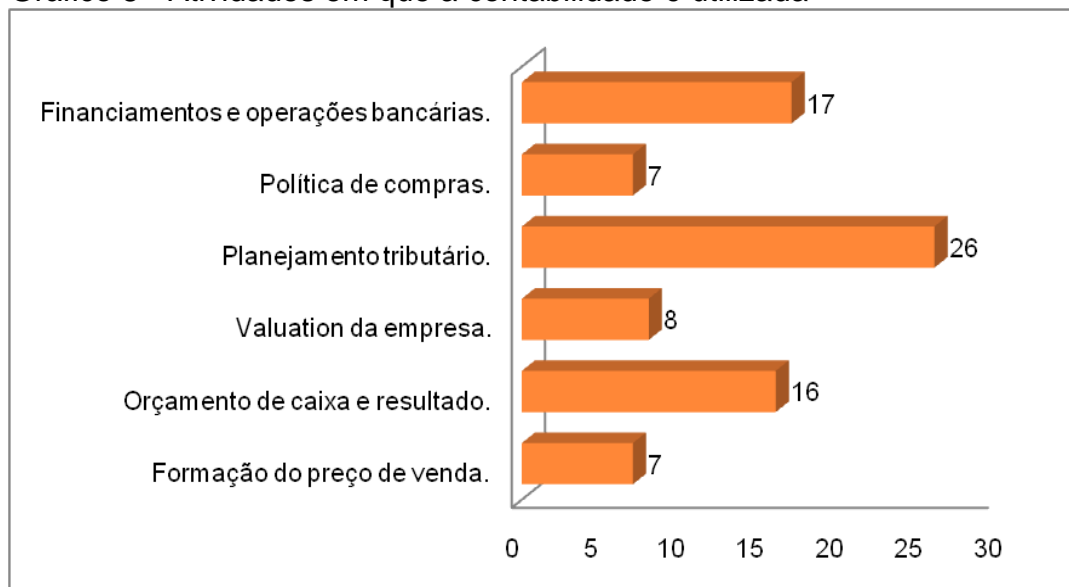
Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Nessa questão, nenhum dos respondentes avaliou a contabilidade gerencial como algo de pouca importância para sua empresa, sendo que, era uma das opções presentes no questionário. Dos entrevistados, 76% qualificaram a contabilidade gerencial como de muita valia para sua gestão.

4.9 Contribuição da contabilidade para o negócio

A pesquisa também buscou identificar quando a contabilidade atua para ajudar na gestão da empresa, ou seja, em quais atividades operacionais da entidade a contabilidade contribui diretamente de fato. Logo, o Gráfico 8 traz as respostas dos avaliados.

Gráfico 8 - Atividades em que a contabilidade é utilizada



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).



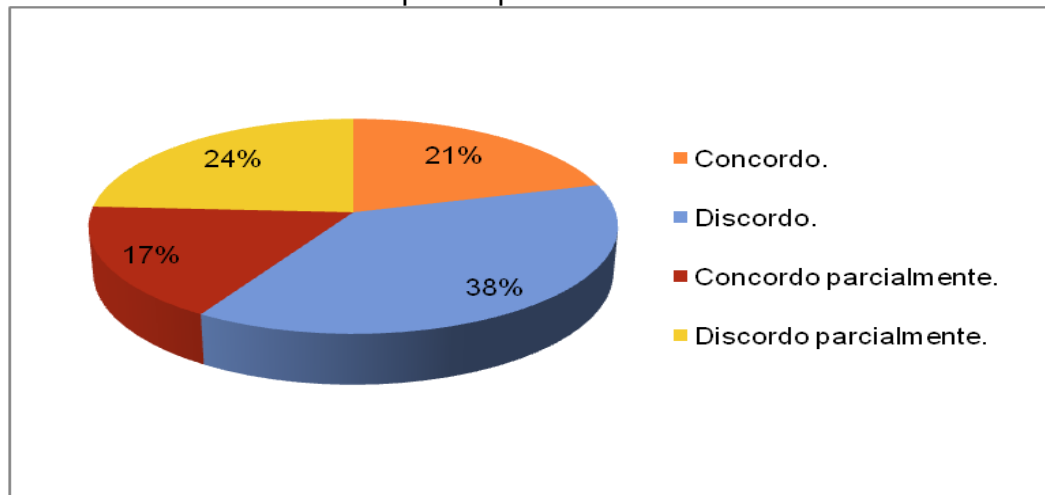
Verificou-se que o planejamento tributário é a atividade em que mais o contador atua nas *startups*, apenas 10% deles não marcaram o contador como de grande ajuda nesse sentido. A segunda atividade em que a contabilidade consta como diretamente atuante é a de financiamentos e operações bancárias representando 59% dos respondentes, seguida do orçamento de caixa e resultado.

Se tratando da política de compras somente 24% dos entrevistados utilizam da contabilidade para auxiliá-los nesse sentido, da mesma forma se mostra para a formação do preço de venda.

4.10 Contabilidade apenas para apurar impostos

Pode se observar também no Gráfico 9, se o principal papel da contabilidade para as empresas é apurar os impostos e apresentar as informações para o fisco.

Gráfico 9 – Contabilidade apenas para o fisco



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

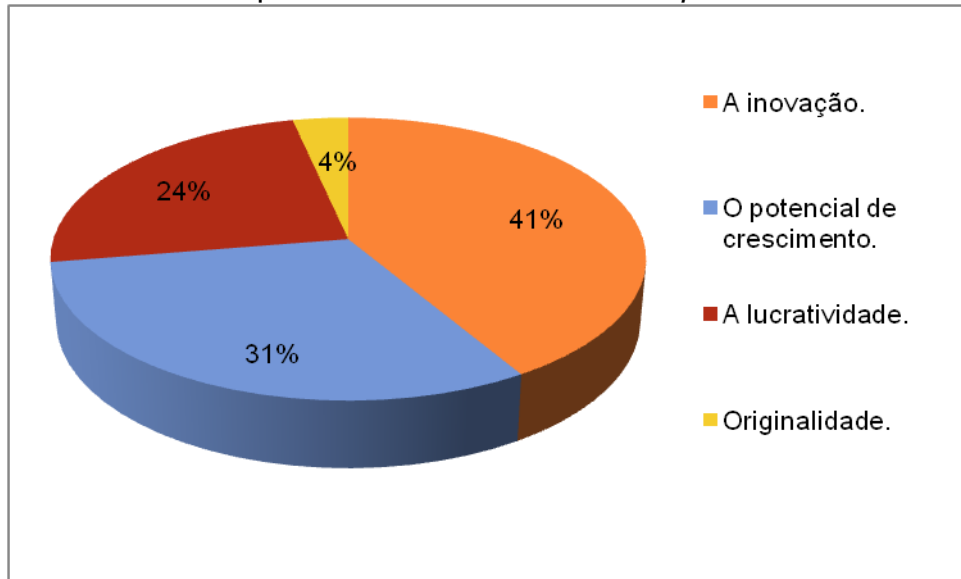
Avalia-se assim, que 62% dos respondentes não concordam que o principal papel da contabilidade seria de apurar os impostos e comunicar o fisco.

4.11 Principal característica de cada *startup*

O gráfico 10 traz as principais características dentre as 29 *startups* avaliadas.



Gráfico 10- Principais características das *startups*



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Nota-se que a maioria das *startups* avaliadas contam como sua principal característica a inovação, sendo que 12 delas se caracterizam como inovadoras. O potencial de crescimento que cada *startup* possui foi outra característica bastante relevante, se tratando de 9 dentre os 29 entrevistados. Outras 7 *startups* demonstraram como característica principal a lucratividade.

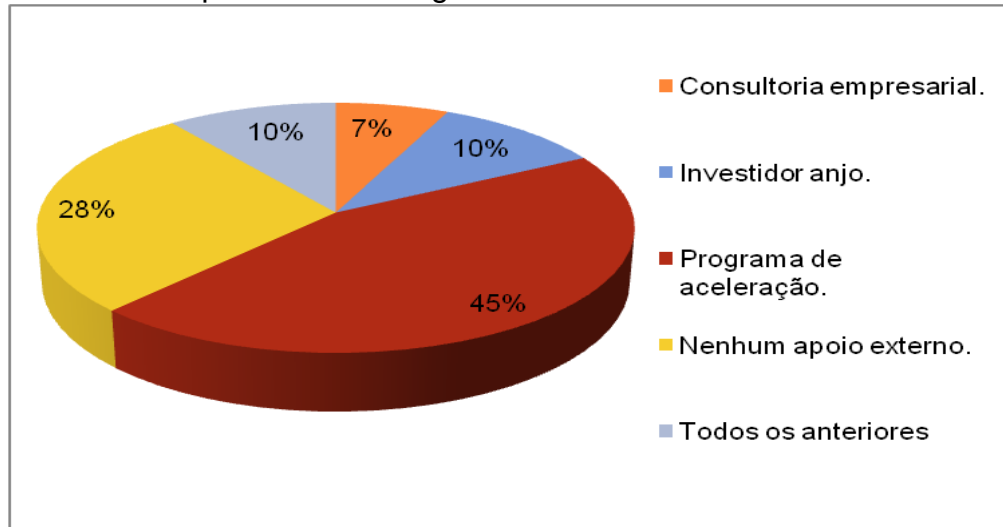
Sendo assim, observa-se que no âmbito das *startups* elas seguem a regra geral que *startups* se trata de empresa inovadora, com forte potencial de crescimento e de grande lucratividade. Mas apenas 1 empresa de *marketing* e publicidade caracterizou-se como original. Sendo uma das *startups* em que julgou como muito importante o fator de contribuir com a sociedade e melhorar o acesso ao serviço, avaliou-se também, com baixa dificuldade com relação a sua concorrência.

4.12 Apoio de gestão para as *startups*

Buscou-se saber se além dos gestores e o contador da empresa, as *startups* recebem algum apoio externo. As respostas estão representadas no Gráfico 11.



Gráfico 11- Apoio externo de gestão



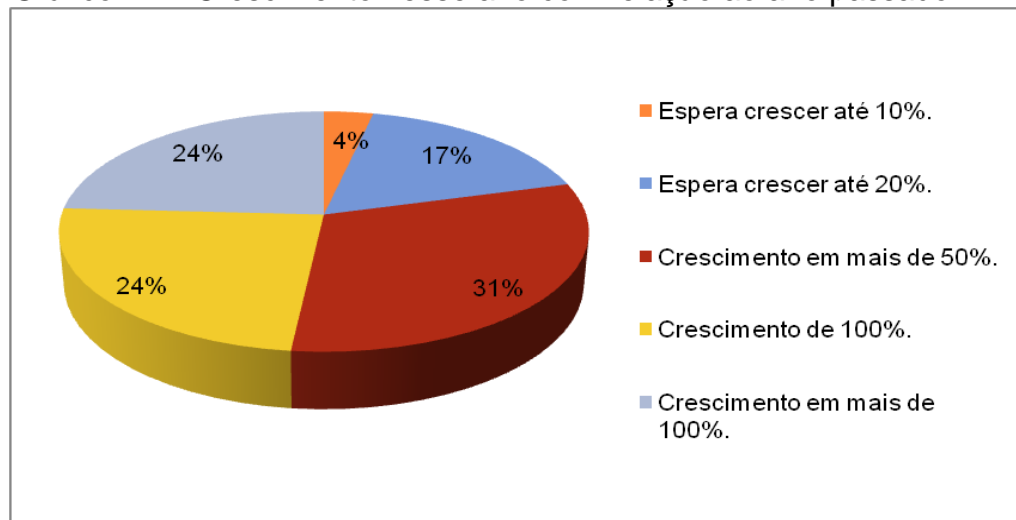
Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Os dados apresentados acima mostram que o programa de aceleração é o mais comum para as *startups*, sendo que 13 empresas o utilizam como apoio de gestão. O número de *startups* que não contam com nenhum apoio externo foi de 8 empresas. 10% dos entrevistados contam com os três tipos de apoio citados.

4.13 Potencial de crescimento esse ano comparando com o ano passado

A pesquisa procurou indagar se as *startups* estavam confiantes ou não com relação ao seu crescimento. O Gráfico 12 apresenta os resultados referentes ao percentual de crescimento estimado por elas.

Gráfico 12 – Crescimento nesse ano com relação ao ano passado



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Observou-se que, 9 entre elas, estimam crescer em mais de 50% esse ano e outras 7 esperam um crescimento de 100%. Outras 7 esperam crescer mais de 100%, 5 *startups* esperam crescer 20% comparado com seu desempenho no ano anterior.

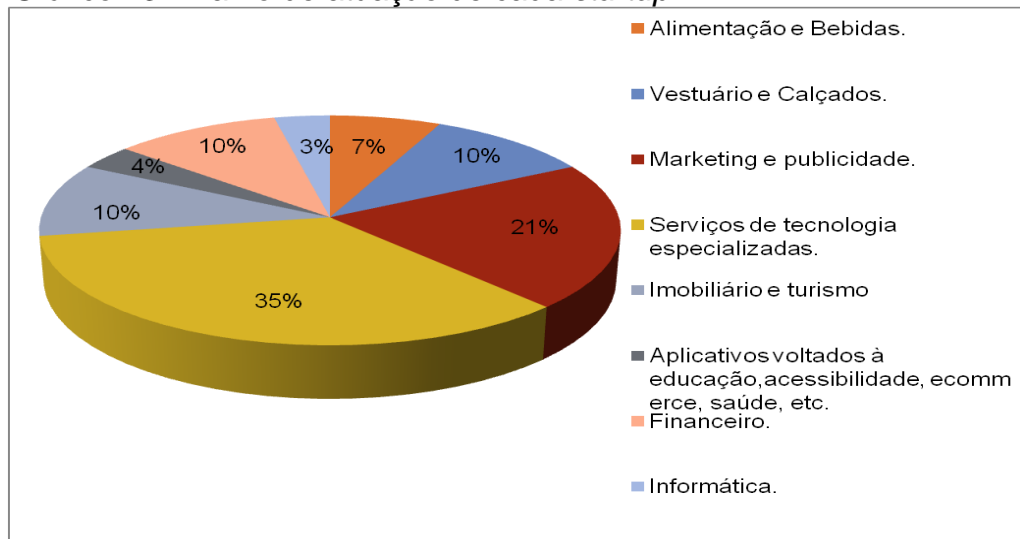


Cerca de 79% das empresas esperam crescer acima dos 50% esse ano. Nenhum dos respondentes assinalou a opção de decréscimo em seu faturamento. Apenas 1 assinalou o crescimento de seu faturamento em apenas 10%, tendo ele entre 40 a 50 anos, no qual o mesmo, não teve nenhum planejamento inicial para sua *startup*, se julgou pouco preparado para enfrentar todos temas iniciais, como regras fiscais, gestão de pessoas, *marketing* e os outros temas e não conta com nenhum apoio externo de gestão.

4.14 Ramo de atuação das *startups*

A pesquisa também buscou conhecer quais as áreas de atuação das *startups* avaliadas. O Gráfico 13 demonstra os setores de atuação das *startups* de Santa Catarina presentes no questionário e qual foi o âmbito mais comum no meio delas.

Gráfico 13 - Ramo de atuação de cada *startup*



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Grande parte das *startups* avaliadas estão no ramo de serviços e tecnologias especializadas. Também pode-se observar um nicho de mercado bem amplo e heterogêneo. Posteriormente, foram comparadas as áreas de atuações das *startups* e suas características, e os resultados obtidos estão descritos no Quadro 1.



Quadro 1 – Ramo de atuação X Características das *startups*

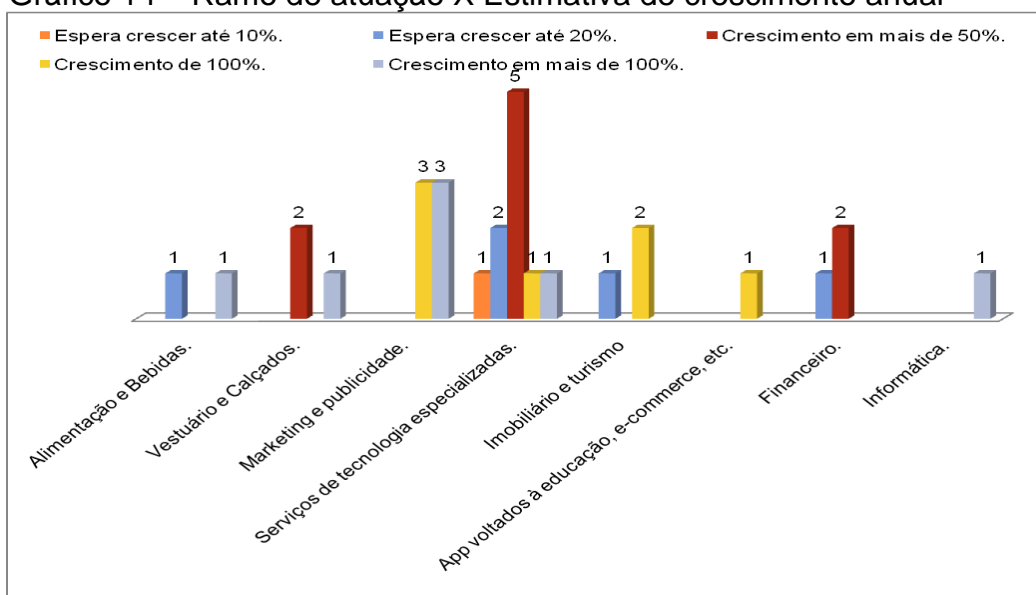
Ramos de atuação.	Quantidade de empresas.	Características das empresas.			
		A inovação.	O potencial de crescimento.	A lucratividade.	A Originalidade.
Alimentação e Bebidas.	2	50,00%	50,00%		
Vestuário e Calçados.	3	66,67%		33,33%	
Marketing e publicidade.	6		83,33%		16,67%
Serviços de tecnologias especializadas.	10	60,00%	20,00%	20,00%	
Imobiliário e turismo.	3			100,00%	
App. voltados à educação, e-commerce, etc.	1		100,00%		
Financeiro.	3	100,00%			
Informática.	1			100,00%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Comparando o ramo de atuação com as características dessas empresas, verifica-se que 6 das empresas de serviços de tecnologia especializadas caracterizam-se como inovadoras. Outro número relevante foi o das empresas no ramo de *marketing* e publicidade, no qual 5 destas julgaram como sua principal característica o seu potencial de crescimento. As 3 empresas do ramo financeiro têm como principal característica a inovação.

Também foram comparados os ramos de atuações das *startups* com a estimativa de crescimento anual das mesmas, analisou-se então, as áreas de atuação em que mais estimam crescer em 2020, representados no Gráfico 14.

Gráfico 14 – Ramo de atuação X Estimativa de crescimento anual



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

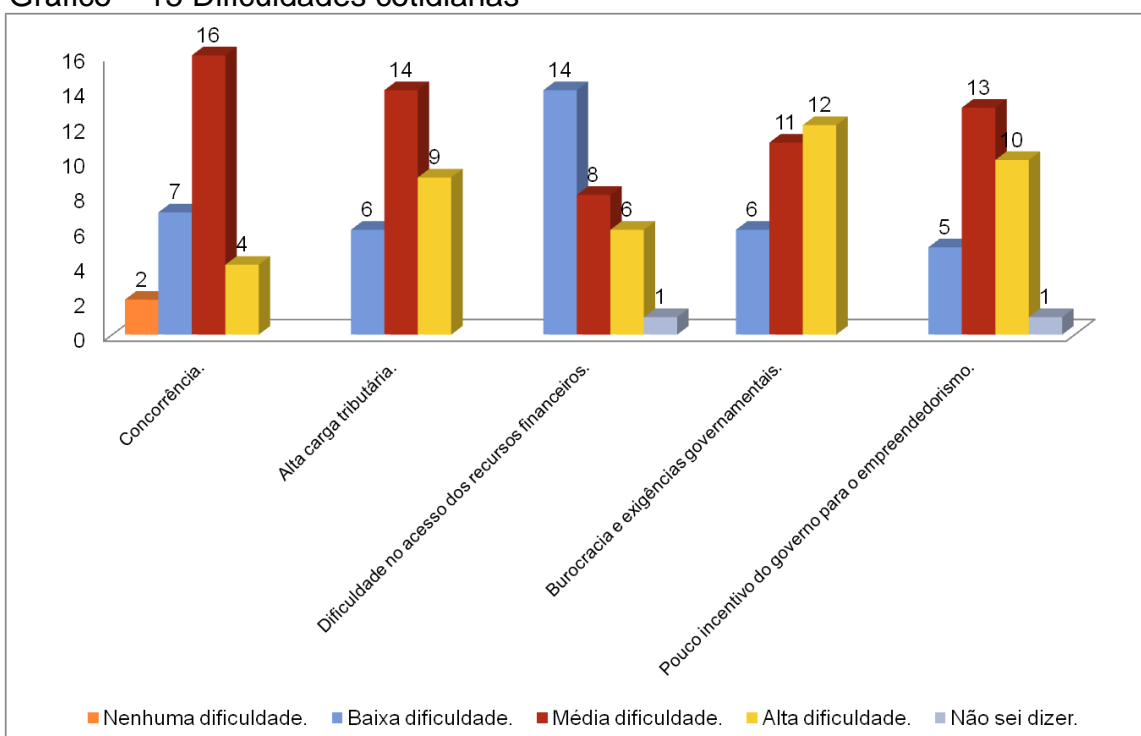


Verificou-se que, nas empresas do ramo de serviços de tecnologia especializadas (TI), 5 delas estimam crescer mais de 50%. Entre as empresas do ramo de *marketing* e publicidade, 3 delas estimaram crescer em mais de 100% e outras 3 estimam um crescimento de 100%, ou seja, são as mais otimistas no mercado de *startups*.

4.15 Nível de dificuldade com as situações cotidianas

O questionário procurou identificar quais os níveis de dificuldades das *startups* para lidarem com as situações do seu dia-a-dia empresarial. Essas dificuldades estão demonstradas no Gráfico 15.

Gráfico – 15 Dificuldades cotidianas



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

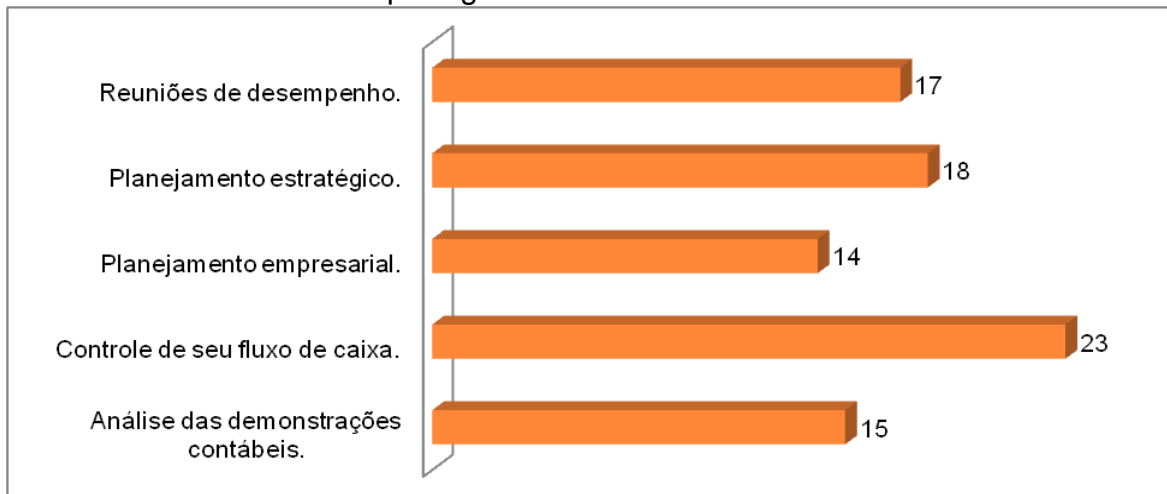
Verificou-se que as burocracias governamentais e o pouco incentivo do governo para o empreendedorismo foram as principais dificuldades encontradas pelas *startups* no seu dia-a-dia. A concorrência foi caracterizada como mediana dificuldade por 55% dos entrevistados e a alta carga tributária por 48%. No quesito acesso aos recursos financeiros, 48% das *startups* avaliadas encontram baixa dificuldade.

4.16 Ferramentas utilizadas no dia-a-dia da gestão

O Gráfico 16 traz quais as ferramentas elaboradas pelo contador da empresa, são utilizadas pelos gestores para tomar suas decisões e auxiliá-los em sua gestão cotidiana.



Gráfico 16 – Ferramentas para gestão



Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Verifica-se que 79% dos respondentes contam com o controle de seu fluxo de caixa em sua gestão. Cerca de 62% dos avaliados utilizam como ferramenta de gestão o planejamento estratégico. Mais da metade dos entrevistados usam as análises das demonstrações contábeis de sua empresa para ajudá-los em suas decisões. A ferramenta menos utilizada foi o planejamento empresarial, sendo usado por 48% das *startups* avaliadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo tratou como o objetivo geral analisar, na percepção dos respondentes, qual a relevância de ter a contabilidade e o contador gerencial como uma assessoria para a tomada de decisão das empresas. No qual foi elaborado uma pesquisa de campo e aplicado um questionário com empreendedores de *startups* catarinenses, para avaliar o processo gerencial das mesmas e avaliar o conhecimento contábil dos proprietários/sócios e suas adversidades diárias.

Foi possível identificar as principais dificuldades encontradas no cotidiano dos gestores de *startup*, sendo as mais relevantes o enfrentamento das burocracias e exigências governamentais seguida da concorrência e a alta carga tributária.

Muitas das *startups* acabam fechando logo nos primeiros anos por não estarem devidamente preparadas para lidarem com essas situações cotidianas.

O pouco apoio da parte do governo, para os empreendedores, e todas as burocracias exigidas acabam atrapalhando o gestor em sua caminhada. A falta de planejamento inicial é outro fator que pode resultar no fim das empresas, algumas empresas não contam com nenhum apoio externo de gestão e as que contam será que estão usufruindo da melhor maneira?

No início de sua trajetória empreendedora o principal despreparo para os avaliados foi o enfrentamento das burocracias, no qual 52% deles se avaliaram estar pouco preparados.

Alguns gestores não se preocupam tanto com a formação do preço de venda de seu produto, nem para a política de compras, não sabem se seu produto está com preço justo de mercado, se está cobrando muito ou pouco por ele. Alguns gestores tomam suas decisões sem o assessoramento do contador e sem a sua opinião. Grande parte das empresas presentes nessa pesquisa, não contam como a



originalidade como fator principal, (apenas uma empresa se caracterizou como original), onde acaba entrando com um produto ou serviço já oferecido pela concorrência.

A contabilidade auxilia na tomada de decisão dos gestores e é o principal mecanismo para norteá-los para as melhores escolhas para alcançarem as metas da empresa e trazerem o retorno financeiro esperado.

Pode ser utilizada também para ajudar os gestores com seu planejamento estratégico. Com as ferramentas disponibilizadas pelo *controller* da empresa, os administradores vão ter o acesso a real situação financeira de sua entidade e com um melhor entendimento. Com isso, os mesmos podem destinar melhor seus recursos financeiros e reavaliarem suas estratégias operacionais.

A maioria dos entrevistados sendo 76% deles acreditam que a contabilidade gerencial é de grande importância para a sua *startup*. Verificou-se também que, 100% dos respondentes usam alguma ferramenta de gestão em seu dia-a-dia.

Verificou-se que 62% dos entrevistados não concordam que a principal função do contador seria apurar os impostos e comunicar o fisco. A partir disso, foram comparadas essas respostas com as da questão em que falava sobre a contabilidade ser de grande ajuda para algumas atividades da gestão da empresa.

Pode-se observar que mais da metade discordam da contabilidade ter o principal papel de prestar contas ao fisco, mas, na questão que fala sobre a contabilidade ser de grande ajuda para algumas atividades da gestão da empresa, 90% dos respondentes assinalaram que a contabilidade é de grande ajuda para o planejamento tributário da entidade (o que não está errado), mas somente 24% dos entrevistados utilizam a contabilidade para formar seu preço de venda, e nem 28% deles utilizam para calcular o *valuation* de sua companhia (preço justo da empresa).

Os resultados do questionário aplicado apontam as deficiências empresariais que os gestores têm no âmbito das *startups*, mostrando a importância e necessidade da contabilidade gerencial para a sua atividade operacional e para tomar suas decisões.

A contabilidade gerencial vem para ajudar essas empresas recém-criadas e inovadoras a elaborar uma estratégia de negócio, para tentar melhorar seus resultados e ajudar as mesmas a se fortalecerem em seus ramos de atuação.

5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O presente artigo limitou-se a um questionário *on-line* por conta da pandemia de COVID-19, não podendo ser realizado uma pesquisa presencial com os empreendedores e nem uma conversa com especialistas nesse ramo.

5.2 SUGESTÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

O estudo traz um leque de oportunidades para estudos futuros, podendo assim, expandir essa pesquisa para nível Brasil, ir além das empresas aqui de Santa Catarina. Sugere-se também, que além do questionário se faça um mapeamento de pontos importantes, para as empresas melhorarem em alguns aspectos limitantes apresentados nos resultados dessa pesquisa.



REFERÊNCIAS

ACELERADORA, Oxigênio. **Aceleração de Startups. Oxigênio Aceleradora**, 2018. Disponível em: <https://blog.oxigenioaceleradora.com.br/acceleracao-de-startups/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

ARRUDA, Carlos; NOGUEIRA, Vanessa; COZZI. **Causas da Mortalidade de Startups Brasileiras** – Como aumentar as chances de sobrevivência no mercado. Núcleo de Inovação e Empreendedorismo, Fundação Dom Cabral, 2014. Disponível em: <http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Artigos%20FDC/Artigos%20DOM%2025/Causas%20da%20mortalidade%20das%20startups%20brasileiras.pdf>. Acesso em: 06 mai. 2020.

ATKINSON, Anthony A. *et al.* **Contabilidade Gerencial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ATRILLI, Peter.; MCLANEY, Eddie. **Contabilidade gerencial para tomada de decisão**. São Paulo: Saraiva, 2014.

BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas**. 2. ed. São Paulo: Manole, 2012.

BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações contábeis: estrutura, análise e interpretação**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

BRASIL, Start-Up. **O Programa: Sobre. Start-Up Brasil**, 2013. Disponível em: https://www.startupbrasil.org.br/sobre_programa/. Acesso em: 15 abr. 2020.

BRASIL, Start-Up. Start-Up Brasil, acelerando o ecossistema nacional de startups. **Start-Up Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.startupbrasil.org.br/#inicio>. Acesso em: 15 abr. 2020.

BUTCHER, Isabel. **Santa Catarina tem 7,4 startups para cada 100 mil habitantes**. 2019. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/24/10/2019/santa-catarina-tem-74-startups-para-cada-100-mil-habitantes/>. Acesso em: 05 jun. 2020.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade Gerencial: Teoria e Prática**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011654/cfi/6/26!/4@0:0>. Acesso em: 12 jun. 2020.

DOMINGUES, Olga Graciela Diaz *et al.* Gestão de capital de giro e formação do preço de venda praticado pelas micro e pequenas empresas. **Revista Ambiente Contábil - Universidade Federal do Rio Grande do Norte**, Rio Grande do Norte,



9de jan. de 2017. Disponível em: <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente/article/view/2894/2353>. Acesso em: 08Jul. 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo Corporativo**: Como ser um empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 3. ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2017.

FREZATTI, Fábio *et al.* **Controle Gerencial**: Uma abordagem da contabilidade gerencial no contexto econômico, comportamental e sociológico. São Paulo: Atlas, 2009.

FREZATTI, Fábio. **Orçamento Empresarial**: Planejamento e Controle Gerencial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GIL, Antonio Carlo. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

IUDÍCIBUS, Sérgio. **Análise de balanços**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

IUDÍCIBUS, Sérgio. **Contabilidade Gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

JIAMBALVO, James. **Contabilidade Gerencial**. 3. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora Ltda., 2009. Tradução de: Antônio Artur de Souza. *E-book*.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnica de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARION, Carlos. **Análise das demonstrações contábeis**: contabilidade empresarial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Eliseu; DINIZ, Josediton Alves; MIRANDA, Gilberto José. **Análise avançada das demonstrações contábeis**: uma abordagem crítica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. *E-book*.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2016.

NUNES, Natália Martins. **Incubadoras**: conceito e principais características. 2016. Disponível em: https://ndmadvogados.com.br/incubadoras-conceito-caracteristicas-startup-empendedorismo?gclid=EAlaIqobChMII_SQoNqb6gIVhg2RCh3jwAndEAAYASAAEgJoVpD_BwE. Acesso em: 24 jun. 2020.

PADOVEZE, Clóvis Luíz. **Contabilidade Gerencial**: Um enfoque em sistemas de informação contábil. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA, Anisio Candido *et al* (Org.). **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2011.



RIBEIRO, Osni Moura. **Estrutura e Análise de Balanços Fácil**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

SANTOS, José Luiz dos *et al.* **Manual de práticas contábeis: Aspectos Societários e Tributários**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SEBRAE. **Programa de Capacitação Startup SC**: Aceleramos o crescimento de startups através de workshops e sessões de mentoria, promovendo networking e benefícios entre os empreendedores. Santa Catarina: SEBRAE, 2020. Disponível em: <https://www.startupsc.com.br/programa-de-capacitacao-startup-sc>. Acesso em: 13 jun. 2020.

SEBRAE. **Programa de Capacitação Startup – SC**: Aceleramos o crescimento de startups através de workshops e sessões de mentoria, promovendo networking e benefícios entre os empreendedores. 2020. Disponível em: <https://www.startupsc.com.br/programa-de-capacitacao-startup-sc>. Acesso em: 12 jun. 2020.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Como administrar o fluxo de caixa das empresas**. 10. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.

STARTUP SC. **Investidores anjos são opção para alavancar empresas iniciantes**. 2016. Disponível em: [https://www.startupsc.com.br/investidores-anjos-sao-opcao-para-alavancar-empresas-iniciantes/#:~:text=Investidores%20anjos%20s%C3%A3o%20grupos%20que,Anjos%20\(em%20S%C3%A3o%20Paulo\)](https://www.startupsc.com.br/investidores-anjos-sao-opcao-para-alavancar-empresas-iniciantes/#:~:text=Investidores%20anjos%20s%C3%A3o%20grupos%20que,Anjos%20(em%20S%C3%A3o%20Paulo)). Acesso em: 22 jun. 2020.

TOLEDO, Marcelo. Startups: O que é uma Startup. **Marcelo Toledo**, São Paulo, 09 de mai. de 2011. Disponível em: <http://marcelotoledo.com/startups-o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 10 mar. 2020.



APÊNDICE(S)

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NA PESQUISA DE CAMPO

QUESTIONÁRIO PARA AVALIAÇÃO DO PROCESSO GERENCIAL EM EMPRESAS STARTUPS E AVALIAÇÃO DO CONHECIMENTO CONTÁBIL DOS PROPRIETÁRIOS/SÓCIOS.

Dessa forma, peço a sua colaboração e compreensão para responder as perguntas. Desde já, meus agradecimentos.

Perfil do entrevistado

1 - Qual a sua formação acadêmica?

- () Gestão de Pessoas.
- () Ciências Contábeis.
- () Administração.
- () Outra. Qual? _____.
- () Não sou formado (a).

2 – Qual sua faixa etária?

- () Até 22 anos.
- () De 23 a 26 anos.
- () De 27 a 39 anos.
- () De 40 a 50 anos.
- () Mais de 50 anos.

3 – Qual seu gênero?

- () Masculino.
- () Feminino.

4 – Qual a principal motivação que levou você a se tornar um empreendedor de *startup*? Classifique as opções abaixo, pontuando conforme seu nível de importância do mais importante para o menos importante.

	Irrelevante.	Pouca importância.	Média importância.	Importante.	Muito importante.
Fazer o que gosto em um novo desafio.					
Era um sonho que eu tinha, sempre quis ter minha própria empresa.					



Vi uma maneira de contribuir com a sociedade e melhorar o acesso a esse serviço/produto.					
Vi uma boa oportunidade de ganhar dinheiro.					
Buscava independência e realização profissional.					

5 – Conforme as afirmações abaixo, assinale qual (is) ferramenta (s) foi (ram) utilizada (s) no início de seu negócio? (Múltipla escolha).

- () Segui um modelo de plano de negócio.
 () Apenas tive a ideia e já foi colocado em prática, sem nenhum planejamento inicial.
 () Busquei uma consultoria junto ao SEBRAE ou entidades semelhantes.
 () Elaborei um planejamento estratégico detalhado.
 () Utilizei como ferramenta o Modelo Canvas.
 () Outra ferramenta. Qual? _____

Conhecimento do entrevistado

6 – No início de sua jornada empreendedora, qual sua autoavaliação quanto ao domínio dos seguintes temas:

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| 1 Sem preparo. | () Regras fiscais. |
| 2 Pouco preparo. | () Estratégia de venda. |
| 3 Médio preparo. | () Gestão de pessoas. |
| 4 Preparado. | () Enfrentamento das burocracias. |
| 5 Domínio pleno da atividade. | () Estratégia de <i>Marketing</i> . |

7 – Avalie a atuação de seu contador/contabilidade. Qual a nota máxima você daria de 1 a 5, para cada característica proposta abaixo?

- () Honestidade e confiança.
 () Conhecimento técnico contábil.
 () Clareza e objetividade.
 () Proatividade.

8 – Em sua concepção, qual o grau de importância do contador para contribuir nas decisões operacionais e estratégicas da empresa?



- () Pouco importante, pois as decisões são tomadas pelos gestores sem intervenção de terceiros.
- () Mediana. As decisões são tomadas, mas com uma opinião complementar do contador.
- () Muito importante, pois as ideias são apresentadas junto ao contador e gestores e, após, analisadas que irão tomar as devidas decisões.
- () Nem todas as decisões demandam um parecer do contador da empresa, mas as mais relevantes contam com sua opinião.

9 – Qual o grau de importância da contabilidade gerencial para sua empresa?

- () Pouca importância.
- () Média importância.
- () Grande importância.
- () Essencial.
- () Não sei avaliar.

10 - Conforme as alternativas abaixo, assinale quais delas a contabilidade contribui no seu empreendimento na prática. (Múltipla escolha).

- () Formação do preço de venda.
- () Orçamento de caixa e resultado.
- () *Valuation* da empresa.
- () Planejamento tributário.
- () Política de compras.
- () Financiamentos e operações bancárias.

11 - Para você, o principal papel da contabilidade é apurar os tributos e prestar as informações necessárias ao fisco?

- () Concordo.
- () Discordo.
- () Concordo parcialmente.
- () Discordo parcialmente.
- () Não saberia responder.

Perfil da empresa

12 – Classifique as opções abaixo conforme o grau de dificuldade que sua *startup* encontra no seu dia a dia.

	Nenhuma dificuldade.	Baixa dificuldade.	Média dificuldade.	Alta dificuldade.	Não sei dizer.
Concorrência.					
Alta carga tributária.					
Dificuldade no acesso dos recursos financeiros.					
Burocracia e exigências governamentais.					



Pouco incentivo do governo para o empreendedorismo.					
---	--	--	--	--	--

13 – Na sua opinião, qual a principal característica de sua empresa?

- () A inovação.
- () O potencial de crescimento.
- () A lucratividade.
- () Originalidade.
- () Atratividade para investidores.
- () Outra. Qual? _____

14 – Não considerando os gestores e o contador da empresa, sua *startup* recebe algum apoio de gestão?

- () Consultoria empresarial.
- () Investidor anjo.
- () Programa de aceleração.
- () Todos os anteriores.
- () Outro. Qual? _____
- () Nenhum apoio externo.

15 – Sua *startup* possui sócios?

- () Não possui.
- () Possui 1 sócio.
- () Possui 2 sócios.
- () Possui mais de 2 sócios.

16 - No momento, qual seu número de colaboradores?

- () Até 5.
- () De 6 a 10.
- () De 11 a 20.
- () Mais de 20.

17 – De acordo com seu planejamento, qual o potencial de crescimento da sua empresa, neste ano, em relação ao do ano passado?

- () Espera crescer até 10%.
- () Espera crescer até 20%.
- () Crescimento em mais de 50%.
- () Crescimento de 100%.
- () Crescimento em mais de 100%.
- () Decréscimo no faturamento.

18 - Qual o ramo de atuação da sua *startup*?

- () Alimentação e Bebidas.



- Vestuário e Calçados.
- Saúde.
- Jogos digitais.
- Informática.
- Entretenimento.
- Marketing* e publicidade.
- Serviços de tecnologia especializadas.
- Outro. Qual? _____

19 – Quais ferramentas abaixo sua *startup* utiliza na sua gestão cotidiana? (Múltipla escolha).

- Análise das demonstrações contábeis.
- Controle de seu fluxo de caixa.
- Planejamento empresarial.
- Planejamento estratégico.
- Reuniões de desempenho.
- Nenhuma.
- Outra ferramenta. Qual? _____