

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS – UNIMONTES
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - CCSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
ESTRATÉGIA EMPRESARIAL - PPGDEE

VINÍCIUS RODRIGUES NEVES

**DISPONIBILIZAÇÃO DE CANAL DE TREINAMENTO EM GESTÃO FINANCEIRA
PARA MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS**

Montes Claros – MG
2022

VINÍCIUS RODRIGUES NEVES

**DISPONIBILIZAÇÃO DE CANAL DE TREINAMENTO EM GESTÃO FINANCEIRA
PARA MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Desenvolvimento Econômico e Estratégia Empresarial da Universidade Estadual de Montes Claros - MG, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Econômico, Estratégia e Finanças Empresariais.

Linha de Pesquisa: Estratégia e Finanças Empresariais

Orientador: Dr. Reginaldo Morais de Macedo

Montes Claros – MG
2022

VINÍCIUS RODRIGUES NEVES

**DISPONIBILIZAÇÃO DE CANAL DE TREINAMENTO EM GESTÃO FINANCEIRA
PARA MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Desenvolvimento Econômico e Estratégia Empresarial da Universidade Estadual de Montes Claros - MG, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Econômico, Estratégia e Finanças Empresariais.

Linha de Pesquisa: Estratégia e Finanças Empresariais

Orientador: Dr. Reginaldo Morais de Macedo

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Reginaldo Morais de Macedo
Universidade Estadual de Montes Claros/UNIMONTES

Examinador Interno: Prof. Dr. Carlos Renato Theóphilo
Universidade Estadual de Montes Claros /UNIMONTES

Examinador Externo: Prof. Dr. Edson Oliveira Neves
Instituto Federal do Norte de Minas – IFNMG / Campus Januária

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo dom da vida e pela alegria de viver;

Aos meus filhos por me fazer ver materializado o amor;

À minha esposa pela compreensão e apoio incondicional;

Aos meus pais pelo imenso amor e dedicação, pois, desde a infância, incentivaram-me;

Aos meus irmãos pelo apoio revigorante, por torcerem sempre por mim;

Aos meus amigos pelas palavras de incentivo, pelo apoio e vibrações positivas;

Aos meus professores, em especial ao meu orientador, pelo estímulo que me faz perseguir meus objetivos.

RESUMO

As micro e pequenas empresas - MPEs desempenham um papel fundamental no contexto econômico e social, pois, além de representarem a maior parte dos empreendimentos formais do país e grande parte desse faturamento, também são responsáveis por geração de riqueza, emprego e renda. Todavia, existe preocupação com relação à permanência das MPEs no mercado, uma vez que são altas as taxas de mortalidade apontadas por órgãos de fomento e estudos acadêmicos. Uma quantidade considerável de MPEs, ao atuar no ambiente de negócio, acaba apresentando vários problemas administrativos e financeiros, isso devido ao fato de não possuírem uma orientação ou mesmo um gerenciamento adequado de seus recursos e ações. Diante dessa realidade, este trabalho buscou disponibilizar um canal, no YouTube, de treinamento em gestão financeira voltado para micro e pequenos empresários. Para a consecução de tal objetivo, primeiramente se mapeou os perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira de MPEs e, ainda, identificou-se as práticas de gestão financeira com maior potencial para agregar melhorias à situação financeira dessas empresas. Posteriormente, analisou-se canais do YouTube voltados para a gestão financeira de MPEs e, por fim, desenvolveu-se vídeos a partir do levantamento das principais práticas de gestão financeira, os quais foram disponibilizados sob a forma de projeto piloto no YouTube. Percebe-se que o uso de recursos audiovisuais pode configurar-se como um dos caminhos para fortalecer uma aprendizagem mais ativa e participativa de conteúdo sobre gestão financeira para MPEs. Entende-se que uma das principais contribuições da presente pesquisa foi possibilitar a avaliação e a proposição de alternativas para a gestão financeira de MPEs, a partir da identificação das principais práticas e ferramentas aplicáveis à realidade dos pequenos negócios. Evidenciou ainda que as informações explanadas nesta pesquisa fornecem suporte aos gestores/proprietários de MPEs na identificação das melhores práticas de gestão financeira de seus empreendimentos e manutenção da longevidade empresarial de seus negócios. Convém ressaltar que o produto dessa dissertação é a construção do canal “sala de emergência empresarial”, onde foi disponibilizado três vídeos inicialmente, a partir das principais práticas de gestão financeira evidenciadas. Sugere-se, sobretudo aos micro e pequenos empresários, a adoção das referidas práticas descritas nesse estudo, as quais foram apresentadas no capítulo 5.

Palavras-chave: Micro e pequena empresa. Mortalidade empresarial. Youtube. Gestão Financeira. Práticas de gestão financeira.

ABSTRACT

Micro and small enterprises - MSEs play a fundamental role in the economic and social context, since, in addition to representing most of the country's formal enterprises and a large part of this revenue, they are also responsible for generating wealth, employment and income. However, there is concern about the permanence of MSEs in the market, since the mortality rates indicated by funding agencies and academic studies are high. A considerable amount of MSEs, when working in the business environment, ends up presenting several administrative and financial problems, due to the fact that they do not have an orientation or even an adequate management of their resources and actions. Given this reality, this work sought to provide a YouTube channel for training in financial management aimed at micro and small entrepreneurs. To achieve this objective, the bibliometric and thematic profiles of the scientific production available in SciELO related to the financial management of MSEs were first mapped and the financial management practices with the greatest potential to add improvements to the financial situation of these companies were identified. . Subsequently, YouTube channels focused on the financial management of MSEs were analyzed and, finally, videos were developed from the survey of the main financial management practices, which were made available in the form of a pilot project on YouTube. It is noticed that the use of audiovisual resources can be configured as one of the ways to strengthen a more active and participatory learning of content on financial management for MSEs. It is understood that one of the main contributions of the present research was to enable the evaluation and proposition of alternatives for the financial management of MSEs, from the identification of the main practices and tools applicable to the reality of small businesses. It also showed that the information explained in this research provides support to managers/owners of MSEs in identifying the best financial management practices of their ventures and maintaining the business longevity of their businesses. Business emergency, where three videos were initially made available, based on the main financial management practices highlighted. It is suggested, above all to micro and small entrepreneurs, the adoption of the referred practices described in this study, which were presented in chapter 5.

Keywords: Micro and small companies. Business mortality. Youtube. Financial management. Financial management practices.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Página principal do site YouTube	42
Figura 2 - Página de pesquisa do YouTube	47
Figura 3 - Nuvem de palavras (descritores)	54
Figura 4- Página inicial do canal FnP Finanças - Finanças na Prática.....	64
Figura 5- Página inicial do canal Monica Serra – Finanças.....	65
Figura 6- Página inicial do canal Robson Pezzini.....	67
Figura 7- Página inicial do canal Incrédulo Financeiro - Ricardo Rochman	68
Figura 8- Página inicial do canal Me Explica Contador?	70
Figura 9- Página inicial do canal Manoel Estevam.....	71
Figura 10- Página inicial do canal Wendell de Lima.....	72
Figura 11- Página inicial do canal True Giants.....	73
Figura 12- Página inicial do canal Pensar Contábil	74
Figura 13- Página inicial do canal SOS Contábeis.....	75
Figura 14- Página inicial do canal Finança Simples com Jorge Luiz.....	77
Figura 15- Página inicial do canal Administrando com Rodrigo Gemenes.....	78
Figura 16 - Aspectos da página inicial do canal Sala de Emergência Empresarial ...	84
Figura 17 - Vídeo postado no canal Sala de Emergência Empresarial – Fluxo de Caixa	85
Figura 18 - Vídeo postado no canal Sala de Emergência Empresarial – 7 erros da gestão financeira	86
Figura 19 - Aspectos iniciais da PLAYLISTS do canal Sala de Emergência Empresarial	87

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Distribuição dos artigos por ano de publicação	51
Gráfico 2 - Distribuição logarítmica dos artigos pelos periódicos	52
Gráfico 3- Publicações por Periódico (> 15) entre 1990 e 2021	53
Gráfico 4- Comparação entre projeção de Zipf e dados reais	55
Gráfico 5- Intervalos de número de páginas publicadas por artigos.....	56
Gráfico 6- Projeção segundo Lotka comparada aos dados analisados.....	58
Gráfico 7- Distribuição dos canais por inscritos.....	62
Gráfico 8- Distribuição dos canais selecionados por inscritos e vídeos publicados ..	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Porte das empresas por número de funcionários e setor de atividade econômica.....	18
Quadro 2 - Classificação das MPEs quanto à Receita Operacional Bruta (ROB).....	19
Quadro 3 – Classificação das Micro e Pequenas Empresas quanto ao Porte, conforme Critérios quantitativos.....	19
Quadro 4- Resultados comparativos: Variáveis que contribuem para a sobrevivência/mortalidade das empresas.....	24
Quadro 5 - Função do gestor financeiro.....	27
Quadro 6 - Resumo sobre os enfoques das pesquisas nacionais realizadas sobre o tema gestão financeira em MPEs.....	29
Quadro 7- As práticas de gestão financeira mais citadas pelos autores para MPEs	60
Quadro 8 - Resumo dos canais analisados.....	78

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Distribuição de coautores por publicações.....	51
Tabela 2- Frequência de uso dos descritores (palavras-chave).....	54
Tabela 3– Distribuição das palavras-chave mais utilizadas ao longo do período analisado.....	55
Tabela 4 - Artigos por autores no período analisado.....	56
Tabela 5- Publicações dos autores mais prolíficos no período pesquisado	57
Tabela 6- Canais do YouTube selecionados para análise	62

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1. As micro e pequenas empresas	17
2.1.1. Classificação e importância no cenário econômico de MPEs	17
2.1.2. Mortalidade e sobrevivência das MPEs	21
2.2. Gestão financeira	25
2.2.1. Planejamento e controle financeiro	25
2.2.2. Gestão financeira em MPEs	28
3. CONSIDERAÇÕES SOBRE A FERRAMENTA YOUTUBE	38
3.1. A plataforma YouTube	38
4. METODOLOGIA	44
4.1. Tipo de pesquisa	44
4.2. Métodos e procedimentos	45
4.2.1. Cumprimento do primeiro objetivo específico	45
4.2.2. Cumprimento do segundo objetivo específico	46
4.2.3. Cumprimento do terceiro objetivo específico	47
4.2.4. Cumprimento do quarto objetivo específico	48
5. RESULTADOS DO ESTUDO	50
5.1. Perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira de MPEs.	50
5.2. Práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias à situação financeira das MPEs	59
5.3. Análise de canais do YouTube voltados para a gestão financeira de MPEs	61
5.3.1. Análise e inferências sobre os canais selecionados	78
5.4. Projeto piloto: “Sala de emergência empresarial”	83
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
REFERÊNCIAS	92
APÊNDICES	101

1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas (MPEs) têm posição de destaque no mercado empresarial por contribuírem significativamente para a sociedade, através da geração de empregos, estímulos competitivos e inovações, além de demonstrarem vital participação no setor macroeconômico nacional (MATIAS, 2002; MACHADO, 2010; SANTOS, 2010).

Para o estudo em questão, a definição do porte de micro e pequena empresa será realizada com base na receita bruta anual, de acordo com a classificação adotada pela Lei Complementar n.º 123/2006, alterada pela Lei complementar nº 87/2011, a qual também é conhecida como Estatuto das Micro e Pequenas Empresas.

No Brasil, segundo pesquisa divulgada em 2016 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em parceria com o Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), são criados anualmente mais de 1,2 milhões de novos empreendimentos formais. Desse total, cerca de 99% são micro e pequenas empresas e empreendedores individuais, sendo elas as principais geradoras de riqueza no comércio, visto que respondem por 53,4% do produto interno bruto (PIB) desse setor.

Nesse contexto, as MPEs brasileiras empregam 60% da mão de obra e respondem por 42% do total dos salários pagos, contribuindo com 28% do faturamento do setor privado, 20% do PIB nacional e 2% do valor das exportações (SEBRAE, 2014).

Contudo, mesmo diante da sua relevância, existem preocupações com relação à permanência das MPEs no mercado. Dados de uma pesquisa efetuada pelo SEBRAE (2016) demonstram que mais da metade (53%) delas encerram suas atividades antes do fim do terceiro ano.

Há uma quantidade considerável de estudos que versam sobre assuntos inerentes à mortalidade empresarial, tendo em vista que, além de possuir elevado prestígio no mundo dos negócios, esse assunto vem, ao longo dos anos, ganhando espaço nas discussões da esfera acadêmica, sendo, portanto, analisado sob diferentes ângulos em estudos heterogêneos e originais.

Assim sendo, trazemos algumas pesquisas, dentre as quais estão: Ercolin (2007) com a “análise dos fatores financeiros determinantes da mortalidade de MPEs”; Silva (2010) que investigou o “ciclo de vida das organizações através do estudo Sinais de longevidade e mortalidade de micro e pequenas indústrias na região de Contagem – MG”; Carvalho e Fonseca (2010) que buscaram “analisar os determinantes da entrada e sobrevivência das empresas no Brasil”; Oliveira (2010) com a “Longevidade Empresarial e Características Comportamentais Empreendedoras: uma análise das micro e pequenas empresas de Teófilo Otoni e região”; Melo Júnior (2012) com o “propósito de analisar a longevidade das MPEs prestadoras de serviços”; Albuquerque (2013) com o objetivo de estudar “os fatores de mortalidade com Pequenas Empresas: Análise de Empresas do Setor Varejista a Partir do Ciclo De Vida Organizacional”; Carmo, Santos e Lima (2013) seguindo a linha de estudo sobre a “sobrevivência de MPEs mineiras”; Conceição, Saraiva e Fochezatto (2016) os quais averiguaram sobre “Sobrevivência Empresarial e Capital Humano”; Alvarenga (2016) estudou “os fatores Contribuintes para a Mortalidade das MPEs do Estado do Maranhão”; SEBRAE (2016) por meio da “Sobrevivência das empresas no Brasil”; Freitas e Amoedo (2017) que apuraram o “Empreendedorismo e Desenvolvimento Local: Um Estudo sobre a Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Município de Parintins-AM”.

Dentre os fatores associados ao encerramento precoce das atividades das MPEs, serão enfatizados os problemas associados à gestão financeira dessas empresas.

A administração financeira tem apresentado importância crescente para as empresas de pequeno e médio porte, haja vista que o sucesso empresarial demanda cada vez mais o uso de práticas financeiras apropriadas (SANTOS, 2010).

Evidências encontradas na literatura, tais como na de Machado (2010), Gitman (2010), Matarazzo (2010), Silva (2012) e Marion (2012), sugerem que os controles financeiros são considerados um dos principais instrumentos de análise de gestão empresarial, pois auxiliam o empresário na tomada de decisões, proporcionando o desenvolvimento das habilidades gerenciais e criando condições para a obtenção de melhores resultados em seu empreendimento.

O planejamento dos recursos financeiros representa uma das principais atividades da empresa, visto que envolve uma série de decisões futuras que devem estar embasadas em informações confiáveis capazes, portanto, de oferecer orientação para a direção tomada pela organização, possibilitando, assim, a melhor gestão dos recursos disponíveis e, por conseguinte, um melhor desempenho organizacional (MACHADO, 2010).

Muitos empreendedores têm dificuldade em lidar com a gestão financeira, tendo em vista que não dão ênfase à importância do controle e de seu gerenciamento (MACHADO, 2010; MARION, 2012). Cabe salientar que a gestão financeira das empresas é tratada atualmente como um fator de competitividade e como forma estratégica de diferenciais no universo corporativo, por isso, muitas vão à falência justamente por não saberem administrar essa importante ferramenta de gestão. (MATARAZZO, 2010).

As MPEs deparam-se com situações financeiras desfavoráveis (SÁ, 2014), haja vista que algumas operam com um déficit de caixa, outras com excesso de recursos e, muitas vezes, sem controle para direcionar a gestão. Portanto, é necessária uma atenção especial por parte desses gestores, a fim de alcançar um melhor direcionamento de suas atividades, pois a administração ineficiente dos recursos afeta o desempenho e o bem-estar da empresa, pondo em risco sua sobrevivência.

As principais razões de falências ou insucessos de uma empresa estão ligadas à falta de planejamento financeiro (MARION, 2012). É notório que essas instituições de micro e pequeno porte necessitam de modelo de gestão que represente de forma simplificada e objetiva os princípios básicos que norteiam a organização e que servem de referência para o planejamento, o controle e a tomada de decisão no negócio (MACHADO, 2010).

A falta de capacitação em gestão empresarial é uma das causas da falência de tais empreendimentos (SEBRAE, 2016). Nesse contexto, observa-se que os proprietários dos pequenos e médios negócios carecem de capacitação, contudo, mesmo diante dos esforços do SEBRAE e de outros órgãos para realizar ações desse tipo, ainda são necessárias mais campanhas que alcancem um maior número de

empreendedores, visando aumentar a profissionalização da gestão, reduzindo, assim, a mortalidade das MPEs (FERREIRA, 2016).

No âmbito deste trabalho entende-se que a exploração de um ambiente especificamente voltado para gestão financeira de micro e pequenos empresário, o qual possibilite a construção do conhecimento feita de forma integrada, contribuindo, desse modo, para a disseminação do conhecimento, a melhora na tomada de decisão e o aumento da longevidade desse negócio, pode favorecer a redução das principais dificuldades vivenciadas pelo público em questão.

Objetivando contribuir para a superação desses problemas, o presente trabalho busca investigar as potencialidades de um canal temático do YouTube direcionado aos micro e pequenos empresários, cuja abordagem seja pautada na gestão financeira de seus empreendimentos, considerando suas aplicações cotidianas, direcionando, inspirando e conduzindo abordagens de temas fundamentais com maior potencial de agregar melhorias e esse empreendimento. A proposta baseia-se na construção de vídeos para serem disponibilizados na plataforma YouTube.

Destaca-se que o YouTube é o maior site de hospedagem de vídeos do mundo que, além da produção audiovisual, ainda contempla a participação e a interação entre seus públicos. Nessa conjuntura, ele surge como facilitador para difundir vídeo pela internet, com característica de propagabilidade que enfatiza a produção de conteúdo em formatos de fácil compartilhamento (JENKINS et.al., 2014, apud FRANKENBERGER, 2018).

A relevância do YouTube também se mostra no que tange ao comportamento dos indivíduos na web, na dimensão do alcance e na interatividade. Observa-se frequentemente que milhares de pessoas iniciaram seu canal despreziosamente e ganharam com o tempo largas dimensões, ultrapassando as barreiras geográficas e alcançando um público inimaginável. Em outras palavras, ele representa uma ferramenta de transformação da realidade pessoal e social também de micro e pequenos empresários (MATOS, 2020).

Um dos aspectos levado em consideração para a escolha da plataforma YouTube foi a democratização, tendo em vista que essa plataforma permite que qualquer pessoa com um computador possa participar, assistir, comentar ou mesmo

fazer o upload e compartilhamento de vídeos, e nesse cenário surge uma possibilidade única para educadores.

Ao mesmo tempo, podemos destacar que, com a disseminação das Redes Sociais na Internet - RSI¹, surge a possibilidade de utilizá-las de maneira pedagógica num contexto educacional, a fim de contribuir para o processo de ensino-aprendizagem também de empresário (DANTAS; COSTA, 2014)

Isso posto, torna-se relevante reforçar a ideia de que o trabalho em questão pode utilizar os recursos tecnológicos disponíveis, agregando valor à capacitação de empresários. Destacamos ainda o impacto cultural que as novas tecnologias da informação e comunicação estão proporcionando à sociedade, haja vista que, a partir da cultura digital, as relações humanas estão mudando.

Em síntese, propõe-se a criação de um canal que reunirá informações de maneira sistematizada e com possibilidade de engajamento, no qual seja usada uma linguagem acessível que possa servir de roteiro para fazer gestão, e cuja funcionalidade caracterize-o como um recurso importante para viabilizar a abordagem da proposta.

Desse modo, o principal objetivo deste trabalho é disponibilizar, no YouTube, um canal de treinamento em gestão financeira voltado para micro e pequenos empresários.

Tencionando alcançar o objetivo geral proposto, são definidos os seguintes objetivos específicos: I) mapear os perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira de MPEs; II) identificar as práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias à situação financeira das MPEs; III) analisar canais do YouTube voltados para a gestão financeira de MPEs; IV) desenvolver vídeos com foco na gestão financeira empresarial e, a partir dos levantamentos propostos no objetivo específico III, disponibilizar sob a forma de projeto piloto no YouTube.

¹ RSI - Rede Social na Internet e definido por Recuero (2009) como um conjunto de atores e suas conexões.

O presente estudo foi estruturado em seis capítulos, sendo esta introdução o primeiro e as considerações finais o último. O segundo capítulo, referente à fundamentação teórica, foi estruturado a partir de publicações teóricas consolidadas e pertinentes ao tema em estudo, com o intuito de fornecer embasamento teórico que sustente a análise relacionada às dificuldades das MPEs e às ferramentas de gestão e controle financeiro.

O terceiro capítulo, as considerações sobre a ferramenta YouTube, faz uma discussão da ferramenta, apresentando seu crescimento e suas principais características. No quarto capítulo, 'Metodologia', são relacionados os métodos, os instrumentos e os procedimentos de pesquisa adotados para a realização de cada etapa ou fase do estudo. Através do quinto capítulo, são apresentados os resultados e a discussão do estudo, sendo: I) perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionados à gestão financeira de MPEs; II) práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias à situação financeira das MPEs; III) análise dos canais do YouTube voltados para a gestão financeira de MPEs; IV) Projeto piloto: canal "Sala de emergência empresarial".

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo é composto por três seções. Na primeira, foi realizada uma abordagem literária referente à característica, importância, especificação de porte, mortalidade e sobrevivência das micro e pequenas empresas, demonstrando aspectos da conjuntura econômica na qual estão inseridas. Na sequência, a segunda seção aborda uma pesquisa bibliográfica, buscando identificar as principais práticas de gestão e de controle financeiro empregados nas MPEs. Posteriormente, a última seção apresenta um estudo das características das micro e pequenas empresas.

2.1. As micro e pequenas empresas

2.1.1. Classificação e importância no cenário econômico de MPEs

O propósito desse tópico é explorar as definições de micro e pequenas empresas e suas características, tendo em vista que não há apenas um critério usado para defini-las e caracterizá-las. Assim sendo, entidades governamentais, bancos e entidades de classes utilizam diferentes variáveis nessa definição (MATIAS; LOPES; JUNIOR, 2002).

No entendimento de Carvalho (2008), os critérios de classificação de empresas podem ser divididos em quantitativos e qualitativos, utilizando as seguintes características: número de empregados; faturamento/ receita bruta; patrimônio líquido; capital social e nível de investimento fixo, sendo as primeiras mais largamente utilizadas pelos diversos órgãos públicos e privados.

A classificação e o enquadramento de uma empresa como MPE a partir de parâmetros quantitativos são feitos por diversos órgãos de fomento ligados ao poder público, bem como por legislações e resoluções específicas (LEI 123, 2006; MINAS GERAIS – LEI 20826, 2013; SEBRAE/DIEESE, 2013; BNDES, 2015; IBGE, 2017).

O SEBRAE (2017) utiliza como critério o número de empregados, distinguindo o setor de indústria do setor de comércio e serviço e modifica o porte de acordo com

o quantitativo de empregados e setor econômico. Esse critério pode ser acompanhado no quadro 1.

Quadro 1 - Porte das empresas por número de funcionários e setor de atividade econômica

PORTE	INDÚSTRIA	COMÉRCIO E SERVIÇOS
Micro	Até 19 empregados	Até 9 empregados
Pequenas	De 20 a 99 empregados	De 10 a 49 empregados

Fonte: SEBRAE (2017)

Para o enquadramento das condições de suas linhas e programas de financiamento, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES adota a classificação das empresas quanto ao porte, utilizando como critério o faturamento anual destas ou do grupo econômico em que estão inseridas. Desse modo, constituem microempresas aquelas que faturam até R\$ 2,4 milhões por ano e pequenas empresas as que auferem anualmente acima de R\$ 2,4 até R\$ 16 milhões (BNDES, 2015).

O Cadastro Central de Empresas – CEMPRE, que é um estudo sobre a demografia de empresas no ano de referência 2015 feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, classifica o porte das MPEs com base na faixa total de funcionários assalariados que compõe o quadro de pessoal. Assim, são consideradas como empresas de pequeno porte as que possuem de 1 a 9 funcionários (IBGE, 2017).

Já a Lei Complementar n.º123/2006, alterada pela Lei complementar nº 87/2011 também conhecida como Estatuto das Micro e Pequenas Empresas, serve de base para diversos entendimentos atuais e também é largamente utilizada para fins jurídicos e comerciais, define:

Como microempresa o empresário e a pessoa jurídica com receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), e como empresa de pequeno porte o empresário e a pessoa jurídica com receita bruta anual entre R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) (LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006 ART.3º INCISOS I E II).

Quadro 2 - Classificação das MPEs quanto à Receita Operacional Bruta (ROB)

PORTE	Até 2011	A partir de 2012
Micro	Até R\$ 240 mil	Até R\$ 360 mil
Pequenas	Até R\$ 2,4 milhões	Até R\$ 3,6 milhões

Fonte: Receita Federal (2018).

A promulgação da Lei Complementar n.º123/2006 ocorreu em função da necessidade de assegurar aos micros e pequenos empresários tratamento jurídico diferenciado e simplificado no que tange à administração dos diversos tributos e na aquisição de créditos no mercado, facilitando o desenvolvimento dessas categorias de empresas. O referido tratamento diferenciado constitui-se numa ação de extrema importância, pois facilita a constituição e gestão das empresas de micro e pequeno porte.

O Quadro 3 exibe as principais classificações por parâmetros quantitativos, haja vista que os critérios prioritariamente adotados são: faturamento anual, quantidade de empregados e setor econômico.

Quadro 3 – Classificação das Micro e Pequenas Empresas quanto ao Porte, conforme Critérios quantitativos

Órgão	Critério	Microempresa	Pequena Empresa
BNDES	Faturamento anual	R\$ 2,4 milhões	Acima de R\$ 2,4 milhões e até R\$16 milhões
MERCOSUL	Quantidade de empregados e faturamento anual e setor econômico	Indústria: Até 10 funcionários e faturamento anual de até U\$S 400.000,00 Comércio e serviços: até 05 funcionários e faturamento anual de até U\$S 200.000,00	Indústria: Entre 11 a 40 funcionários e faturamento de U\$S 400.001,00 a U\$S 3.500.000,00 Comércio e serviços: Entre 6 a 30 funcionários e faturamento de U\$S 200.001,00 a U\$S1.500.000,00
IBGE	Quantidade de empregados	-	1 a 9 funcionários
Lei Geral das MPEs – Brasil	Faturamento anual	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00	Superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00

Estatuto Mineiro da Microempresa e da Empresa Pequeno Porte	Faturamento anual	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00	Superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00
ANVISA	Faturamento anual	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00	Superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00
Banco do Nordeste	Faturamento anual	Igual ou inferior a R\$ 360.000,00	Superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00
SEBRAE	Setor econômico e a quantidade de empregados	Comércio e serviços: de 2 a 9 funcionários Indústria: De 2 a 19 empregados	Comércio e serviços: De 10 a 49 funcionários Indústria: De 20 a 99 funcionários

Fonte: BNDES (2015); MERCOSUL (1998); IBGE (2017); Brasil – Lei 123 (2006); Minas Gerais – Lei 20826 (2013); Sebrae/DIEESE (2013); BNB (2018) e ANVISA (2018).

Os dados descritos das MPEs mostram o quanto, elas são essenciais ao crescimento econômico do país, pois predominam em termos quantitativos em relação as grandes empresas, são responsáveis por grande parte da geração de empregos, contribuem significativamente para a formação do PIB brasileiro e são palcos de treinamento para a qualificação da mão de obra nacional.

As empresas de micro e pequeno porte têm posição de destaque por contribuírem de maneira significativa para a sociedade com empregos, estímulos competitivos, inovações, além de demonstrar uma vital participação na economia do país (MACHADO, 2010).

Conforme dados do SEBRAE (2017), as MPEs respondem por importante parcela da economia brasileira, uma vez que representam 70% das vagas de empregos geradas por mês, sendo o grupo que mais gerou ocupações no último ano, do total das empresas no país, 40% da massa salarial é paga por essas empresas. Para comprovar ainda mais a importância desse segmento, as MPEs concebem 25% do produto interno bruto (PIB) brasileiro, correspondendo a 98,5% do total das empresas privadas. Com o quantitativo alto do número desse tipo de empresas surge também o aumento do índice de mortalidade dessas.

2.1.2. Mortalidade e sobrevivência das MPEs

No que tange às informações sobre a sobrevivência das empresas e seus condicionantes, ou seja, sobre o que distingue as experiências bem-sucedidas e quais as restrições que pesam sobre o crescimento das empresas e sua consolidação no mercado, existem poucos estudos que versas sobre o tema (IBGE, 2017).

A mortalidade está relacionada ao encerramento das atividades empresariais e falência do negócio que, de acordo com Fazzio Júnior (2010), “é o reconhecimento jurídico da inviabilidade da empresa, representando o estágio final de sua existência” (FAZZIO JÚNIOR, 2010, p.177). Para Carmo, Santos e Lima (2013), “a mortalidade das MPEs traz, entre outras consequências diretas para a economia, a perda de investimentos e arrecadação, o desemprego, e, ainda, impactos negativos no desenvolvimento da produção interna do país” (CARMO; SANTOS; LIMA, 2013, p. 34).

Não obstante sua grande relevância para o cenário nacional, estadual e regional, os micros e pequenos negócios passam por muitas dificuldades para se estabelecer e crescer no mercado. O resultado de uma pesquisa efetuada pelo SEBRAE (2016) demonstrou que 29% das micro e pequenas empresas não chegam a concluir o primeiro ano de atividade, 42% não atingem até o final do segundo ano, 53% encerram suas atividades antes do fim do terceiro ano, 56% não ultrapassam o quarto ano e esse percentual (56%) se repete no quinto ano de atividade.

Um dos principais fatores que provocam a mortalidade das micro e pequenas empresas é a ausência de uma gestão empresarial eficaz (VIEIRA, 2002, p. 100)

Todavia, Carvalho (2008) afirma que vários são os motivos que ocasionam a falência empresarial: falta de capital de giro, dificuldade em obter financiamento, falta de mão de obra especializada, mudanças na política econômica do país, dentre outros. Quase sempre o problema está relacionado à falta de capital e à maneira improvisada de planejar e gerenciar os micros e pequenos negócios.

Segundo estudos realizados pelo SEBRAE (2012), de Norte a Sul do Estado de Minas Gerais abrangendo 511 MPE's, de todos os ramos de atividades em 2011, a maior dificuldade enfrentada pelos empresários está centrada na gestão

empresarial, uma vez que cerca de 60% dos entrevistados afirmaram que possuem algum tipo de endividamento e 71% não realizam planejamento estratégico na empresa para os próximos três anos.

Nesse cenário, os controles com processo e procedimento ganham um destaque peculiar no panorama das MPE's. À priori, é preciso entender os fatores internos que potencializam o negócio, bem como suas fragilidades que poderão implicar em perda de eficiência.

As MPEs têm exigido, cada vez mais, dos empreendedores a pro-atividade em relação a sua forma de agir ou de identificar antecipadamente as oportunidades de mercado. E para que consigam êxito nos negócios, uma alternativa essencial é a inovação, visto que a execução de novas estratégias poderá colaborar de forma significativa para o sucesso de uma organização (SCHUMPETER, 1982).

Schumpeter (1982) descreve um dos iniciais registros sobre inovação “[...] novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção, ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica” (SCHUMPETER, 1982, p. 9). Segundo o Manual de Oslo (1997), inovação corresponde

a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho, ou nas relações externas. (MANUAL DE OSLO, 1997, p. 55).

Inovação não significa somente a abertura de novos mercados, mas também e especialmente a criação de novos procedimentos com a finalidade de manter os mercados já estabelecidos (DORNELAS, 2008). A mesma opinião é compartilhada por Mattos e Guimarães (2012), os quais salientam que definir esse termo apenas como a criação e lançamento de novos produtos é muito limitado, pois é essencial envolver também novas táticas de operacionalização e controle de processos.

É cobrada das empresas uma nova dinâmica do mercado, cujo traço marcante é a permanente transformação (SCHUMPETER, 1982, apud SILVA, 2010):

Essa se dá por meio de novas mercadorias, novas técnicas de produção, novas fontes de suprimentos, novos meios de transporte, novas fontes de

energia, novos mercados, novas formas de organização etc. Em outras palavras, novos modos mais eficientes que os velhos (SCHUMPETER apud SILVA, 2010, p. 210).

As transformações são preponderantes na manutenção da organização no mercado competitivo. A declaração da estratégia de acordo com o ambiente organizacional e oposições de longo prazo surge como um pilar para formalizar a intenção de futuro da organização em detrimento de suas atividades passadas e atuais. A determinação de processos de controles financeiros poderá ajudar as organizações, através de análises e tomada de decisão, a mitigar os riscos negativos e potencializar suas oportunidades sem cenários complexos e desafiadores.

Nesse contexto, o empresário tem maior chance de ser bem-sucedido na medida em que seus conhecimentos, habilidades e atitudes estejam em constante desenvolvimento.

As principais dificuldades e problemas associados às empresas de menor porte são a pequena escala de produção, falta de recursos e capital de giro, obsolescência de equipamentos, menores chances e possibilidade de expansão, desconhecimento de práticas de gestão e incentivos governamentais (CARVALHO, 2008). O SEBRAE (2014), em pesquisa “CAUSA MORTIS”, revelou que o principal motivo de mortalidade das empresas está ligado à falta de planejamento, gestão empresarial e comportamento empreendedor.

Já uma pesquisa realizada em 2016, entre os meses de julho e agosto com 2.006 empresas ativas e inativas criadas nos anos de 2011 e 2012, com o propósito de identificar os fatores que determinam a sobrevivência das empresas revelou que o negócio resulta da contribuição de um conjunto de fatores (SEBRAE, 2016).

O quadro 4 abaixo apresenta com mais detalhes alguns desses fatores de sobrevivência/mortalidade das empresas. Pode-se verificar que entre as empresas que fecharam existe um percentual maior de empreendedores que estavam desempregados antes de abri-las, com pouca experiência no ramo, abrindo o negócio por necessidade, sem investir em capacitação de mão de obra e com menos tempo para planejar o negócio.

Quadro 4- Resultados comparativos: Variáveis que contribuem para a sobrevivência/mortalidade das empresas

Fatores contribuintes		Empresas ativas	Empresas inativas
SITUAÇÃO ANTES DA ABERTURA	CONDIÇÃO ANTERIOR DO EMPRESÁRIO	MENOR proporção de desempregados (21%)	MAIOR proporção de desempregados (30%)
	EXPERIÊNCIA ANTERIOR DO EMPRESÁRIO	MAIOR proporção de pessoas com experiência anterior no mesmo ramo (71%)	MENOR proporção de pessoas com experiência anterior no mesmo ramo (64%)
	MOTIVAÇÃO PARA ABRIR O NEGÓCIO	MENOR proporção dos que abriram por exigência de cliente/fornecedor (12%)	MAIOR proporção dos que abriram por exigência de cliente/fornecedor (23%)
		MAIOR proporção dos que abriram porque identificaram oportunidade ou porque desejavam ter o próprio negócio (59%)	MENOR proporção dos que abriram porque identificaram oportunidade ou porque desejavam ter o próprio negócio (49%)
PLANEJAMENTO	TEMPO MÉDIO DE PLANEJAMENTO ANTES DE ABRIR A EMPRESA	11 meses	8 meses
	RECURSOS	MAIOR proporção que negociou prazos com fornecedores ou obteve empréstimo em bancos (39%)	MENOR proporção que negociou prazos com fornecedores ou obteve empréstimo em bancos (23%)
GESTÃO DO NEGÓCIO	A EMPRESA COSTUMAVA COM MUITA FREQUENCIA ...	Aperfeiçoar sistematicamente seus produtos e serviços às necessidades dos clientes (95%)	Aperfeiçoar sistematicamente seus produtos e serviços às necessidades dos clientes (84%)
		Investir na capacitação da mão de obra e dos sócios (69%)	Investir na capacitação da mão de obra e dos sócios (52%)
		Estar sempre atualizado com respeito às novas tecnologias do seu setor (89%)	Estar sempre atualizado com respeito às novas tecnologias do seu setor (78%)
		Realizar um acompanhamento rigoroso da evolução das receitas e das despesas ao longo do tempo (74%)	Realizar um acompanhamento rigoroso da evolução das receitas e das despesas ao longo do tempo (65%)
		Diferenciar produtos e serviços (31%)	Diferenciar produtos e serviços (24%)
CAPACITAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL		MAIOR proporção que fez algum curso para melhorar o conhecimento sobre como administrar um negócio, enquanto tinha a empresa (51%)	MENOR proporção que fez algum curso para melhorar o conhecimento sobre como administrar um negócio, enquanto tinha a empresa (34%)

Fonte: Sebrae (2016).

Em uma análise generalizada, algumas teorias divergem a respeito da capacidade de sobrevivência no mundo contemporâneo das MPEs brasileiras, isso pelo fato de terem como características a baixa qualidade gerencial, gestão informal e escassez de recursos (CEZARINO; CAMPOMAR, 2007).

Ademais, o aperfeiçoamento da gestão financeira nas MPEs pode gerar informações relevantes para despertar o desejo de implementar novas técnicas de gestão que busquem a longevidade de um segmento fundamental na economia do país, atuando na redução de problemas sociais, na diminuição das taxas de desemprego, na melhor distribuição de renda e no desenvolvimento de pequenas e médias comunidades, até então incapazes de atrair as grandes empresas (CARVALHO, 2008).

2.2. Gestão financeira

2.2.1. Planejamento e controle financeiro

Para trabalhar de maneira efetiva, as pessoas de uma organização precisam de informações do montante de recursos empregados, por conseguinte, a contabilidade surge como um dos instrumentos principais de uma empresa na tomada de decisão. As demonstrações contábeis fornecem uma série de dados que possibilitam verificar a situação financeira e econômica da empresa. Contudo, para realizar uma análise é preciso transformar esses dados em informações (CHING, 2010).

O balanço patrimonial é uma equação contábil básica em que o ativo (representa todos os bens e direitos da empresa) deverá ser igual a soma do seu passivo (representa todas as obrigações exigíveis) e do seu patrimônio líquido (SILVA, 2012, p. 22).

Para o Comitê de Pronunciamentos Contábeis² o objetivo das demonstrações contábeis é

[...] fornecer informações sobre a posição patrimonial e financeira, o desempenho e as mudanças na posição financeira da entidade, que sejam úteis a um grande número de usuários em suas avaliações e tomadas de decisão econômica. (ESTRUTURA CONCEITUAL CPC 00, 2008, p.7)

A contabilidade gerencial é um segmento relacionado à área de controle e gerenciamento cujo objetivo é transmitir informações para seus administradores. Em síntese, a contabilidade gerencial mostra a necessidade de se ter acesso às informações úteis que permitam ao gestor administrar sua empresa de maneira eficiente. “A função da contabilidade gerencial na criação de valores para o acionista é auxiliar no gerenciamento da empresa para alcançar resultados positivos” (PADOVEZE, 2010, p. 30).

O referido autor ainda enfatiza que a contabilidade gerencial é uma ferramenta de auxílio para a vida econômica das empresas que tem como objetivo auxiliar o administrador nas funções gerenciais, colaborando para o sucesso dela.

Os administradores podem utilizar as informações geradas pelas escriturações contábeis como fator favorável na competitividade em relação aos seus concorrentes, usando como base métodos quantitativos para traduzir demonstrações contábeis e para transformar números em informações relevantes na tomada de decisão administrativa, bem como na estratégia do negócio.

Ferronato (2015, p. 254 apud FERREIRA, 2016, p. 23) afirma que:

[...] apropriar-se dos conceitos de finanças corporativas significa dispor o pequeno empresário de um poderoso instrumento administrativo. Pela sua natureza, profusão de teorias e de ferramentas financeiras, essa peculiaridade nos remete a ampliar o escopo do capítulo, notadamente no sentido de afirmar que o domínio das melhores práticas de gestão financeira é crucial para a potencialização de qualquer projeto micro empresarial (FERRONATO, 2015, p. 254, apud FERREIRA, 2016, p. 23).

² O Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC, criado pela resolução CFC n.º 1.055/05, tem como objetivo o estudo, o preparo e a emissão de Pronunciamentos Técnicos sobre procedimentos de Contabilidade e a divulgação de informações dessa natureza, ele foi idealizado a partir da união de esforços e comunhão de objetivos das várias entidades que regulam normas contábeis no Brasil.

Com o planejamento, as improvisações são banidas do processo, e com o controle e a avaliação constantes, podem-se detectar problemas antes mesmo que eles aconteçam (ÁVILA, 2003).

É importante que os empreendedores realizem antes de iniciar seu negócio um planejamento prévio, na forma de um plano de negócio bem estruturado e adequado ao mercado que pretende atuar. Uma das mais importantes atividades do gestor é a de planejar, tendo em vista que é preciso estar sempre atento às necessidades do mercado, e isso inclui a expectativa dos clientes, inovações e busca por apoio de profissionais e de órgãos responsáveis em auxiliar quando aparecerem problemas de difícil solução (CHIAVENATO, 2014).

Logo, o planejamento é primordial para qualquer tipo de empresa, pois ele é necessário em todos os setores da organização, principalmente nas atividades da área financeira.

De fato, uma eficiente gestão financeira é considerada um requisito primordial para quaisquer empresas, independentemente do porte, pois proporciona informações relevantes para tomada de decisão e, conseqüentemente, pode ser um diferencial para otimização dos resultados e também para sua sobrevivência (GITMANN, 2010; FERRONATO, 2015; e LUCATO, 2003 apud FERREIRA, 2016).

O planejamento financeiro possui dois objetivos: o primeiro visa garantir que não faltarão recursos para que a empresa honre seus compromissos e o segundo refere-se à diminuição do montante de recursos pouco utilizados e disponíveis. Com o negócio já montado, um bom planejamento financeiro por parte do gestor passa a ser imprescindível (SÁ, 2014).

As principais funções do gestor financeiro são (MAXIMIANO, 2011, p.85):

Quadro 5 - Função do gestor financeiro

Investimento	Avaliação e escolha de alternativas de aplicação de recursos.
Financiamento	Identificação e escolha de alternativas de fontes de recursos.
Controle	Acompanhamento e avaliação dos resultados financeiros das operações.
Destinação dos resultados	Seleção de alternativas para utilização dos resultados financeiros da empresa.

Fonte: Maximiano (2011, p. 85).

Ainda que as MPEs tenham um controle quase sempre centralizado nos seus dirigentes, eles necessitam de orientação e informações que validem suas decisões empresariais. Pouco valor é dado à demonstração financeira, principalmente pelas empresas de micro e pequeno porte (MARION, 2010).

Nelas o empreendedor tende a assumir as responsabilidades das funções de gestor financeiro, posto que muitas dessas decisões estão centradas em questões de segurança ou na falta de confiança nas pessoas. À medida que as empresas se desenvolvem torna-se impossível não ter uma pessoa específica para a função, se considerada a necessidade constante de negociação com os agentes financeiros, clientes e fornecedores (MENDES, 2009, p.211 apud, FERREIRA, 2016, p. 23)

2.2.2. Gestão financeira em MPEs

Autores como Lucato (2003), Hoji (2011), Rodrigues (2013) e SEBRAE (2014), através da pesquisa realizada com empresários de várias unidades da federação brasileira, demonstram que o tema “problemas financeiros” impacta fortemente na gestão das MPEs.

Entender os conceitos, as técnicas e as práticas da administração financeira permitirão a implementação de novas estratégias gerenciais. Como a maioria das decisões gerenciais é medida em termos financeiros, o administrador financeiro representa um papel central na operação da empresa. A partir de ferramentas de gestão financeira é possível realizar previsões, analisar decisões, além do desenvolvimento de tarefas e avaliação das necessidades e oportunidades de investimento (GITMAN, 2010).

A gestão empresarial eficiente das MPEs está ligada diretamente à compreensão das finanças corporativas, bem como ao sucesso ou fracasso nos negócios, uma vez que passa pela forma como o empresário conduz as decisões financeiras (MACHADO, 2010).

Na sequência, será apresentado o quadro 06, que apresenta um resumo sobre os enfoques das pesquisas nacionais realizadas sobre o tema gestão financeira em pequenas e médias empresas, demonstrando oito pesquisas publicadas em livros,

periódicos, congressos, teses e dissertações. O período de publicação, a localidade/instituição e as ferramentas financeiras recomendadas pelos autores (FERREIRA, 2016).

Quadro 6 - Resumo sobre os enfoques das pesquisas nacionais realizadas sobre o tema gestão financeira em MPEs.

Autor(es)	Localidade / Instituição	Enfoque da pesquisa	Ferramentas financeiras recomendadas
Marco Antonio N. da Cunha (2002) (Dissertação)	Rio de Janeiro/FGV	O perfil da administração financeira de pequenas e médias empresas.	Contabilidade gerencial, tesouraria, fluxo de caixa, balanço patrimonial, demonstração de resultados, análises através de índices, análise gerencial de custos, ponto de equilíbrio, análise de investimentos e orçamento.
Adriano Ventura Marques (2008) (Dissertação)	Santos/ UNISANTOS	Planejamento e controle financeiro nas micro e pequenas empresas, visando à continuidade e à sustentabilidade	Fluxo de caixa, cálculo do preço de venda e <i>mark-up</i> ; cálculo da margem de contribuição; cálculo do ponto de equilíbrio; custos fixos e variáveis; controles das contas a pagar e a receber e gestão de estoques.
Cesar Eduardo Loddi (2008) (Dissertação)	São Carlos/Escola de Engenharia de São Carlos. Universidade de São Paulo	Aplicação das teorias e métodos da administração financeira como sistema de apoio às tomadas de decisões de pequenos empreendimentos franqueados: um estudo de caso.	Fluxo de caixa; contabilidade gerencial; treinamento na área de finanças.
Lucas M. dos Santos; Marco Aurélio M. Ferreira; Evandro	Piracicaba SP/Revista de Administração UNIMEP	Gestão financeira de curto prazo: características, instrumentos e práticas	Elaboração de relatórios financeiros e a capacitação dos empresários.

R. de Faria (2009) (Artigo)		adotadas por micro e pequenas empresas.	
José Gilmar de Azevedo e Rodrigo José Guerra Leone (2011) (Artigo)	Fortaleza CE/Revista Ciências Administrativas (RCA)	Práticas de gestão financeira em micro e pequenas empresas: um estudo descritivo em indústrias de castanha de caju do Estado do Rio Grande do Norte.	Administração do capital de giro; fluxo de caixa; análise financeira; orçamento; <i>softwares</i> de gestão financeira.
João Paulo Lima Rodrigues (2013) (Dissertação)	Universidade Potiguar/Natal/RN	Gestão Financeira em Micro e Pequenas Empresas: um estudo no setor supermercadista de Mossoró-RN.	Gestão de capital de giro; análise de crédito; análise de custos; demonstrações contábeis e indicadores financeiros, orçamento e planejamento financeiro.
Airton João Ferronato (2015) (Livro)	O livro apresenta a dissertação do autor concluída em 2009, no Rio de Janeiro/FGV	A micro e pequena empresa – desafios, sobrevivência e prosperidade: uma busca de soluções integradas.	Alavancagem financeira, operacional e geral; ponto de equilíbrio em um mix de produtos; análise dinâmica do capital de giro; ciclo econômico, operacional e financeiro.
Marco Antonio Fernandes de Oliveira (2015) (Livro)	O livro apresenta a tese de doutorado do autor, concluída em 2009, em Santa Cruz do Sul/PPGDRUNI SC	Gestão empresarial e desenvolvimento regional: um modelo de gestão voltado à alavancagem da sustentabilidade das micro, pequenas e médias empresas de base local.	DR; balanço patrimonial; análise de lucratividade, rentabilidade e orçamento.

Fonte: Ferreira (2016, p. 61)

Muitas empresas não seguem as práticas de gestão financeira e não utilizam com frequência ferramentas de controle, tais como: administração do capital de giro, fluxo de caixa, análise financeira, orçamento e softwares de gestão financeira,

possibilitando concluir que os empresários pesquisados não possuem o conhecimento mínimo dos conceitos, das técnicas e da terminologia empregada pela contabilidade e pela ciência das finanças corporativas (FERREIRA, 2016).

As práticas mais citadas pelos autores acima são: fluxo de caixa (Cunha, 2002; Loddi, 2008; Marques, 2008; Azevedo e Leone, 2011 e Fernandes de Oliveira, 2015) e análise da situação financeira e econômica (Cunha, 2002; Loddi, 2008; Azevedo e Leone, 2011; Rodrigues, 2013 e Fernandes de Oliveira, 2015), com cinco incidências cada.

Na segunda colocação, com quatro citações, tem-se o balanço patrimonial e demonstrativo de resultados (Cunha, 2002; Loddi, 2008; Rodrigues, 2013; e Fernandes de Oliveira, 2015) e também a relação custo/volume/lucro e orçamento (Cunha, 2002; Marques, 2008; Rodrigues, 2013 e Ferronato, 2015). Do mesmo modo, avaliou-se com três citações a administração do capital de giro (Azevedo e Leone, 2011; Rodrigues, 2013; Ferronato, 2015).

A elaboração de relatórios financeiros e a capacitação dos empresários podem determinar a sobrevivência das MPEs, por isso é fundamental para o administrador financeiro o estudo das ferramentas citadas anteriormente (SILVA, 2012), tendo em vista que:

A partir de uma sólida base de conhecimento sobre finanças corporativas, o dono do minúsculo negócio terá condições de concluir se a pequena empresa vem sendo bem ou mal administrada, se tem ou não condições de pagar seus credores, se é ou não lucrativa e rentável, se irá falir ou se continuará operando. (FERRONATO, 2015, p.119 Apud FERREIRA, 2016, p. 25).

“A necessidade de capital de giro é a chave para a administração financeira de uma empresa” (MATARAZZO, 2010, p.337). De acordo com o autor, o capital de giro não é apenas um conceito fundamental para a análise financeira da empresa, mas também uma análise de estratégias de financiamento, crescimento e lucratividade.

O termo giro refere-se aos recursos correntes da empresa, em um sentido mais amplo, o capital de giro representa os recursos demandados para financiar suas necessidades operacionais, ou seja, o capital empregado necessário para a empresa

manter suas despesas até que seu produto seja vendido e o valor recebido (GITMAN, 2010).

Para uma empresa ter o conhecimento de quanto tempo será necessário para os itens do estoque serem comercializados e se transformarem em receitas, é difícil de prever, no entanto, as contas a pagar são relativamente previsíveis. Como as entradas de caixa são de difícil previsão e as saídas continuam acontecendo, a empresa precisa possuir capital de giro para manter os compromissos em dia. Assim sendo, esse capital necessário será menor quanto maior for a previsão de entradas de caixa (GITMAN, 2010).

Conforme Groppelli e Nikbakht (2010, apud, FERREIRA, 2016), o cálculo do capital de giro líquido (CGL) ou capital circulante líquido (CCL) é obtido através da equação (1):

$$\text{Capital Circulante Líquido} = \text{Ativo Circulante} - \text{Passivo Circulante} \quad (1)$$

O capital de giro líquido torna-se relevante porque é o valor que sobra depois de deduzidas, do ativo circulante, todas as obrigações de curto prazo, o passivo circulante. Quando se compara duas empresas do mesmo ramo, aquela que possuir um valor de CCL maior é considerada mais líquida. Desse modo, o CCL é, frequentemente, visto como um indicador de liquidez na administração do capital de giro (GROPPELLI; NIKBAKHT, 2010 apud, FERREIRA, 2016).

A correta administração do capital de giro é um dos maiores desafios para os empreendedores, haja vista que muitas empresas vão à falência por terem problemas de liquidez (capacidade de pagamento). Isso acontece quando o ativo circulante é menor que o passivo circulante, dessa forma, a empresa estará financiando seu ativo permanente com recursos financeiros de curto prazo, o que demonstra ser um quadro de risco. (FERRONATO, 2015 apud, FERREIRA, 2016)

O conhecimento sobre a gestão do capital de giro proporciona o desenvolvimento das habilidades gerenciais e, através disso, as condições para a obtenção de melhores resultados econômicos e financeiros em seu empreendimento (FERRONATO, 2015 apud, FERREIRA, 2016).

O empresário pode controlar melhor seu negócio também através da gestão do fluxo de caixa, pois tem a sua disposição informações que lhe permite saber com antecedência em que período há necessidade de capital ou quando tem disponibilidade de recursos, podendo assim tomar a melhor decisão para manter a saúde financeira da empresa (MACHADO, 2010).

Esses instrumentos oferecem uma estrutura para coordenar as diversas atividades da empresa e atuam como mecanismos de controle, estabelecendo um padrão de desempenho contra o qual é possível avaliar os eventos reais (GITMAN, 2010).

O fluxo de caixa torna-se um poderoso instrumento da gestão financeira, pois auxilia o empresário na tomada de decisões, ajuda a conduzir de forma apropriada o negócio prevendo antecipadamente o que tem por vir, identificando quais os recursos que se tem em mãos, evitando a falta de caixa e investindo quando necessário (SÁ, 2014).

Há tempos autores renomados já ressaltavam que o papel de uma previsão de fluxo de caixa é primordial, e que seu objetivo básico é saber a que nível ficará o saldo de caixa a cada subperíodo relevante (SANVICENTE,1987), pois o fluxo de caixa é um instrumento que possibilita a projeção de entradas e saídas de recursos financeiros em determinado período (OLIVEIRA, 2005).

Logo podemos definir fluxo de caixa como sendo “[...] método de captura e registro dos fatos e valores que provoquem alterações no saldo de caixa e sua apresentação em relatórios estruturados, de forma a permitir sua compreensão e análise” (SÁ, 2014, p.11). Seu objetivo é fornecer de forma estimada a situação de caixa em determinado período à frente (SANTOS, 2010).

Os principais objetivos da demonstração do fluxo de caixa são

- I) Aplicar, da melhor forma possível, os recursos financeiros disponíveis na empresa, evitando que fiquem ociosos;
- II) Projetar e analisar os recursos financeiros da empresa, em termos de ingressos e desembolsos de caixa, através das informações constantes nas projeções de vendas, produção e despesas operacionais;
- III) Sanar as obrigações da empresa na data do vencimento;
- IV) Procurar o perfeito equilíbrio entre as entradas e saídas de caixa da empresa;
- V) Controlar as fontes de recursos que ofertam empréstimos menos onerosos;
- VI) Evitar gastos vultosos pela empresa, em

época de baixo encaixe; VII) Associar o controle entre os recursos que são alocados em ativos circulantes, vendas, investimentos e débitos. (ZDANOWICZ, 2004, p.24)

Cumprido esclarecer que existem outros objetivos que poderão ser considerados para elaboração do fluxo de caixa nas empresas, são eles:

I) Avaliar alternativas de investimentos; II) Avaliar e controlar ao longo do tempo as decisões importantes que são tomadas na empresa, com reflexos monetários; III) Avaliar as situações presente e futura do caixa na empresa, posicionando-a para que não chegue a situações de iliquidez; IV) Certificar que os excessos momentâneos de caixa estão sendo devidamente aplicados (MATARAZZO, 2010, p.234).

É importante ressaltar que o caixa é o centro dos resultados para tomada de decisões financeiras e representa a disponibilidade imediata de recursos da empresa (MARION, 2012). Ademais, o autor descreve que as principais operações que aumentam, diminuem e não afetam o caixa, respectivamente, são:

- a) Transações que aumentam o caixa
 - Integralização do capital social;
 - Empréstimos bancários e financiamentos;
 - Venda de itens do ativo permanente;
 - Vendas à vista;
 - Outras entradas.
- b) Transações que diminuem o caixa:
 - Pagamento de dividendo aos acionistas;
 - Pagamento de juros e amortização de dívida;
 - Aquisição de item do ativo permanente;
 - Compras à vista e pagamento de fornecedores;
 - Pagamento de despesa/custo, contas a pagar e outros.
- c) Transações que não afetam o caixa:
 - Depreciação, amortização e exaustão;
 - Provisão para devedores duvidosos;
 - Reavaliação;
 - Acréscimos.

O fluxo de caixa das empresas pode ser dividido nos seguintes tipos: I) Fluxos operacionais: são as entradas e as saídas oriundas das vendas de produtos/serviços pela empresa; II) Fluxos de investimentos: são aqueles associados à compra e à venda de ativos imobilizados e a participações em outras empresas; III) Fluxos de financiamento: resultam de operações de captação de recursos de terceiros e capital próprio (GITMAN, 2010).

Em síntese, a demonstração de fluxo de caixa (DFC) indica a origem de todo o dinheiro que entrou no caixa, bem como sua aplicação e saída em determinado período, é ainda o resultado do fluxo financeiro da empresa (MARION, 2012).

O fluxo de caixa é considerado um dos principais instrumentos de análise, pois através da variação do caixa é possível identificar o processo de circulação do dinheiro (SILVA, 2012). Ainda segundo Silva (2012), a análise desse fluxo auxiliará no entendimento da proveniência e do uso do dinheiro na empresa e poderá levar à medidas administrativas de correção de rota no gerenciamento dos negócios da empresa (SILVA, 2012, p.475).

O caixa, por sua vez, é um instrumento financeiro que permite a visualização de sobra ou falta de caixa, cuja utilidade contribui com o planejamento e controle dos recursos da empresa, proporcionando o desenvolvimento das habilidades gerenciais e, através disso, as condições para a obtenção de melhores resultados econômicos e financeiros em seu empreendimento (CHING; MARQUES; PRADO, 2010).

Ainda segundo o mesmo autor, a demonstração de fluxo de caixa é de grande utilidade interna na empresa, portanto, deve ter uma amplitude maior, envolvendo os pagamentos e os recebimentos em geral, dando ênfase a origem e aplicação do dinheiro que transitou pela empresa. Através da ferramenta fluxo de caixa o empresário terá uma visão da real situação da empresa, possibilitando administrar corretamente os recursos, tomar decisões precisas e ficar atento, buscando oportunidades para a empresa.

Ferreira (2003) destaca que:

o planejamento do fluxo de caixa é de grande importância para a eficiência econômico-financeira e gerencial, quer seja para empresas de pequeno, médio ou grande porte, por proporcionar uma visão antecipada da necessidade de numerários para atender aos pagamentos dos compromissos, considerando os prazos para cumpri-los. (FERREIRA, 2003, p. 19).

“Uma empresa pode ser lucrativa e, mesmo assim, fracassar, devido a um insuficiente fluxo de caixa para satisfazer suas obrigações nas datas de vencimento (GITMAN, 2010, p. 12). A utilidade do fluxo de caixa permite a visualização de sobras ou faltas de caixa, facilitando assim ao micro e pequeno empreendedor planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros de sua empresa, honrando com seus compromissos.

Informações do fluxo de caixa são relevantes à medida que proporcionam aos usuários suporte e uma base para avaliar a capacidade de que uma empresa tem de gerar caixa, demonstrando seu poder de compra, podendo, desse modo, assumir riscos calculados (GITMAN, 2010).

É importante ressaltar a grande utilidade do demonstrativo do fluxo de caixa nas operações da empresa, visto que ele é um instrumento gerencial de planejamento dos recursos financeiros de uma empresa capaz de torná-la mais competitiva e proporcionar melhor desempenho diante do mercado (ZDANOWICZ, 2004).

As vendas a prazo que se originam das contas a receber são necessárias para aumentar o nível de operações e o giro dos estoques. Destarte, a empresa ganha em escala e maximiza a rentabilidade (HOJI, 2014 apud, FERREIRA, 2016). Para qualquer gestor torna-se imprescindível o bom emprego de numerário disponível ou a receber, pois a sobrevivência de uma empresa dependerá do grau de acerto de suas decisões financeiras (CARVALHO, 2008).

A adesão das contas a receber torna-se um facilitador das vendas e, por meio dessa concessão, as micro e pequenas empresas podem vender mais do que venderiam se não utilizassem esse tipo de facilidade. Todavia, como consequência do aumento da venda, a empresa passa a ter maior necessidade de volume de capital de giro e também o fator de risco de clientes inadimplentes. O cenário em questão torna mais complexa a administração e exige dos micros e pequenos gestores o uso

de técnicas adequadas de gestão (LEMES JÚNIOR; RIGO CHEROBIM, 2010 apud, FERREIRA, 2016).

Em contraste, as contas a pagar estão classificadas no grupo do Passivo Circulante, elas são o resultado de transações entre o comprador e o vendedor e também representam um dos itens que influenciam diretamente na boa gestão do capital circulante da empresa (GITMAN, 2010). A atenção nas contas a pagar das empresas é primordial, visto que uma gestão deficiente gera encargos e despesas financeiras desnecessárias que reduzem o lucro.

Na gestão das contas a pagar devem ser utilizados procedimentos que certifiquem de que sejam observados os vencimentos estipulados pelos credores, que sejam evitadas quitações de títulos em duplicidade, que todos os pagamentos sejam efetuados somente com a comprovação documental de existência da dívida e que os valores correspondam, exatamente, ao valor devido. Essas proposições deverão ser rigorosamente controladas, pois elas são típicas situações de desvios de valores dos caixas das empresas (WERNKE, 2008 apud, FERREIRA, 2016).

É nesta perspectiva que o fluxo de caixa mostra sua importância como instrumento de controle de contas a pagar e a receber, cujo principal objetivo é auxiliar os gestores de empreendimentos de micro e pequeno porte a tomar decisões sobre a situação financeira da empresa.

3. CONSIDERAÇÕES SOBRE A FERRAMENTA YOUTUBE

3.1. A plataforma YouTube

No campo digital, os usuários têm possibilidade de criar e recolher informações que permeiam o ambiente real e virtual, possibilitando um grande compartilhamento de conhecimentos. As redes sociais propiciam uma nova realidade na comunicação, visto que favorecem interação e troca de informações entre os indivíduos que a utilizam (Munhoz, 2009). Segundo relatório da WeAreSocial, em parceria com a Hootsuite³, 4,14 bilhões de pessoas atualmente estão conectadas às redes sociais, tais dados indicam que mais da metade da população do mundo, 53%, está presente nas diferentes plataformas digitais.

No mundo, 5,22 milhões de pessoas usam um telefone celular, o que equivale a 66,6% da população mundial, tornando essa modalidade a mais comum no acesso de rede sociais (WeAreSocial & HootSuite - Digital 2021⁴).

O termo "plataforma" tem sido frequentemente utilizado para descrever "serviços online intermediários na distribuição de conteúdo, tanto em suas caracterizações quanto no amplo discurso público dos usuários, da imprensa e dos comentaristas." (GILLESPIE, 2010, p.348 apud MATOS, 2020, P. 96).

Em outras palavras, plataformas digitais são negócios baseados na internet que funcionam como intermediários e que oferecem soluções para acesso de seus clientes à rede mundial de computadores ou gerenciam dados que viabilizam trocas de serviços e/ou informações através da Internet (MATOS, 2020).

Segundo Cardoso (2011), cada vez mais docentes flexibilizaram seus perfis para atender às novas demandas e tecnologias da educação. Do mesmo modo, há uma popularização dos serviços oferecidos por pessoas que atuam através das chamadas plataformas digitais, difundindo também a noção de que esses espaços

³WeAreSocial e HootSuite - Digital 2021 - Resumo e Relatório Completo. Disponível em: <https://datareportal.com>. Acesso: 22 jun. 2021.

⁴ WeAreSocial e HootSuite - Digital 2021 - Resumo e Relatório Completo. Disponível em: <https://datareportal.com>. Acesso: 22 jun. 2021.

online são ambientes onde a liberdade de expressão e a livre distribuição de informação é independente.

No contexto deste trabalho, ressalta-se que a ação de disponibilização do canal não se trata, definitivamente, de excluir as diversas formas de aquisição de conhecimento já existentes, mas de reforçá-las com práticas que levem em consideração a integração, interatividade, colaboração e socialização.

É importante ressaltar que o YouTube gera valor ao captar e capitalizar as interações entre indivíduos por meio do incentivo da produção e compartilhamento de conteúdo, ou seja, por meio da construção de uma comunidade sociodigital composta por participantes que produzem vídeos, por uma audiência que os consome e por anunciantes que pagam por espaços de visibilidade nesse ambiente (MATOS, 2020)

A plataforma YouTube, criada em 2005 pelos ex-funcionários da PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim (BURGESS, GREEN, 2009 apud FRANKENBERGER, 2018), de forma simples e muito prática, tornou-se, 16 anos depois, a principal referência quando se fala de compartilhamento e carregamento de vídeo online.

Os números infinitos de uploads permitidos para os usuários e o compartilhamento com links disponíveis, que permite aos vídeos serem acrescentados em outros websites, tornaram um diferencial no mercado, ganhando grande público de forma bem acelerada (BURGESS, GREEN, 2009 apud FRANKENBERGER, 2018). Diante do diferencial de crescimento, em outubro de 2006, a plataforma foi vendida para a empresa Google, e seu exponencial de crescimento aumenta expressivamente desde então, modificando as culturas da participação, bem como da criação de conteúdos de mídias audiovisuais (BURGESS, GREEN, 2009 apud FRANKENBERGER, 2018).

No Brasil o YouTube exibe números significativos. Um relatório intitulado *De Play em Play*, de julho de 2017, da Think with Google⁷, traz um dado que chama bastante a atenção: 63% dos consumidores declararam que não conseguiriam viver

⁷ Think with Google é um portal de pesquisa e tendências da Google. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com>>. Acesso em: 27 jun. 2021.

sem o YouTube, 31% das pessoas que participaram das pesquisas afirmam que a plataforma pode ser considerada como fonte de aprendizado e 79% consideram que assistir vídeos tutoriais é melhor do que fazer leitura de instrução.

Visitado por milhões de pessoas que veem a plataforma todos os dias para se informar, se inspirar ou apenas para se divertir, de acordo com informações disponíveis na própria plataforma⁸, é inegável a importância social que o YouTube representa, cuja validação não é conferida apenas por milhões de visualizações, mas também por comentários, compartilhamentos e conteúdos produzidos diariamente e acessíveis gratuitamente.

O site com mais de um bilhão de visualizações por dia e mais de 300 horas de vídeo enviadas a cada minuto é acessado por, aproximadamente, 95% dos brasileiros online, pelo menos uma vez por mês. O índice aumenta para 96% quando se refere a pessoas de 18 e 35 anos. De fato, a plataforma é a preferida dos brasileiros para assistir conteúdo do seu interesse, nesse panorama, ela tem mais telespectadores do que qualquer rede de TV (YOUTUBE JOB, acessado em jul. 2021).

A plataforma YouTube ocupa a segunda posição no ranking entre os sites mais acessados do mundo, sendo superado apenas pelo Google, conforme aponta o Rank ordenado por Alexa⁹, isso devido, principalmente, a sua grande capacidade de interação com outras redes e pelo aumento exponencial de influenciadores ou Youtubers.

O YouTube é a comunidade de vídeo online mais popular do mundo, permitindo que milhões de pessoas descubram, assistam e compartilhem vídeos criados originalmente. O YouTube oferece um fórum para as pessoas se conectarem, informarem e inspirarem outras pessoas em todo o mundo e atua como uma plataforma de distribuição para criadores de conteúdo original e anunciantes, grandes e pequenos. (YOUTUBE¹⁰, 2021).

⁸ Dados obtidos no segmento referente às estatísticas proporcionadas pelo próprio site do YouTube. Disponível: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>>. Acesso em: 30 mai. 2021.

⁹ Alexa fornece análise de dados e de tráfego na internet. Tendo como principal serviço o de medir a quantidade de usuários que frequentam determinados sites na Internet. A partir desses dados a companhia desenvolveu um ranking global e regional. Disponível em: <www.alexa.com>. Acesso em: 30 mai. 2021.

¹⁰ Site do YouTube disponível em: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/>. Acesso em: 24 de jul. 2021

Nesse cenário a plataforma destaca-se por ser um espaço de compartilhamento de vídeos que engloba desde conteúdos considerados amadores até os de grandes produtores de conteúdo e/ou entretenimento, como canais de televisão, artistas e gravadoras. O espaço da cultura digital favorece a ideia de que é um local mais propício para o aprendizado do que a instrução mais tradicional, não digital.

Os usuários da plataforma que têm um canal no YouTube tornam-se, automaticamente Youtubers. O ato de postar um vídeo na plataforma faz com que o internauta converta-se em um canal de comunicação, permitindo-lhe ser um formador de opinião autônomo e capaz, portanto, de envolver terceiros na troca de ideias e na construção de conhecimento em torno de diversos temas (MOTTA, BITTENCOURT E VIANA, 2014, apud QUEIROGA JÚNIOR, 2018). Assim sendo, esses produtores de vídeos são

[...] chamados de Youtubers e concentram milhões de internautas em seus canais, por meio de assinaturas. O Youtuber posta vídeos de acordo com a frequência que lhe convém, e seu conteúdo pode ser assistido por qualquer internauta que encontre seus vídeos através de pesquisa, hiperlink ou pela assinatura de seu canal (MOTTA, BITTENCOURT, VIANA, 2014, p.4 apud QUEIROGA JÚNIOR, 2018, p.12).

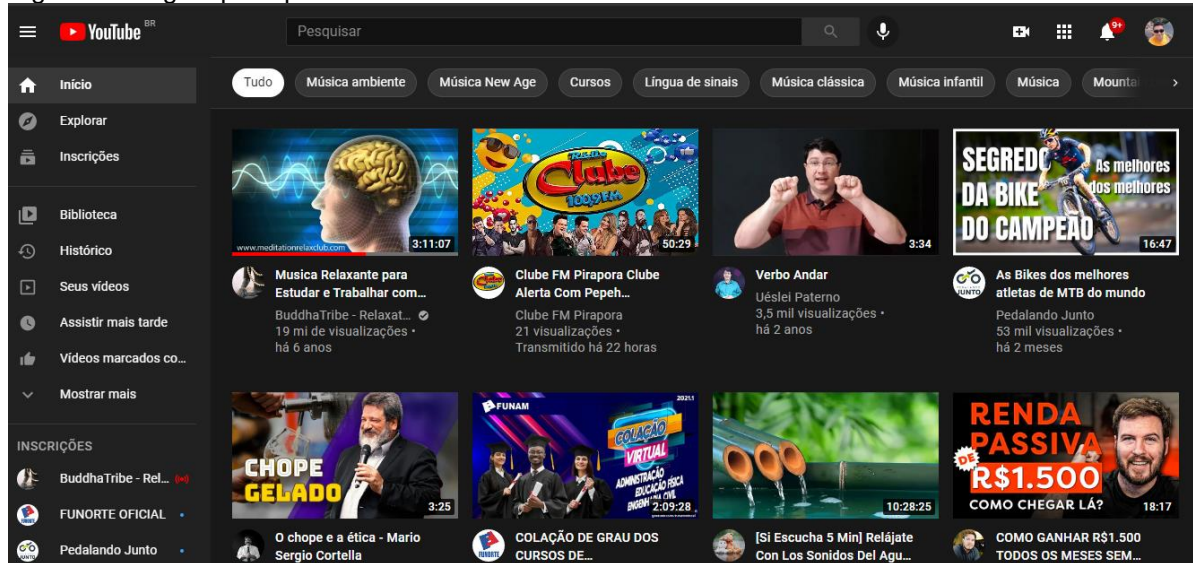
Para um entendimento mais detalhado do funcionamento da estrutura da plataforma, com a perspectiva do usuário, ela pode ser acessada por diferentes dispositivos, sendo ele: TVs, *smartphones*, *tablete*, *desktops*, entre outros e, por isso, é considerada como um serviço de *streaming*¹¹ gratuito. Para melhor navegação na plataforma, é necessário efetuar o *login* com a conta e a senha do Gmail. Posteriormente, os usuários têm a possibilidade de utilizar as barras de navegação e pesquisa, no topo da página, para localizar os conteúdos que desejam. As buscas irão fornecer resultados com base nas visualizações, interações, inscrições e atividade do próprio usuário dentro do site (YOUTUBE¹², 2021).

¹¹ Para a linguagem de tecnologia, streaming (transmissão) pode ser traduzido como "fluxo de dados".

¹² Site do YouTube disponível em: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/>. Acesso em: 24 de jul. 2021

Dentro da página principal do YouTube, o usuário depara-se com um Layout onde à direita se encontra a conta em que o *login* foi feito e a barra de rolagem; ao centro há indicação de vídeos feitas a partir do próprio algoritmo da plataforma e à esquerda uma coluna de abas composta de menu principal, biblioteca do usuário (acervo) e suas inscrições, conforme mostra a figura 1 (YOUTUBE, 2021).

Figura 1- Página principal do site YouTube



Fonte: YouTube, 2021.

Ao assistir a um vídeo, o usuário tem várias possibilidades ao seu alcance, tais como: pausar, decidir em que parte reproduzir (através da barra de reprodução), formato da tela que prefere assistir, definir volume, adicionar legenda e, até mesmo, definir velocidade e qualidade de reprodução do vídeo.

Buscando formas de interação com os usuários, o YouTube permite a eles, após assistirem a um vídeo, avaliá-lo, marcando no botão de “gostei” ou não “gostei” logo abaixo dos vídeos. Do mesmo modo, a plataforma disponibiliza uma seção de comentários abaixo do vídeo, através da qual os usuários podem comentar assuntos pertinentes, similar a um bate papo, podendo, desse modo, interagir com outros usuários, fazer perguntas, pedidos, etc.

Para Patrick Vonderau (2009 apud Backes 2019), a mente é incapaz de imaginar a imensidão do universo do YouTube, mesmo quando é fortalecida pela experiência de uma admiração afetiva diante de tal imensidão.

A força retórica de tais números é produzir algo como o sentimento do que Kant caracterizou como o "sublime matemático". Experimentando o YouTube sublime, a mente é incapaz de conceber a imensidão do universo do YouTube, mesmo quando é fortalecida pela experiência de uma admiração afetiva diante de tal imensidão⁵. (VONDERAU, 2009, p. 61, apud Backes 2019 p. 32).

O autor enfatizar ainda o destaque do Youtube como símbolo da cultura digital, tendo em vista que a pessoas que fazem parte da plataforma podem ser protagonistas da história com suas publicações:

O YouTube tornou-se o símbolo da cultura digital, não apenas prometendo oportunidades infinitas para o marketing viral ou o desenvolvimento de formatos, mas também permitindo que "você" publique um vídeo que pode mudar o curso da história⁶. (VONDERAU, 2009, p. 11, apud Backes 2019 p. 32).

Assim, ao descrever e analisar as características que a plataforma YouTube possui, compreende-se que ela se encaixa na perspectiva dos objetivos do trabalho em questão, e entende-se ainda que, para fins educacionais, o uso o YouTube traduz-se em um importante mecanismo facilitador, bem como transformador da realidade social, principalmente, das micros e pequenas empresas.

4. METODOLOGIA

Neste capítulo foram tratados os métodos e técnicas utilizados para a execução deste estudo dissertativo, isto é, a caracterização da pesquisa, abrangendo um conjunto de subtópicos, tais como: abordagem de pesquisa, tipologia de pesquisa, métodos utilizados, instrumentos, métodos e técnicas de coleta e análise de dados, bem como os procedimentos e unidades de análise para o atendimento dos objetivos geral e específicos definidos nesse estudo.

4.1. Tipo de pesquisa

A pesquisa utilizou-se de abordagem quanti-qualitativa e de natureza descritiva. “As pesquisas quantitativas são aquelas em que os dados e as evidências coletadas podem ser quantificados, mensurados” e ainda a “análise e interpretação se orientam através do entendimento e conceituação de técnicas e métodos estatísticos” (MARTINS; THEÓPHILO, 2018, p.107).

A pesquisa qualitativa, por sua vez, é basicamente aquela que busca entender um fenômeno específico em profundidade, trabalha com descrições, comparações e interpretações (BRANDÃO, 2011). Pretende-se utilizar uma pesquisa de abordagem quali-quantitativa. Quantitativa no que tange aos dados e informações adquiridas no objetivo I (mapear os perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira de MPEs) e qualitativa no objetivo III (entender os fenômenos específicos em profundidade das MPEs, buscando descrever, comparar e interpretar características específicas desses empreendimentos, identificando as práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias à situação financeira das MPEs).

A abordagem descritiva, por sua vez, procura descrever um fenômeno, uma população, uma experiência, etc, pois propõe uma nova visão sobre um assunto já conhecido (ALMEIDA; FRANCESCONI; FERNANDES, 2019). O presente trabalho é descritivo, visto que buscou descrever a realidade como ela é, sem se preocupar em modificá-la (GIL, 2017).

Além disso, foram discutidas, com base na literatura existente, as causas mortis de MPEs e os aspectos relacionados a sua participação econômica, sua participação na renda e no mercado de trabalho e sua sobrevivência, com enfoque nas principais dificuldades enfrentadas por esses empreendimentos para a manutenção de suas atividades.

4.2. Métodos e procedimentos

4.1.1. Cumprimento do primeiro objetivo específico

Neste subtópico, descreveu-se a metodologia adotada no levantamento dos perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira de MPEs, ou seja, na efetivação do primeiro objetivo do estudo. O método bibliométrico configura-se numa uma área de estudos da ciência da informação que tem por objetivo medir e analisar a atividade científica pelo estudo quantitativo das publicações (GUMPENBERGER; GORRAIZ, 2012).

O mapeamento apresentado, por meio de estudos bibliométricos, tem amplas aplicações em diversas áreas, com o intuito de aumentar o desempenho de pesquisas ou avaliar suas tendências, investigando as características das publicações. Ele também permite enriquecer a discussão sobre os possíveis rumos das pesquisas na área, bem como acerca das prováveis tendências científicas para os pesquisadores e interessados no tema. (WOSZEZENKI; GONÇALVES, p. 24, 2013).

Tencionando alcançar um dos objetivos do estudo, construiu-se inicialmente as palavras-chave “Finanças e Micro” com o intuito de pesquisar, nos motores de busca, publicações e conhecimentos gerados pela comunidade científica. Posteriormente, efetuou-se a análise dos dados com o apoio do *software* *DBBIBLIO*, o qual é capaz de organizar as referências por ano de publicação, autor, idiomas, palavras-chave, páginas e periódicos de publicação, além de permitir a exportação dos metadados automaticamente em Excel, através de planilha.

Poderão ainda ser construídos e utilizados elementos como gráficos e tabelas com a finalidade de facilitar a compreensão das relações entre as variáveis a partir da

utilização da Estatística Descritiva, "[...] através da construção de gráficos, tabelas e do cálculo de medidas a partir de uma coleção de dados numéricos [...] pode-se melhor compreender o comportamento da variável expressa no conjunto de dados sob análise" (MARTINS; THEÓPHILO, 2018, p. 108).

O levantamento bibliométrico ocorreu no período compreendido entre os dias 01 e 12 de agosto de 2021, sendo realizado nas duas etapas a seguir: a) Coleta de dados: nessa fase inicial realizou-se o acesso ao Portal de Periódicos da CAPES (CAPES, 2021) para levantamento e importação dos dados necessários à análise bibliométrica. Os descritores utilizados para pesquisa foram “finanças” e “micro”; data de publicação (qualquer ano); tipo de material (artigos); idioma (qualquer idioma); datas inicial e final (sem restrições); base de pesquisa (SciELO BR) e apenas artigos revisados pelos pares, tendo sido retornados 403 artigos; b) Análise bibliométrica e temática dos artigos.

4.2.2. Cumprimento do segundo objetivo específico

Este subtópico trata dos métodos e técnicas utilizados para a consecução do segundo objetivo deste trabalho dissertativo, isto é, identificar as práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias à situação das MPEs. O levantamento feito reuniu, de maneira sistematizada, informações que serviram de roteiro para a elaboração de conteúdo em conformidade com a realidade de tais empreendimentos e com o contexto em que estão inseridos.

Para suporte e embasamento da análise, realizou-se, a princípio, a pesquisa bibliográfica com identificação de fontes capazes de fornecer respostas adequadas ao problema, quais sejam: livros, periódicos científicos, teses, dissertações, legislação e dados estatísticos, além de mecanismos de busca na Internet, visando à contextualização e à identificação das principais práticas de gestão financeira.

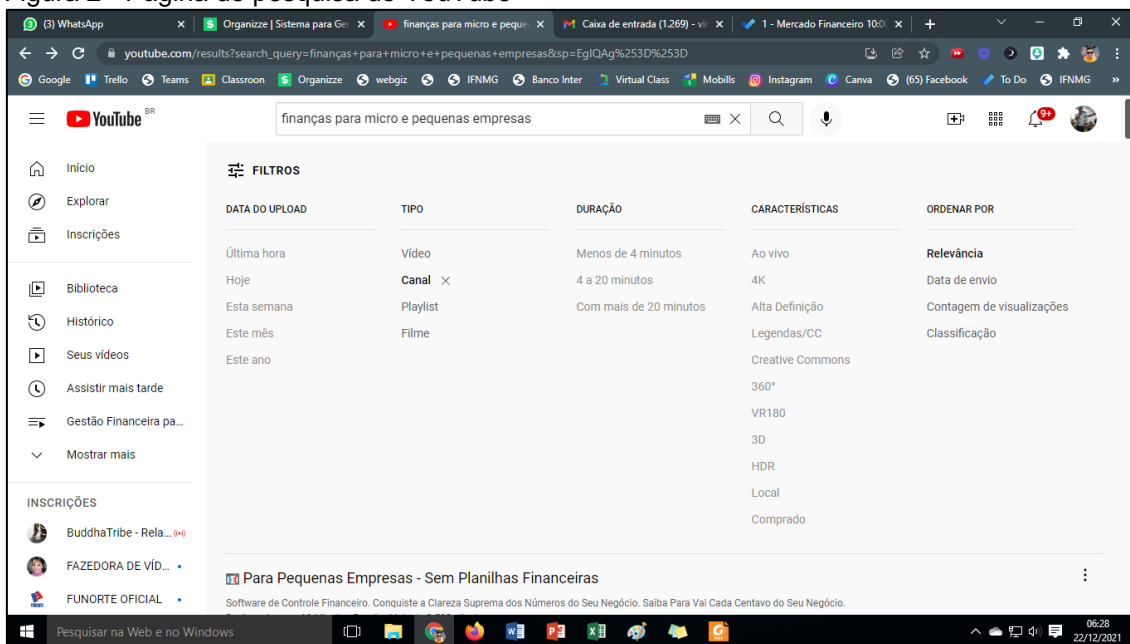
Posteriormente, como base nos dados dos artigos científicos selecionados da bibliometria, buscou-se trabalhos desenvolvidos por pesquisadores que têm apresentado contribuições efetivas ao estudo das práticas de gestão financeira utilizadas em MPEs e as ferramentas recomendados pelos autores.

Mapeou-se as principais práticas de gestão financeira, considerando aquelas com maior potencial para agregar melhorias à situação das MPEs. Com a classificação feita, projetou-se as contribuições deste para o direcionamento dos conteúdos a serem abordados na produção audiovisual dos treinamentos.

4.2.3. Cumprimento do terceiro objetivo específico

Com a finalidade de alcançar o objetivo em questão, buscou-se por canais com abordagem na gestão financeira para micro e pequenos empresários, tema que constitui o foco deste estudo. Foi construída a palavra-chave “*finanças para micro e pequenas empresas*” com o objetivo de pesquisar na ferramenta de busca do YouTube, adicionou-se ainda o filtro de busca “*cana*”, conforme demonstrado na figura 2 abaixo. Cada filtro pode ser acessado diretamente nos resultados das buscas, sempre modificando o que deseja pesquisar.

Figura 2 - Página de pesquisa do YouTube



Fonte – YouTube (2021)

Posteriormente, efetuou-se a análise dos dados com o apoio do software Excel, o qual possibilitou a organização dos dados coletados, em formato de quadro. Os

mesmos foram divididos por nome do canal, número de inscritos, quantidade de vídeos publicados e descrição do canal, permitindo examinar os metadados de forma separada, em partes componentes.

A pesquisa foi realizada no dia 22 de dezembro de 2021, através das etapas descritas na sequência: a) Levantamento de dados: nessa fase inicial foram realizados o acesso aos canais pesquisados e o levantamento e importação dos dados necessários à análise. Como a palavra-chave “*finanças para micro e pequena empresas*” foram retornados inicialmente um total de 114 canais; b) Análise dos canais.

A análise dos canais foi realizada entre os dias 22 e 23 de dezembro de 2021. Para tanto, descreveu-se uma apresentação dos canais e dos Youtubers responsáveis por eles, seguida de observações realizadas a partir dos seguintes critérios: 1) VÍDEOS - aba do canal onde podem ser encontradas todas as publicações, classificadas por mais populares, data de inclusão (mais antiga), data de inclusão (mais recente); 2) PLAYLISTS - link que engloba as formas como os vídeos são organizados por conteúdos e de acordo com os temas abordados; 3) SOBRE - onde há uma breve descrição do canal.

Após essa etapa, os dados analisados em cada um desses tópicos foram cruzados e, ao final desse cruzamento das informações, foi possível recriar um esquema para identificar quantos e quais canais buscam trabalhar a capacitação de proprietários de micro e pequenos negócios no que tange ao tema de gestão financeira.

4.2.4. Cumprimento do quarto objetivo específico

A seguir, para o desdobramento do quarto objetivo, pretendeu-se desenvolver um conjunto de vídeos com foco na gestão financeira empresarial para, a partir dos levantamentos propostos nos objetivos específicos III, disponibilizar sob a forma de projeto piloto no YouTube.

A produção audiovisual partiu daquilo que se constatou nos estudos da identificação das práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar

melhorias à situação financeira das MPEs, servindo de base para o processo da criação dos roteiros e escolha dos conteúdos para produção dos vídeos.

Logo após, iniciaram-se os trabalhos de pré-produção do material audiovisual. Com a utilização dos equipamentos (essencialmente smartphones e notebook) do próprio autor. A produção/gravação foi realizada em smartphones e também, quando necessário, pelo google Meet¹⁴, que já incluem o apresentador ativo e tudo que é apresentado e salvam os arquivos em pasta de gravação da própria ferramenta. Em seguida, a “pós-produções”, em que foi feita a edição dos conteúdos.

Existem vários programas gratuitos para edição de vídeo, tanto para smartphones quanto para computador, contudo utilizou-se apenas do editor gratuito “Movei Maker”, pois, tanto os equipamentos quanto os softwares utilizados têm o enfoque principal na produção de vídeos de qualidade, usando equipamentos de baixo custo.

Concomitante à produção do material audiovisual ocorreu a estruturação do canal no YouTube. Para tanto, foi escolhida uma estrutura na qual os conteúdos elaborados possam ser hospedados sobre a forma de projeto piloto e, posteriormente, liberados para o acesso dos micro e pequenos empreendedores.

¹⁴ O Google Meet é uma plataforma com muitas funções, onde oferece serviço de videoconferência permitindo gravação da mesma, funciona pela Internet, sendo acessível tanto no computador, por meio do site do serviço no navegador, como pelo celular, por meio de aplicativo próprio. Disponível: <https://www.techtodo.com.br/listas/2021/08/como-funciona-o-google-meet>. Acesso em: 15 nov. 2021.

5. RESULTADOS DO ESTUDO

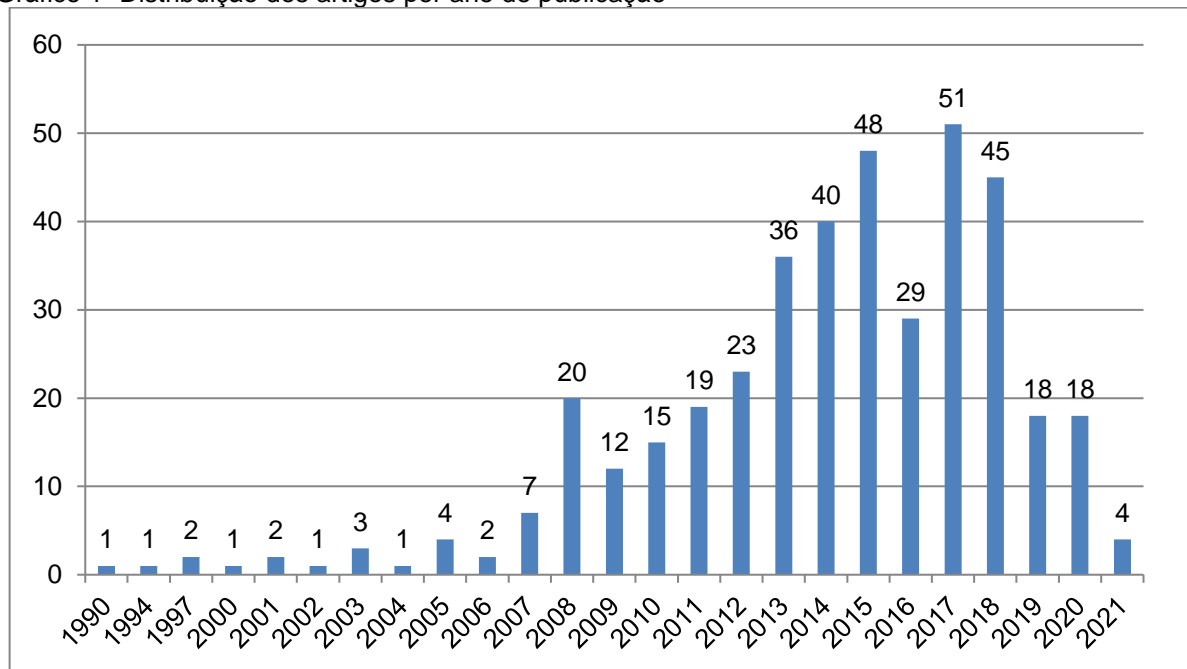
5.1. Perfis bibliométrico e temático da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira de MPEs.

O objetivo deste tópico é apresentar a análise bibliométrica dos 403 artigos pesquisados, considerando a distribuição dos artigos nas seguintes categorias: a) por idiomas; b) por ano de publicação; c) por periódicos científicos utilizados para publicação; d) dos descritores (palavras-chave) identificados nos artigos; e) por paginação; f) por autores e por g) áreas de conhecimento.

Em relação aos idiomas utilizados nos artigos, resumem-se em inglês (148 ou 36,72%), Espanhol (135 ou 33,50%), Português (115 ou 28,54%) e não identificado (5 ou 1,24%). Entre os artigos, temos cinquenta e oito que foram publicados fora do Brasil, com referenciais principais em: Reino Unido (13 publicações), Holanda (10 publicações), Estados Unidos (8 publicações) e Colômbia (6 publicações).

No que se refere à distribuição dos artigos por ano de publicação, constatou-se o fortalecimento da produção a partir do ano de 2011 e, da mesma forma, um enfraquecimento a partir do ano de 2019. Além disso, percebe-se uma maior concentração de publicação nos anos de 2015 (48), 2017 (51) e 2018 (45), somados representam aproximadamente metade das publicações (49,2%) ao longo do período analisado. (Gráfico 1)

Gráfico 1- Distribuição dos artigos por ano de publicação



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Em relação ao número de artigos publicados, constatou-se que 299 (74,19%) possuem entre 1 e 3 autores, 90 (22,33%) entre 4 e 5 autores e os demais 14 (3,47%) dos artigos possuem entre 6 e 12 autores. Cumpre esclarecer que em 2 artigos não foi identificado o número de autores. A Tabela 1 apresenta a distribuição dos coautores por artigos.

Tabela 1- Distribuição de coautores por publicações

Autores	Artigos	%	Autores	Artigos	%
1	93	23,08	7	1	0,25
2	113	28,04	8	3	0,74
3	93	23,08	9	1	0,25
4	69	17,12	11	1	0,25
5	21	5,21	12	1	0,25
6	5	1,24	-	-	-

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

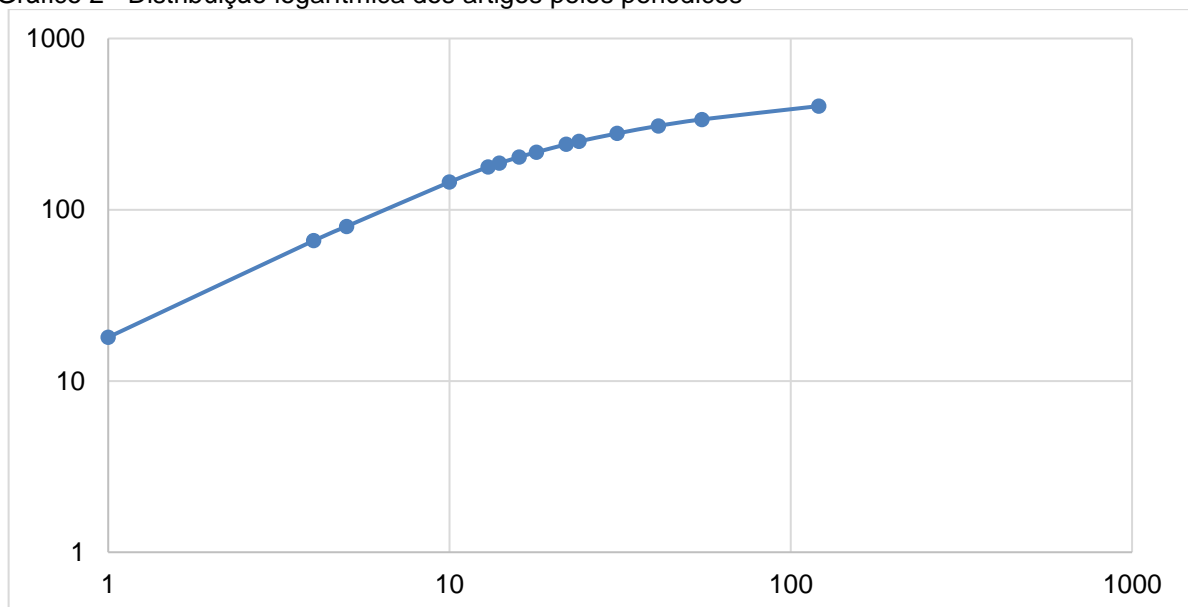
Quanto à distribuição das publicações por periódicos científicos, foram identificados 121 periódicos, com destaque para a *Revista de Administração Mackenzi*

(ISSN 1518-6776), com 18 artigos. Do mesmo modo as revistas *Administração: Ensino e Pesquisa RAEP* (ISSN 2177-6083), *Revista de Administração Pública* (ISSN 0034-7612), *Revista contabilidade & finanças* (ISSN 1519-7077), com 16 artigos publicado em cada.

Em termos de classificação, 10 (8,26%) periódicos responderam por 35,98% das publicações (145), outros 21 (17,36%) periódicos responderam por 33,25%, (134) e os 90 (74,38%) periódicos restantes responderam por 30,77% das publicações (124), fator que indica forte concentração das produções no período. Pode-se observar uma grande quantidade de periódico com baixa concentração de publicações, demonstrada pelo fato de que 66,12% (80) dos periódicos contêm, no máximo, duas publicações.

O Gráfico 2 apresenta a distribuição logarítmica dos totais acumulados de artigos e periódicos. Considerando a divisão em zonas (cada uma com aproximadamente 134 artigos), conforme preconizado por Bradford, a zona núcleo apresentou nove periódicos (135 artigos); a zona 2 dezoito periódicos, contemplando 134 artigos e a zona 3 apresentou 94 em 134 artigos. A análise dos Multiplicadores de Bradford (2 na zona 2 e 5,22 na zona 3) indicou a concentração de artigos no único periódico da zona núcleo.

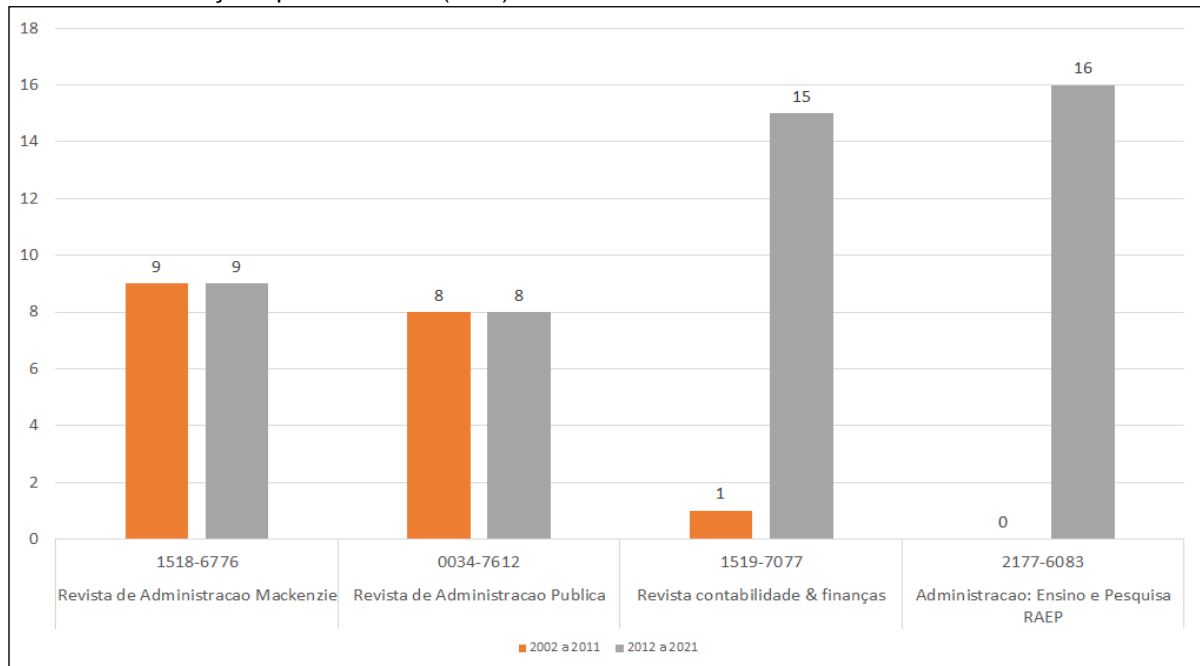
Gráfico 2 - Distribuição logarítmica dos artigos pelos periódicos



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

O Gráfico 3 apresenta o quantitativo de publicações ao longo do período analisado para os periódicos com mais de 15 (quinze) publicações. Percebe-se a forte concentração, a partir de 2014, nos periódicos “Contabilidade & Finanças” (ISSN 1519-7077) e “Administração: Ensino e pesquisa RAEP” (ISSN 2177-6083). Aplicou-se a análise de “Pareto” que é uma representação gráfica dos dados relacionados a determinado evento onde 20% dos itens com, aproximadamente, 80% de representatividade e 80% dos itens com, aproximadamente, 20% de representatividade. A faixa ou estrato analisado dos dados da pesquisa apresentam um total de 121 periódicos, onde 20,66% desse, representam 63,28% das publicações ao longo do período.

Gráfico 3- Publicações por Periódico (> 15) entre 1990 e 2021

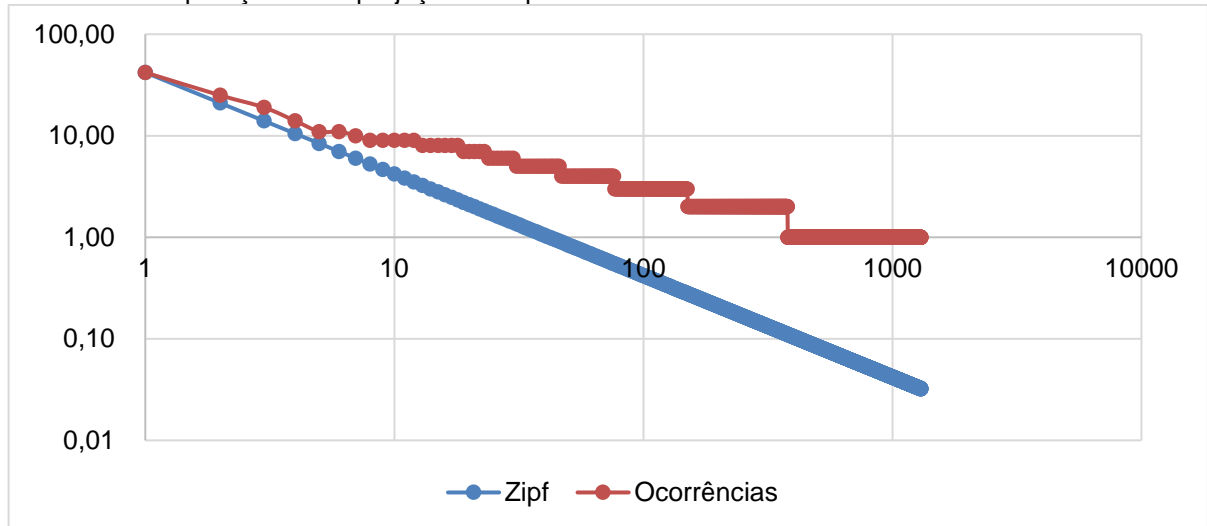


Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Quanto à análise dos descritores utilizados pelos autores no momento da publicação, foram totalizadas 1.303 palavras-chave distintas com 2.106 ocorrências. Em termos de distribuição, na Classe A, 51,50% (671) dos descritores distintos foram necessários para representar 69,99% (1474) das palavras-chave utilizadas, enquanto na Classe B, outros 32,31% (421) dos descritores representaram 19,99% (421) das

frequência dos descritores acompanha parcialmente a distribuição prevista pela Lei de Zipf, sendo que as maiores variações acontecem com os descritores com 2 ocorrências (Gráfico 4).

Gráfico 4- Comparação entre projeção de Zipf e dados reais



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

No que se refere à análise temática, percebe-se o crescimento do assunto “Brazil”, sobretudo no período de 2014 a 2018, com queda em 2019 e 2020. As pesquisas realizadas com o descritor “Business” tiveram uma constância no uso, a partir do ano de 2008. Entre os anos de 2012 e 2018 apresentaram maior assiduidade no uso dos 3 (três) descritores mais utilizados (69 vezes no total).

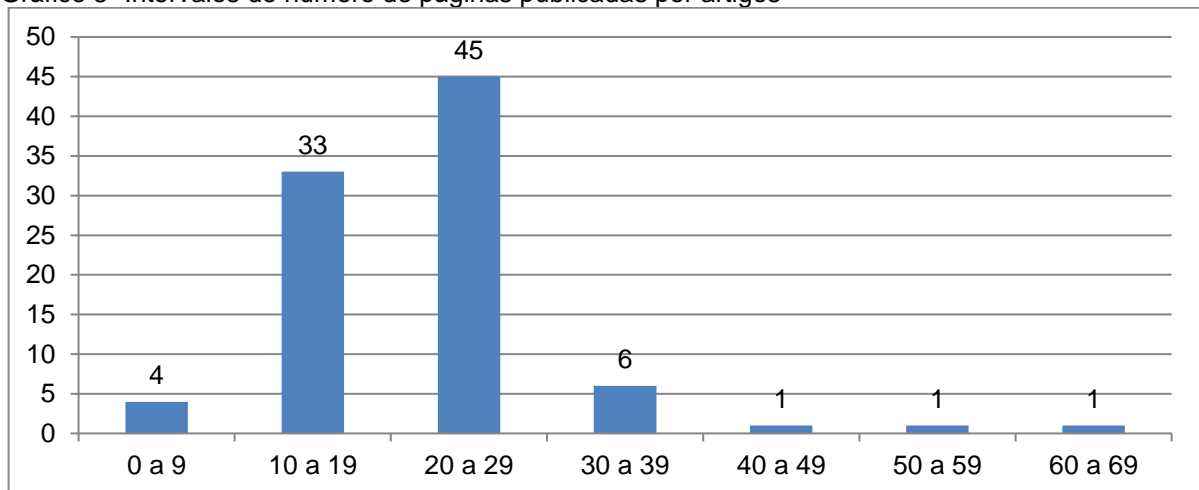
Tabela 3– Distribuição das palavras-chave mais utilizadas ao longo do período analisado

Palavra-Chave	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	
	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1
Brazil							2		1		5	2	5	4	5	7	7	3	1	
Business							3	1	2	3	3		1	5	1	2	3	1		
Studies											4	3	3	3	1	2	3			
Entrepreneurship							2			1			3		1	5	1		1	
Political Science	1		1	1		1	1			2	1	1	1	1						
Small Business								2					4	1	1	2				1
Financial Management							2			1	2		1	1	1	1	1			
Entrepreneurs											1	1	4			3				
Information Systems						1	1		1	1		3		1	1					
Information Technology							2			1		3		2	1					

Fonte: Elaborada pelo autor (2021)

É importante ressaltar que, quando analisado o número de páginas publicadas por artigo, em 312 (77,42%) essa informação não se encontrava disponível no Portal de Periódicos da CAPES. No que se refere aos 91 (22,58%) artigos restantes, as duas maiores concentrações ocorreram nos intervalos entre 10 e 19 páginas (33 artigos ou 36,26%) e 20 e 29 páginas (45 artigos ou 49,45%), representando juntos 85,71% dos artigos (Gráfico 5).

Gráfico 5- Intervalos de número de páginas publicadas por artigos



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

No que tange ao quesito autores, 1.006 distintos foram identificados, haja vista que 93,64% (942) publicaram apenas 1 artigo no período analisado (Tabela 4). Observa-se que 6,36% dos autores foram responsáveis por 13,74% da produção analisada, enquanto 61,04% dos autores estão vinculados a 56,22% dos artigos e, finalmente, outros 32,6% publicaram os 30,03% dos artigos analisados, o que indica baixa concentração da publicação por autor.

Tabela 4 - Artigos por autores no período analisado

Artigos	Autores	%
1	942	93,64
2	50	4,97
3	9	0,89
4	3	0,30
5	1	0,10
6	1	0,10

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

A Tabela 5 apresenta a relação dos autores com, no mínimo, 3 artigos publicados no período analisado e sua distribuição por ano. Pode-se inferir que, do número total de autores (1006 autores distintos), apenas 64 são responsáveis por mais de 1 publicação, esse dado reduz de maneira drástica para 14 autores, quando falamos de 3 ou mais publicações, enfatizando a conclusão do parágrafo anterior, isto é, a baixa concentração da publicação por autor.

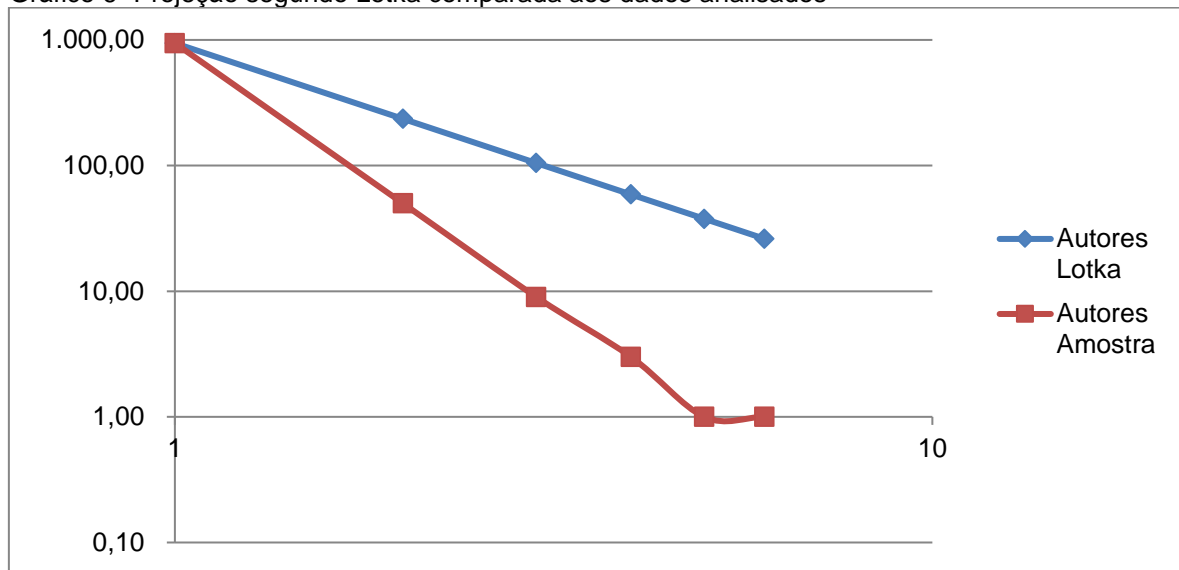
Tabela 5- Publicações dos autores mais prolíficos no período pesquisado

Autor	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Total
Barone, Francisco Marcelo			1		5											6
Riccio, Edson	1			1			1		1	1						5
Sakata, Marici	1			1			1		1							4
Silva, Wendel Alex Castro				1			1	2								4
Valente, Nelma	1			1			1		1							4
Capobianco, Ligia							2		1							3
Espejo, Marcia Maria dos Santos Bortolucci							2					1				3
Filho, Edson Ronaldo Guarido			1		1			1								3
Longo, Orlando Celso					3											3
Macedo, Marcelo Alvaro da Silva					2					1						3
Medeiros, Flaviani Souto Bolzan								3								3
Nakamura, Wilson Toshiro						1	1							1		3
Riccio, Edson Luiz	1			1			1									3
Zouain, Deborah Moraes			1		2											3

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Ao avaliar o Gráfico 6, é possível comparar, segundo Lotka, a projeção de artigos por autores e os dados analisados, a partir de escala logarítmica. Ponderando a aplicação da Lei de Lotka, com base na Regra dos Quadrados Inversos e no fato de que 942 autores publicaram apenas um artigo, calculou-se a projeção de que 23,17 autores deveriam publicar 6 artigos, situação bastante diversa da apresentada nos dados analisados, uma vez que apenas um autor publicou 6 artigos ao longo do período.

Gráfico 6- Projeção segundo Lotka comparada aos dados analisados



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Os dados analisados possibilitaram compreender como maior detalhe as características e o perfil bibliométrico da produção científica disponível na SciELO relacionada à gestão financeira com foco em micro e pequenas empresas.

A análise da evolução da produção científica ao longo do tempo permitiu concluir o aumento significativo a partir de 2011, mantendo-se acima de 20 artigos por ano até 2018. Da mesma forma, evidenciou um enfraquecimento deste a partir do ano de 2019.

A maioria dos artigos (74,19%) tem entre 1 e 3 autores, e o periódico que mais se destaca é *Revista de Administração Mackenzie*, com 18 artigos. Do mesmo modo acontece com as revistas *Administração: Ensino e Pesquisa RAEP*, *Revista de Administração Pública*, *Revista contabilidade & finanças*, com 16 artigos publicados em cada, cuja soma do volume de publicações (66 artigos) corresponde quase a metade da totalidade da zona núcleo (com 134 artigos), de acordo com a Lei de Bradford. A maioria dos artigos apresenta entre 20 e 29 páginas.

Notou-se significativo número de estudos realizados em idioma inglês, 148 artigos (36,72%), o idioma espanhol também se destacou na quantidade de publicações, 135 artigos (33,5%). Os artigos registrados no idioma português são 115

(28,54%) artigos, somados, os três são responsáveis por 398 (98,76%) dos 403 artigos publicados no período.

Quanto aos autores, 93,64% publicaram 1 (um) artigo, enquanto 1 (um) autor, o Francisco Marcelo Barone, considerado mais prolífico, publicou 6 (seis) artigos ao longo do período analisado, sendo 5 publicações no ano de 2011.

O perfil bibliométrico demonstrou que a produção é bastante significativa, mas que não há concentração por autores, palavras-chave (descritores) ou mesmo periódicos.

A análise bibliométrica e temática na Scielo referente à gestão financeira de micro e pequena empresas permitiu inferir o que diz Ferreira (2016) visto que, com uma profusão de teorias e de ferramentas financeiras, destaca que essa peculiaridade permite ampliar o escopo do tema, notadamente no sentido de afirmar que o domínio das melhores práticas de gestão financeira é crucial principalmente para MPEs, no sentido de apropriar-se dos conceitos de finanças corporativas, como um poderoso instrumento de gestão.

5.2. Práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias à situação financeira das MPEs

Na presente seção, são apresentadas as práticas de gestão financeira com maior potencial para micro e pequenos negócios, as quais estão baseadas no tema central desta dissertação, que é identificar as práticas de gestão financeira com maior potencial para agregar melhorias à situação financeira das MPEs.

Diante do exposto, o Quadro 07 foi elaborado a partir do número de práticas financeiras citadas nas pesquisas dos artigos estudados, e tem por finalidade apresentar uma lista das práticas de gestão financeira dos micros e pequenos negócios mais citadas pelos autores, a quantidade de citações e os autores que as referem.

Quadro 7- As práticas de gestão financeira mais citadas pelos autores para MPEs

Práticas de Gestão Financeira	Número de citações	Autores
1. Gestão orçamentária	12	Droste, Nils (2018); Ernst, Ekkehard (2015); Holvoet, Nathalie (2014); Branco, Rui (2019); dos Santos, Joao Victor Joaquim (2017); Pereira, Denise de Almeida (2016); Hornes, Martín (2015); Pereira, Rui (2017); Droste, Nils (2018); da Silva, Adriana Cristina (2008); Curristine, Teresa (2008); Jorge, Susana (2016); Nagem, Fernanda (2013)
2. Fluxo de caixa	09	Moraes, Marcelo Botelho da Costa (2013); Crisostomo, Vicente Lima (2020); da Costa Ferreira, Calebe (2011); Odalio dos Santos, Jose (2008); Lizote, Suzete Antionieta (2017); Sedyama, Gislaine Aparecida Santana (2018); Gomes, Mike Ceriani de Oliveira (2018); Ribeiro de Almeida, Juliano (2010); Artica, Rodrigo Perez (2019).
3. Administração do capital de giro	07	Reis, M (2017); Jordao de Carvalho, Claudine (2012); Palombini, Nathalie Vicente Nakamura (2012); Palombini, Nathalie Vicente Nakamura (2013); Deborah Moraes Zouain (2011); da Costa Ferreira, Calebe (2011); Lizote, Suzete Antionieta (2017)
4. Contabilidade gerencial	05	Souza, Fabiana Frigo (2020); Russo, Paschoal Tadeu (2017); Beuren, Use Maria (2012); De Carvalho, Karine Lima (2010); Miranda, Luiz Canos (2013).
5. Balanço patrimonial	02	Palombini, Nathalie Vicente Nakamura (2010); Sedyama, Gislaine Aparecida Santana (2018)
6. Relação custo/volume/lucro	01	Bergmann, Vanessa Aline (2018)
7. Administração dos estoques	01	Frias, Luiz Felipe De Medeiros (2013)

Fonte: Elaborado pelo autor com base na pesquisa bibliométrica (2021).

Diante das evidências, verifica-se que as práticas de gestão financeira para MPEs mais citadas pelos autores selecionados pela bibliometria, conforme Quadro 06, são: gestão orçamentária com doze incidências; na segunda colocação, com nove citações, tem-se o fluxo de caixa; Gestão do capital de Giro, na terceira colocação com sete citações; na quarta colocação, com cinco citações, tem-se a contabilidade

gerencial; o balanço patrimonial, a relação custo/volume/lucro e a administração de estoque ficaram com as últimas colocações, com apenas duas ou menos citação.

Parte dessas práticas já foram evidenciadas na literatura, através de autores como Carvalho (2008), o qual afirma que vários são os motivos que ocasionam a falência empresarial, destacando a falta de capital de giro como um dos principais. Assim como Sá (2014) que evidencia o fluxo de caixa como um poderoso instrumento da gestão financeira, pois auxilia o empresário na tomada de decisões.

Quase sempre o problema está relacionado à falta de capital e na maneira improvisada de planejar e gerenciar os micros e pequenos negócios (CARVALHO, 2008).

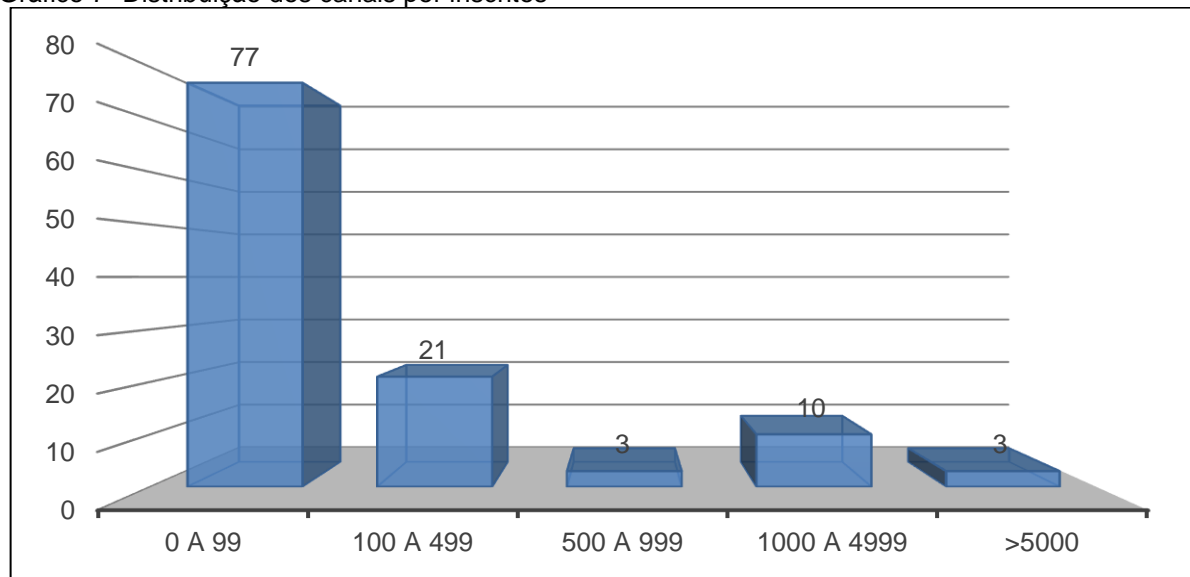
Percebe-se que muitos empresários não seguem práticas de gestão financeira como: administração do capital de giro, fluxo de caixa, análise financeira, orçamento e softwares de gestão financeira, alguns não o fazem por não falta do conhecimento mínimo dos conceitos e das técnicas (FERREIRA, 2016).

As principais práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhoria à situação das MPEs evidenciadas neste estudo dissertativo pelos autores selecionados na bibliometria são reforçadas pelo estudo de Ferreira (2016), quadro 04, que aglutina estudos nacionais realizados sobre o tema gestão financeira em pequenas e médias empresas. Nele há a recomendação do uso de ferramentas financeiras como: fluxo de caixa, análise da situação financeira e econômica, balanço patrimonial, demonstrativo de resultados, relação custo/volume/lucro, orçamento e a administração do capital de giro.

5.3. Análise de canais do YouTube voltados para a gestão financeira de MPEs

Na avaliação dos 114 canais selecionados, constatou-se que 67,5% (77 canais) dos canais tinham menos de 100 (cem) inscritos e também apresentavam número baixo de publicações, ficando evidente que são produções com baixa expressividade, sendo subtraídas, por isso, da análise.

Gráfico 7- Distribuição dos canais por inscritos



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

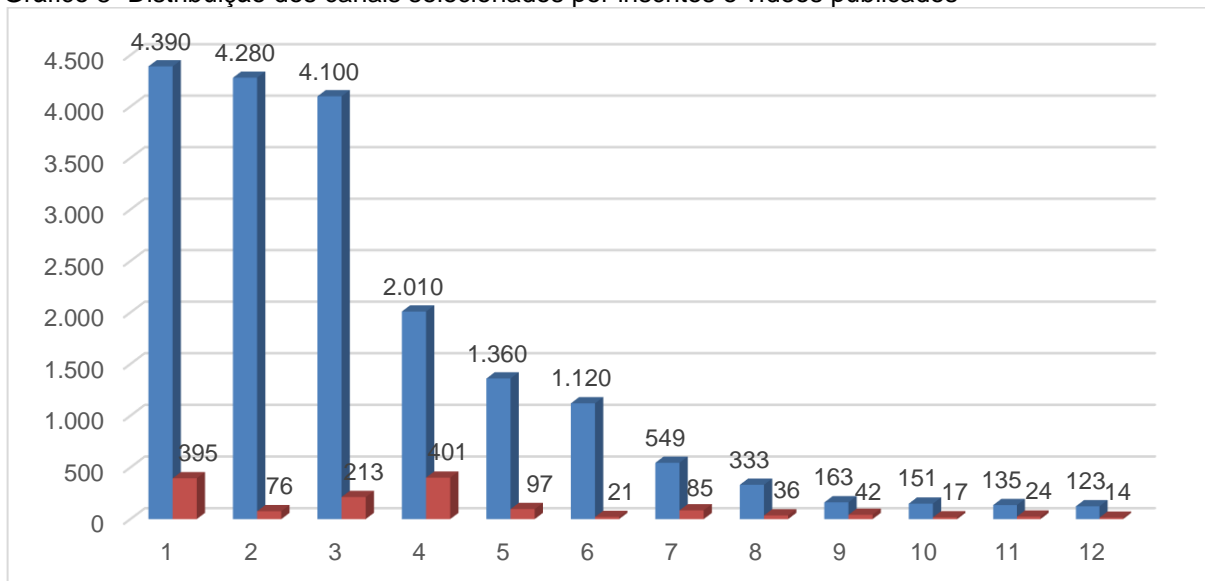
Dos 37 canais restantes, identificou-se, pela descrição, sete que têm suas publicações voltadas para explicações e funcionamento de sistemas de informações e para controles gerenciais. Dezoito canais analisados apresentaram descrições sem foco na orientação e no treinamento de gestão financeira para micro e pequenos empresários. O resultado final da seleção constituiu-se de 12 (doze) canais no YouTube com boa expressividade em relação ao número de inscritos, vídeos publicados e descrição de seus objetivos, conforme mostra a tabela 6.

Tabela 6- Canais do YouTube selecionados para análise

Canais do YouTube	Nº de inscritos	Qtd de vídeo
<i>FnP Finanças</i>	4.390	395
<i>Monica Serra – Finanças</i>	4.280	76
<i>Robson Pezzini</i>	4.100	213
<i>Incrédulo Financeiro - Ricardo Rochman</i>	2.010	401
<i>Me Explica Contador?</i>	1.360	97
<i>Manoel Estevam</i>	1.120	21
<i>Wendell de Lima</i>	549	85
<i>True Giants</i>	333	36
<i>Pensar Contábil</i>	163	42
<i>Sos Contábeis</i>	151	17
<i>Finança Simples com Jorge Luiz</i>	135	24
<i>ADMINISTRANDO com Rodrigo Gemenes</i>	123	14

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Gráfico 8- Distribuição dos canais selecionados por inscritos e vídeos publicados



Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

O primeiro canal analisado foi “*FnP Finanças*” – Finanças na Prática, ele está no YouTube desde setembro de 2020. Apresenta 395 vídeos, com 4.390 mil inscritos e mais de 105 mil visualizações, é idealizado por Marcelo Desterro, Engenheiro Mecânico aeronáutico, professor e mestre em finanças¹⁵.

No link VÍDEOS, podem ser encontradas todas as 395 publicações do canal, com destaque para vídeo de maior visualização do canal, o qual é denominado de *Aula 1 – FnP – FP&A – Isabella Jerke e André Lauria*, de 22 de fevereiro de 2021, com 3459 visualizações.

No link PLAYLISTS, são organizados os vídeos por conteúdo, de acordo com os temas que são abordados. Pode-se encontrar assuntos como: *valuatin akintec*; *estatística aplicada*; *Excel - ciclo intermediário*; *iniciação tributária*; *supply chain*; dentre outros.

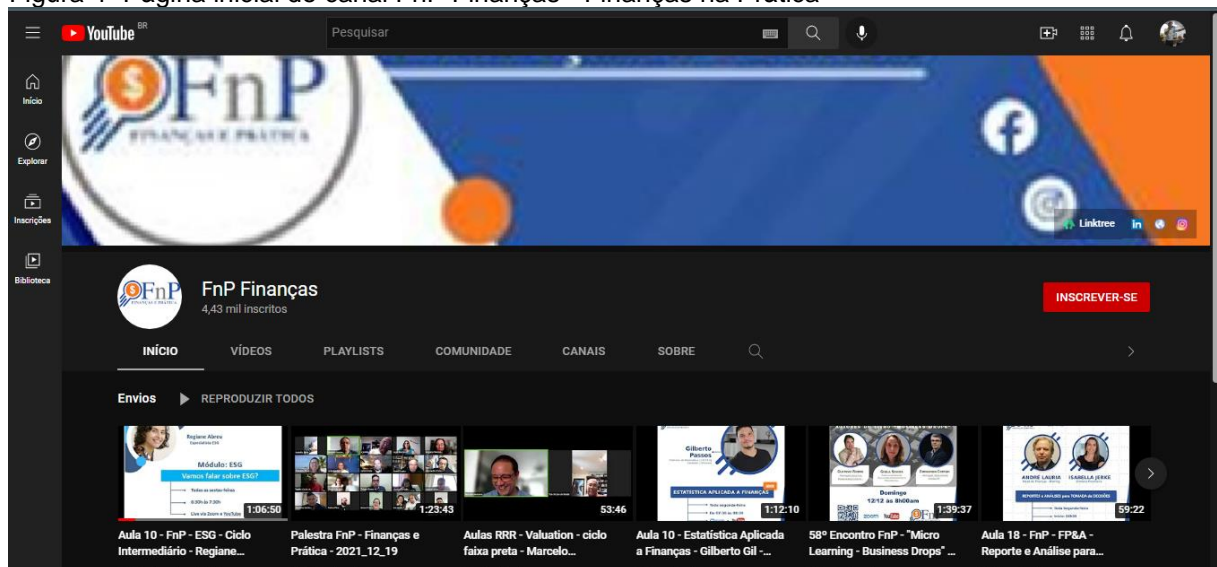
Já na aba SOBRE, há uma breve descrição do canal, esclarecendo que seus vídeos são gravados a partir dos encontros semanais realizados aos domingos, das 08h às 09h, e que são abertos a todos os usuários. O intuito é levar debates de alto

¹⁵ Dados do canal *FnP Finanças*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link: <https://www.youtube.com/c/FnPFinan%C3%A7as>.

nível sobre finanças para qualquer pessoa que busque aprofundar-se no tema, descreve ainda que trabalha com temas associados a finanças, tomando como base notícias de mercado para realizar análise de casos reais.

Além desses encontros, são ministrados cursos online sobre temas de finanças como: valuation, FP&A, ciência de dados, bolsa de valores, contabilidade, ESG, tesouraria e introdução à bolsa de valores, dentre outros. Não foi encontrado no canal um aspecto específico que faz referência à gestão financeira de micro e pequenos empresários.

Figura 4- Página inicial do canal FnP Finanças - Finanças na Prática



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O canal *Monica Serra – Finanças* é o segundo da lista a ser analisado, está no YouTube desde setembro de 2016. Apresenta um total de 76 vídeos, com 4.280 mil inscritos e mais de 109 mil visualizações, ele está sobre o comando de Monica Serra, que é contadora, foi professora universitária, bancária e hoje trabalha com instrutoria e consultoria para micro, pequenos e médios empresários¹⁶.

No link VÍDEOS, podem ser encontradas todas as publicações do canal. Como destaque, Monica traz um vídeo de 32 mil visualizações, denominado *Saiba tudo*

¹⁶ Dados do canal Monica Serra – Finanças, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/c/MonicaSerraFinan%C3%A7as/featuredde>

sobre o Departamento Financeiro de uma empresa – Setor Financeiro, como funciona, publicado em 01 de set de 2020.

Explorando o link PLAYLISTS, Monica organiza os conteúdos de acordo com os temas que são abordados. Assim, podem ser encontrados assuntos como: gestão estratégica de caixa; contabilidade básica; cargos e funções financeiras; gestão financeira; capital de giro; dicas rápidas, entre outros.

Na aba SOBRE, Monica descreve que ama aprender, ensinar, compartilhar e auxiliar empresários e funcionários a conversarem com os números de qualquer negócio. Menciona que tem como foco ensinar contabilidade, tanto para alunos de cursos de finanças quanto para empresários que se interessem pelo tema, incluindo assuntos relacionados com a prática financeira empresarial.

Figura 5- Página inicial do canal Monica Serra – Finanças



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O próximo canal analisado é o *Robson Pezzini*, o mais antigo dos doze estudados, uma vez que ele está no YouTube desde junho de 2008. Apresenta um total de 213 vídeos, com 4.100 mil inscritos e mais de 359 mil visualizações. Robson Luiz Pezzini, idealizador do canal, é técnico em contabilidade, formado em

Administração com MBA em marketing e CEO na RDX Assessoria Contábil e Consultoria empresarial¹⁷.

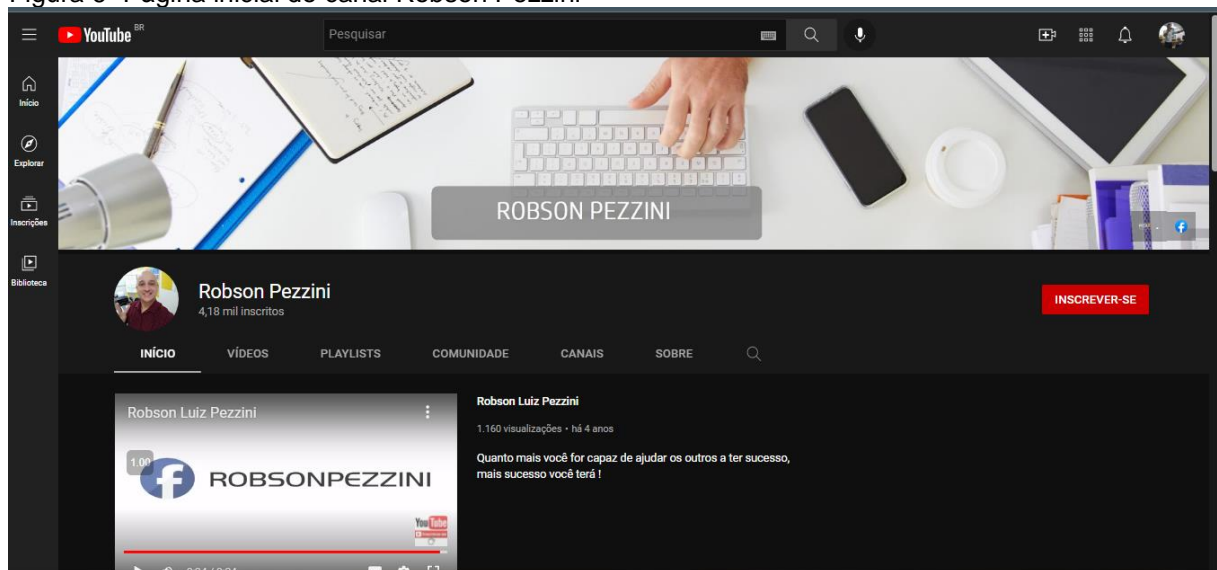
No link VÍDEOS, em uma publicação de destaque encontrada logo no início do canal, postada há quatro anos, Robson faz uma sucinta apresentação do canal, dizendo que trabalha temas como gestão, finanças, contabilidade e marketing direcionados para MPEs.

Em PLAYLISTS temos agrupados conteúdos de acordo com os temas abordados: imposto de renda – 2019 dúvidas do leão, marketing, tributos e finanças. Explorando o tópico de finanças da playlists, encontrou-se 57 vídeos, em sua maioria de curta duração, por volta de quatro minutos, com temas que variam desde a explicação de CMV, preço de venda, fluxo de caixa, capital de giro e outros, apresenta ainda dicas para melhorar o caixa e as finanças empresariais.

Na aba SOBRE, Robson inicia com a seguinte frase: “Quanto mais você tiver a capacidade de ajudar aos outros a ter sucesso, mais sucesso você terá!”. Ele explica que criou seu canal com base na frase, para que possa compartilhar dicas de empreendedorismo, finanças, plano de negócios, precificação, tributação, contabilidade e gestão empresarial a quem se interessa em melhorar o seu negócio ou então empreender. Destaca ainda que trabalha com assessoria contábil e consultorias de empresas na cidade de Passo Fundo - RS, com foco em MPEs. Ao final se coloca à disposição e disponibiliza seu contato de e-mail (robson@rdxassessoria.com.br) para aqueles que tiverem dúvidas a respeito de gestão.

¹⁷ Dados do canal Robson Pezzini, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/c/RobsonPezzini/featured>

Figura 6- Página inicial do canal Robson Pezzini



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

Incrédulo Financeiro - Ricardo Rochman é mais um canal analisado, o mesmo apresenta, dentre os doze da lista, o maior número de vídeos publicados, 401. Com 2010 inscritos e mais de 82 mil visualizações, está no YouTube há menos de dois anos, desde abril de 2020. Foi idealizado por Ricardo Ratner Rochman, que possui graduação em Ciência da Computação, mestrado e doutorado em Administração de Empresas. Atualmente é professor de carreira e tem experiência na área de administração, com ênfase em administração financeira, atuando principalmente nos seguintes temas: mercado de capitais, fundos investimentos, avaliação de empresas, finanças computacionais, criptomoedas, decentralized finance e opções reais¹⁸.

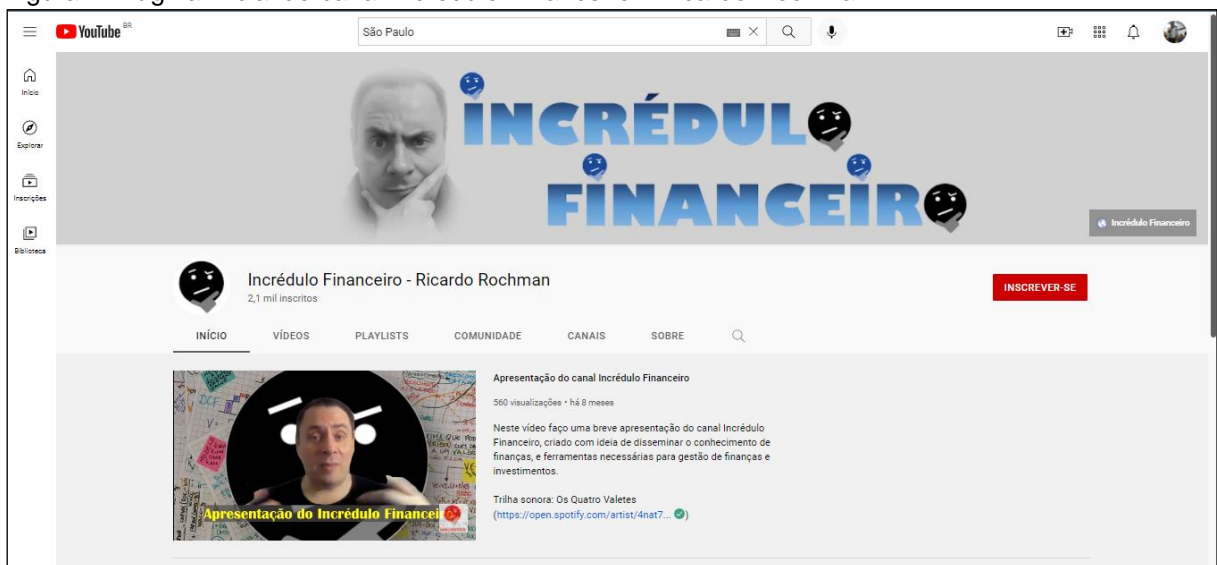
Em VÍDEOS, classificando por mais popular, pode-se encontrar o vídeo *Derivativos: Fórmula do Preço do Contrato Futuro de Dólar (R\$/US\$)*, com 4.383 mil visualizações, publicado em 08 de novembro de 2020, ainda como destaque, há uma breve apresentação do canal *Incrédulo Financeiro*, mencionando que ele foi criado com a ideia de disseminar o conhecimento de finanças e ferramentas necessárias para gestão financeira e investimentos.

¹⁸ Dados do canal *Incrédulo Financeiro - Ricardo Rochman*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021 link: <https://www.youtube.com/c/Incr%C3%A9duloFinanceiroRicardoRochman/featured>

Na PLAYLISTS Ricardo aglomera suas produções em temas como valuation; matemática financeira; contabilidade; investimento; finanças; Excel e outro. A linha de investimento aparece como tema mais explorado pelo autor, com 167 vídeos publicados, o tema finanças surge logo em seguida, com 85 vídeos publicados e um total de 3.303 visualizações.

Em SOBRE, Ricardo descreve que em seu canal são encontradas aulas, opiniões, discussões sobre finanças pessoais, finanças de empresas (startups, micro, pequenas ou médias) ou corporativas, investimentos, mercado de capitais, tecnologia financeira, gestão e administração de empresas aplicadas à realidade brasileira. Ele menciona que é professor de carreira, deixa o link do seu currículo Lattes e finaliza direcionando o usuário para conhecer suas atividades em fundos de investimento no www.portaldefundos.com ou no canal www.youtube.com/portaldefundos.

Figura 7- Página inicial do canal Incrédulo Financeiro - Ricardo Rochman



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O quinto canal da lista é o *Me Explica Contador?*, que está no YouTube desde setembro de 2019 e apresenta um total de 97 vídeos, com 1360 inscritos e mais de 79 mil visualizações. Arquitetado por Eduardo Sodré, contador, empresário contábil e

diretor do Grupo Result, uma empresa na cidade de São Paulo que vem atuando no segmento contábil e consultivo desde 1996¹⁹.

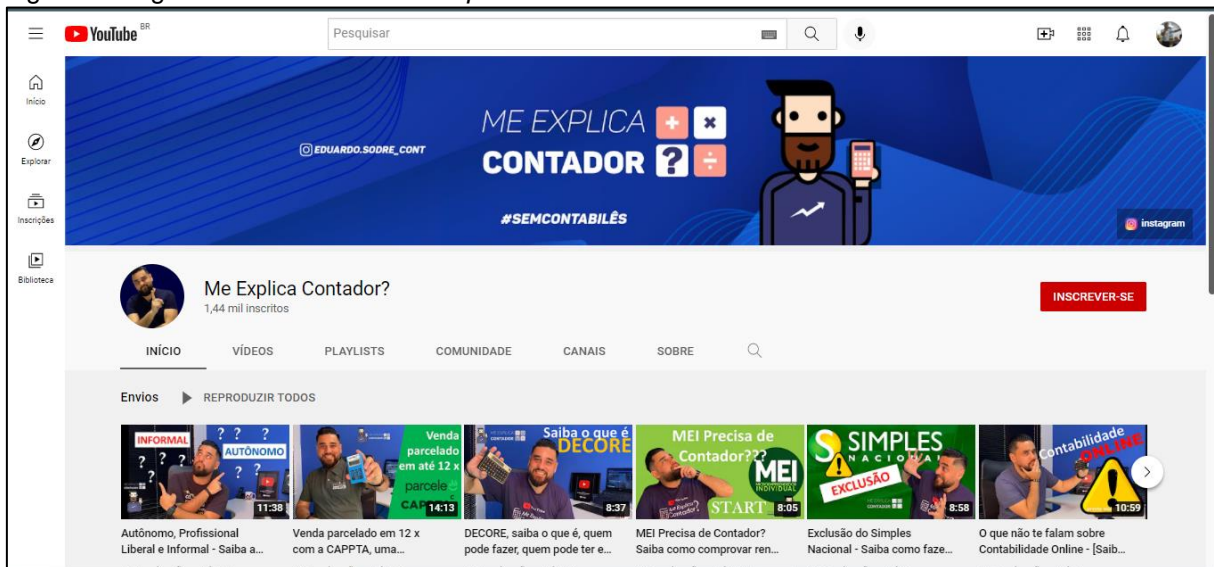
No link VÍDEOS, os arquivos estão organizados por índice de popularidade, e os 3 primeiros vídeos, com temas relacionados ao imposto de renda, são: I) *Maneiras de recuperar sua última declaração do imposto de renda*, com 17.677 visualizações, de 02 de março de 2021; II) *Preciso declarar venda de imóvel no imposto de renda?*, com 15.262 visualizações, de 9 de março de 2021 e III) *Casais devem fazer a declaração de IRPF em conjunto ou separado?*, com 7.697 visualizações de 6 de março de 2021.

Em PLAYLISTS Eduardo Sodré organiza o conteúdo de acordo com os seguintes temas: e-social, simples nacional, contabilidade gerencial & consultiva, Start MEI, trabalhista, MEI – microempreendedor individual, imposto de renda e simples. Com o maior número de vídeos publicados, 20 no total, o imposto de renda lidera como tema mais explorado. Já a contabilidade gerencial e consultiva surge com 6 vídeos publicados, abordando os seguintes subtemas: i) 13º salário; ii) índices de liquidez do seu negócio; iii) diferença entre lucro e fluxo de caixa; iv) contabilidade digital como funciona; v) vantagens de se ter um contador e vi) sem contabilês!

Na aba SOBRE, Eduardo descreve que seu canal foi criado para aqueles que querem empreender com paixão e obter melhores resultados. Posteriormente, ele faz uma breve apresentação, na qual continua elucidando que no canal o usuário vai encontrar esclarecimentos de como a contabilidade pode ajudar no crescimento de seu negócio, por fim, menciona os principais temas de debate: contabilidade, empreendedorismo, finanças, economia tributária, tecnologia e redução de custos.

¹⁹ Dados do canal *Me Explica Contador?*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021 link https://www.youtube.com/c/MeExplicaContador_EduardoSodre/featured

Figura 8- Página inicial do canal *Me Explica Contador?*



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O sexto canal analisado é o *Manoel Estevam*, ele está no YouTube desde setembro de 2019. Apresenta um total de 21 vídeos, com 1.120 inscritos e mais de 42 mil visualizações, seu idealizador é Manoel Estevam, graduado em Ciências Contábeis, pós-graduado em Gestão financeira e controladoria e também em docência, é ainda auditor com mais de 16 anos de experiência²⁰.

No link VÍDEOS, encontram-se todas as publicações do canal. Através de uma análise dos vídeos postados, observou-se que há um ano e três meses Manoel Estevam não movimenta seu canal, visto que o último vídeo veiculado foi “*Aprovado pelo governo programa de empréstimo facilitado*”, com 1.259 visualizações e postado no dia 9 de outubro de 2020.

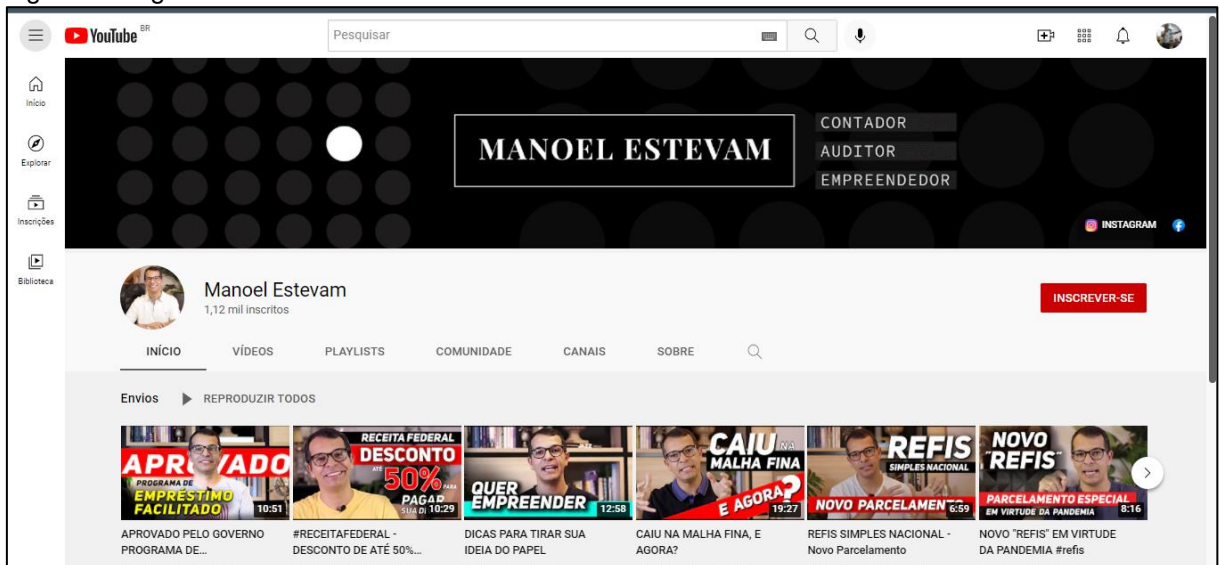
Explorando o link PLAYLISTS percebe-se que Manoel Estevam não classifica seu vídeo por temas abordados.

Na aba “SOBRE”, Manoel menciona que empreendedores encontrarão informações úteis com abordagem prática e objetiva sobre negócios, finanças, contabilidade e tributos. Fala também da sua experiência de 20 anos de atuação

²⁰ Dados do canal *Manoel Estevam*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/c/ManoelEstevam/featured>

profissional como auditor, contador e empreendedor, e que ainda acumula experiência única com atuação em empresas de pequeno, médio e grande porte.

Figura 9- Página inicial do canal *Manoel Estevam*



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

Wendell de Lima, com 549 inscritos, um total de 85 vídeos publicados e mais de 126 mil visualizações é mais um canal estudado. Entre os analisados, pode-se considerar como um canal antigo no YouTube, pois foi criado em novembro de 2014. Quem constituiu o canal foi o próprio Wendell de Lima, que é contador, tem Bacharelado em Ciência Humana e é sócio na JVI Contabilidade²¹.

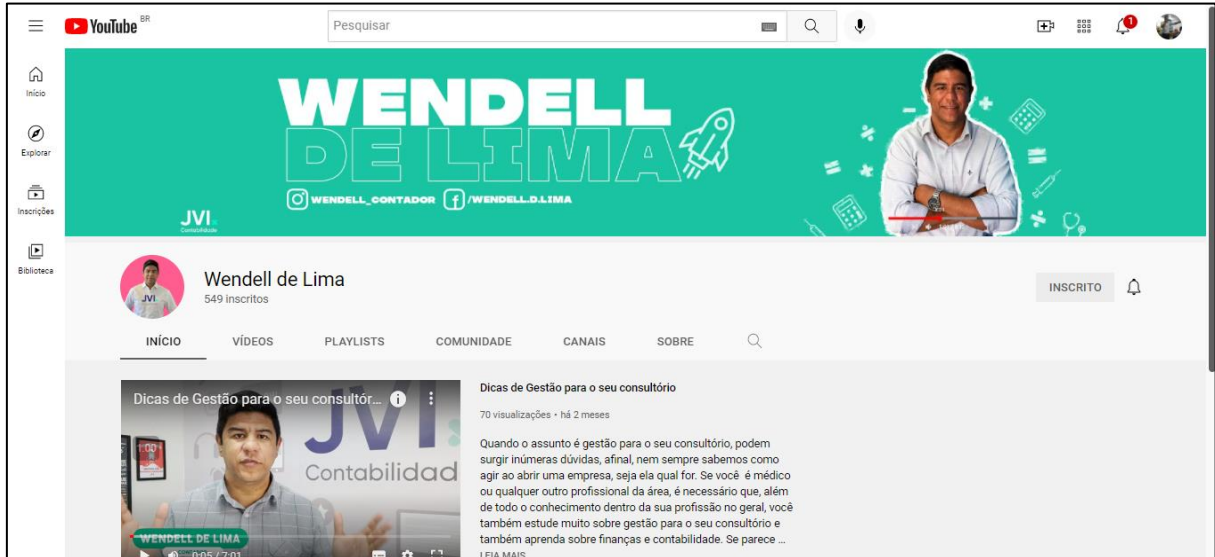
No link **VÍDEOS**, observa-se que, apesar do canal ser considerado antigo entre os demais analisado, as publicações são de anos mais recente, o vídeo mais antigo do canal, *Quanto custa abrir uma Empresa*, com 28.189 visualizações, é, por exemplo, de junho de 2019. Em suas publicações Wendel trabalha temas contábeis, buscando também visibilidade para seu empreendimento. Ele é mais um que não classifica seus vídeos dentro do link **PLAYLISTS**.

Na aba **SOBRE**, Wendel de Lima destaca que em suas publicações ele dá dicas sobre empreendedorismo, sobre legislação e informativos para quem precisa de

²¹ Dados do canal *Wendell de Lima*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link, <https://www.youtube.com/c/WendelldeLima-contador/featured>.

orientação para o crescimento do seu negócio. Diz ainda que, como contador, atua para ajudar no sucesso das micro e pequenas empresas. Ao final, ele deixa para seu usuário o link de seu site, Facebook e Instagram da JVI Contabilidade.

Figura 10- Página inicial do canal *Wendell de Lima*



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O oitavo canal da lista apresenta um total de 36 vídeos publicados, 333 inscritos, mais de 28 mil visualizações e está no YouTube desde maio de 2020. O fundador do *True Giants* é Klaus Meirose, que é formado em Engenharia da Produção, MBA em Gestão de negócios, MBA em Gestão e marketing esportivo. Atualmente é CEO e fundador da *True Giants*, uma empresa de consultoria e gestão focada no crescimento de MEI, micro, pequenos e médios negócios²².

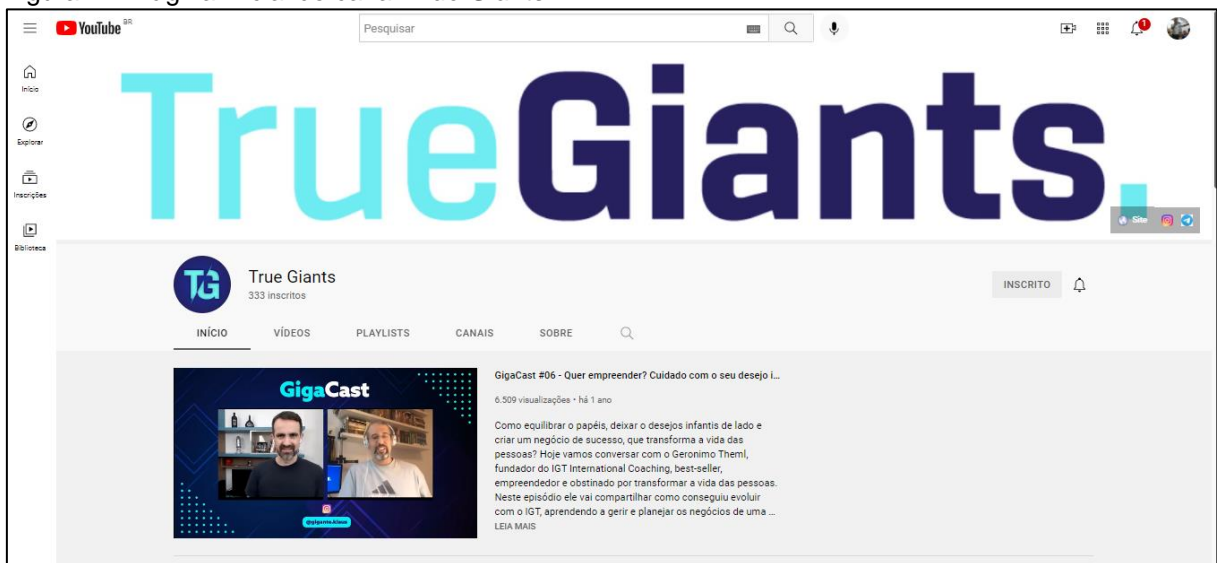
Em VÍDEOS do canal, encontram-se todas as produções do *True Giants*. Os vídeos são estruturados no formato de entrevista com o próprio Klaus Meirose, em que ele procura contar histórias de empreendedores, com o objetivo de motivar e inspirar outros empreendedores.

²² Dados do canal True Giants, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link https://www.youtube.com/channel/UCSPp0Si8Cdiyq0wce_bXaxg/featured.

Explorando o link PLAYLISTS foi possível notar que o conteúdo do canal aparece separado por temas como, lives e gigacast 1º, 2º, 3º e 4ª temporada, aqui são contadas as histórias de empreendedores.

Na aba SOBRE, Klaus Meirose busca atrair os internautas através das seguintes perguntas: “Você tem uma micro, pequena ou média empresa e quer crescer seu faturamento e tornar-se um verdadeiro gigante?” e “Você é empreendedor e não sabe separar e administrar as finanças da sua empresa das suas finanças pessoais?”. Na sequência, solicita que acompanhem o canal e comecem a entender como resolver os problemas financeiros e como alcançar os gigantes do mercado e se tornar um deles. Ao final, ele descreve que toda semana deixará um vídeo novo para acompanhar as dicas do gigante, Klaus Meirose. Deixa ainda o link de acesso do seu site, Instagram e Telegram.

Figura 11- Página inicial do canal *True Giants*



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O próximo canal avaliado é o *Pensar Contábil*, um dos canais mais novo entre os doze estudados. Possui pouco mais de seis meses, pois está no YouTube desde junho de 2021. Apresenta 42 vídeos no total, tem 163 inscritos e pouco mais de 3 mil visualizações. Joao Vitor Sirqueira e Lisiane Sirqueira são os idealizadores do canal,

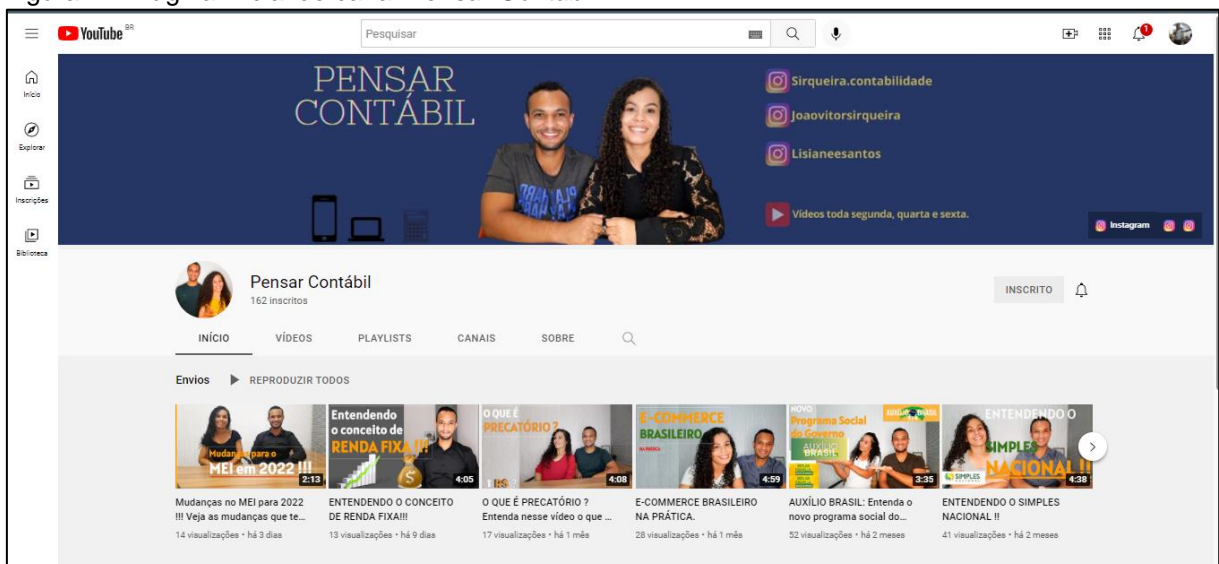
o casal é formado em Contabilidade e são sócios fundadores da Sirqueira Contabilidade, empresa que atua no ramo de assistência contábil²³.

No link VÍDEOS há as publicações do canal, das quais se destaca o vídeo de maior visualização, 455 no total, nomeado de *Preciso ter um CNPJ? O que é um CNPJ?*, que foi publicado em setembro de 2021, as demais publicações ficam abaixo de 200 visualizações. Nelas o casal de contadores trabalha os temas contábeis, buscando também maior visibilidade de seu empreendimento.

Em PLAYLISTS Joao Vitor e Lisiane criaram somente uma divisão de tema, nomeada de “indicadores financeiros”, com 2 vídeos publicados, e “*O que é capex? e ESG ou ASG | Ambiental Social Governança*”, ambos publicados em julho de 2021, com 93 e 127 visualizações respectivamente.

Na aba SOBRE, eles se apresentam mencionando que juntos irão abordar diversos assuntos relacionados à finança, contabilidade, empresas, empreendedorismo, microempresas, entres outros. Acrescentam ainda que seu objetivo é compartilhar conhecimento e ajudar seu público a crescer de alguma forma, finalizam deixando links de suas redes sociais no Instagram.

Figura 12- Página inicial do canal *Pensar Contábil*



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

²³ Dados do canal *Pensar Contábil*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/c/PensarCont%C3%A1bil/featured>.

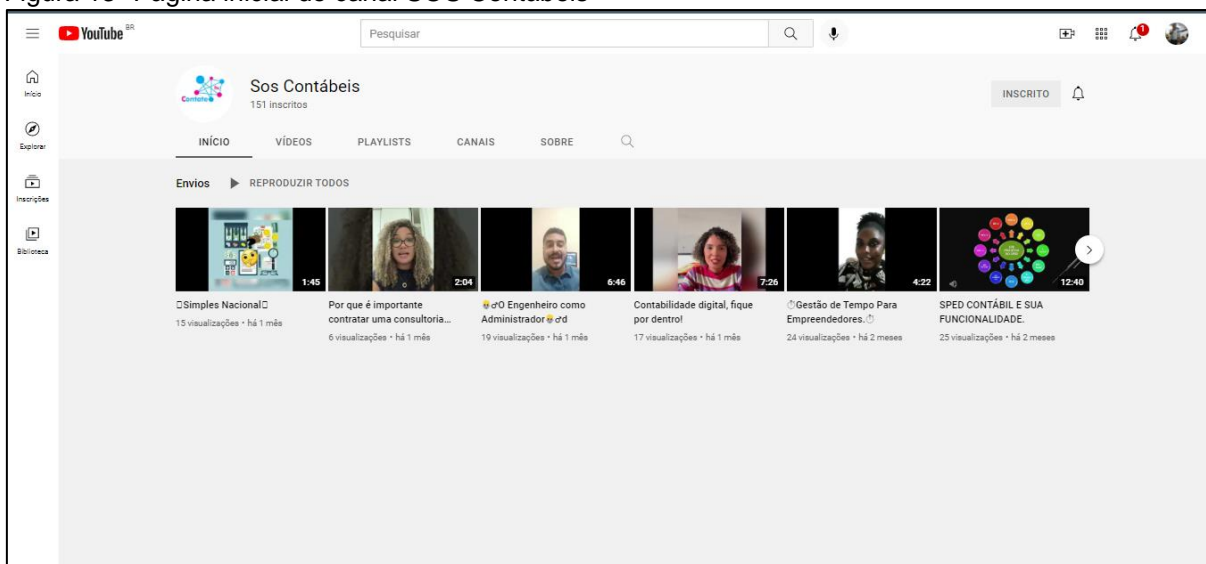
Entre os analisados, o *SOS Contábeis* é o canal mais recente, pois está no YouTube desde agosto de 2021. Apresenta um total de 17 vídeos, com 151 inscritos e 994 visualizações. O mesmo foi criado por estudantes de diferentes cursos do Centro Universitário - UniFTC, uma instituição de ensino superior brasileira com sede em Salvador²⁴.

Nos VÍDEOS, encontram-se as 17 publicações do canal. Em seu primeiro vídeo publicado, o *Sos Contábeis* enfatizar que o canal é um projeto oriundo da disciplina de Trabalho interdisciplinar, orientado pela Prof.^a Silvana Bacelar, envolvendo os temas de contabilidade e empreendedorismo, vídeo esse com 136 visualizações e publicado em 3 de setembro de 2021.

Não foi encontrada separação dos vídeos por conteúdo, de acordo com os temas, no link PLAYLISTS.

Na aba SOBRE, os organizadores descrevem que o canal foi criado pelos graduandos da faculdade UNIFTC, trazendo conteúdos atualizados do mercado na área contábil.

Figura 13- Página inicial do canal SOS Contábeis



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

²⁴ Dados do canal *SOS Contábeis*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/channel/UCumWc1C-8k3CERGBTFs9X2Q/featured>.

O décimo primeiro canal é o *Finança Simples com Jorge Luiz*, está no YouTube desde abril de 2020. Apresenta um total de 24 vídeos, com 135 inscritos e 589 visualizações no total e Jorge Luiz, idealizador do canal, é consultor financeiro²⁵.

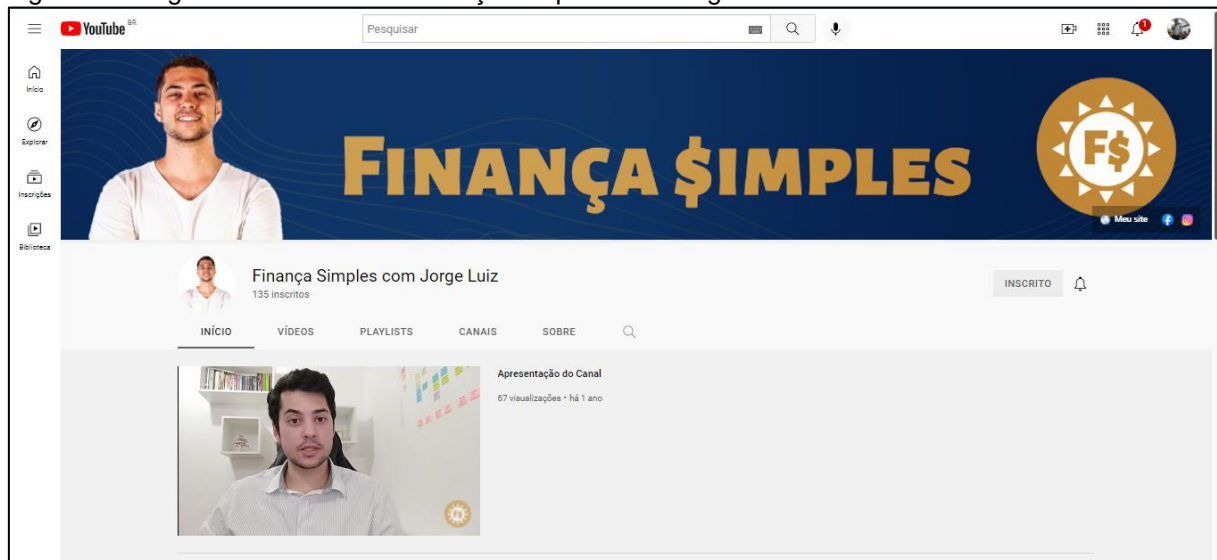
Em análise dos vídeos publicados no link VÍDEOS, observa-se que, apesar do canal ser considerado novo, menos de 2 anos no YouTube, todas as publicações feitas foram realizadas no período de abril a julho de 2020. Cabe salientar que há pouco mais de um ano e seis meses Jorge Luiz não movimentou seu canal, sendo que o último vídeo, o *Autoconhecimento, um importante passo na gestão das finanças pessoais*, com 89 visualizações, foi postado no dia 6 de julho de 2020.

O link PLAYLISTS contempla apenas uma divisão de tema, denominada “*Desafios dos 20 dias*”, com 20 publicações. Um total de 83% dos vídeos publicados no canal estão classificados na playlist, todos com tempo acima de 30 minutos e com abordagem que perpassa por empreendedorismo, indicadores financeiros, marketing digital, mercado financeiro e outros.

Na aba SOBRE, Jorge Luiz esclarece que seu objetivo é dar dicas, informações, além de trazer todo seu conhecimento para ajudar na área de gestão financeira, seja para autônomo ou gestor de micro e pequena empresa. Menciona ainda que trabalha assunto como: gestão financeira para pessoa jurídica, insights e auxílio para pessoa física, além de assuntos relacionados à melhora no atendimento do cliente e na transformação de mindset.

²⁵ Dados do canal *Finança Simples com Jorge Luiz*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/channel/UCZwhBiiz3BY1Y8kJwao5LXg/featured>.

Figura 14- Página inicial do canal Finança Simples com Jorge Luiz



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

O último canal estudado foi *ADMINISTRANDO com Rodrigo Gemenes*, que está no YouTube desde março de 2016. Apresenta a menor quantidade de vídeos publicados (14) e de inscritos (123) entre os doze da lista, e tem um total de 844 visualizações. Rodrigo Gemenes, criador do canal, é formado em Administração com ênfase em Gestão de negócios e especializado em Engenharia de produção, é consultor e empresário na Renascer Consultoria, empresa que oferece soluções na área de gestão financeira²⁶.

No link **VÍDEOS**, ao avaliar suas publicações, percebe-se que, embora o canal tenha sido lançado em 2016, todas as publicações foram feitas no período de agosto de 2021 até a data atual, e que os vídeos vão de 0 a 100 visualizações no total.

Explorando a **PLAYLISTS**, percebe-se que Rodrigo organiza o conteúdo separando seus vídeos em 3 temas distintos: i) empreendedorismo, com 2 vídeos; ii) marketing e vendas, também com 2 vídeos e iii) gestão financeira, com 10 vídeos. No que tange aos vídeos de gestão financeira, o autor aborda temas como mark-up e preço de venda, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, fluxo de caixa e outros.

²⁶ Dados do canal *ADMINISTRANDO com Rodrigo Gemenes*, no YouTube, de 22 de dezembro de 2021, link <https://www.youtube.com/channel/UCioKI0HW9n7yH5D2L1Cr0vw/featured>.

Na aba SOBRE, Rodrigo afirma que os consumidores de seus vídeos encontrarão temas como gestão financeira para pequenas empresas, aulas de diversas áreas do curso de Administração e empreendedorismo, e ainda deixa links de suas redes sociais no Instagram, @rodrigogemenes, e no Tiktok, @profrodrigogemenes.

Figura 15- Página inicial do canal Administrando com Rodrigo Gemenes



Fonte: Elaborado pelo autor com base na estruturação do canal no YouTube (2021).

5.3.1. Análise e inferências sobre os canais selecionados

O quadro 8 a seguir conta com um resumo dos doze canais verificados a partir das categorias de análise estabelecidas.

Quadro 8 - Resumo dos canais analisados

Canal	Inscrito	Qtd de Vídeo	Criação do canal	Perfil	Assunto do canal	Público-alvo
FnP Finanças	4.390	395	set-20	Marcelo Desterro, Eng. Mecânico aeronáutico, professor e mestre em finanças.	Valuation, FP&A, Ciência de Dados, Bolsa de Valores, Contabilidade, ESG, Tesouraria e Introdução à Bolsa de Valores, dentre outros.	MPEs

Monica Serra - Finanças	4.280	76	set-16	Monica Serra Contadora, professora universitária, bancária e hoje trabalha com instrutoria e consultoria.	Gestão estratégica de caixa, contabilidade básica; cargos e funções financeiras; gestão financeira; Capital de giro; dicas rápidas entre outros.	MPEs e médios empresários
Robson Pezzini	4.100	213	jun-08	Robson Luiz Pezzini: Técnico em contabilidade, Administração com MBA em Marketing, CEO na RDX Assessoria Contábil e Consultoria empresarial.	Gestão, finanças, contabilidade, Marketing	MPEs e médios empresários
Incrédulo Financeiro Ricardo Rochman	2.010	401	abr-20	Ricardo Ratner Rochman: Graduação em Ciência da computação, mestrado e doutorado em Administração de empresas, atualmente é professor de carreira.	Finanças pessoais, finanças de empresas ou corporativas, investimentos, mercado de capitais, tecnologia financeira, gestão e administração de empresas.	Pessoa físicas, startups, MPEs e médios empresários
Me Explica Contador?	1.360	97	set-19	Eduardo Sodré, Contador, Empresário Contábil e Diretor do Grupo Result, empresa em São Paulo que atua com contábil e consultoria.	E-Social, Simples Nacional, contabilidade gerencial & consultiva, Trabalhista, MEI – microempreended or individual e imposto de Renda e simples.	Aqueles que querem empreender.
Manoel Estevam	1.120	21	set-19	Manoel Estevam: Graduado em Ciências Contábeis, pós-graduado em Gestão Financeira e Controladoria, docente, Auditor, experiência como auditor contábil, tributário e financeiro.	Negócios, finanças, contabilidade e tributos.	MPEs e médios e grandes empresários
Wendell Lima de	545	85	nov-14	Wendell Estevam: contador e sócio na JVI Contabilidade.	Temas contábeis	MPEs

True Giants	332	36	mai-20	Klaus Meirose: Engenharia de Produção, MBA em Gestão de Negócios, MBA em Gestão e Marketing Esportivo. CEO e fundador da True Giants, empresa de consultoria e gestão.	Histórias de empreendedores no sentido de motivar e inspirar outros empreendedores.	MEI, MPEs e médios negócios.
Pensar Contábil	162	42	jun-21	Joao Vitor Sirqueira e Lisiane Sirqueira: casados e contadores, os dois são sócios fundadores da Sirqueira Contabilidade.	Temas contábeis, indicadores financeiros: capex e "ESG ou ASG.	MPEs, entres outros.
Sos Contábeis	150	17	ago-21	Graduandos de diferentes cursos do Centro Universitário UniFTC.	Contabilidade e Empreendedorismo .	Não encontrado.
Finança Simples com Jorge Luiz	136	24	abr-20	Jorge Luiz: consultor financeiro.	Empreendedorismo , indicadores Financeiro, marketing digital, mercado financeiro e outros.	Autônomos e MPEs.
Administrando com Rodrigo Gemenes	124	14	mar-16	Rodrigo Gemenes graduado em Administração com ênfase em gestão de negócios e especializado em Engenharia de produção, consultor e empresário na Renascer Consultoria.	Empreendedorismo , marketing e vendas, gestão financeira.	MPEs.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

É importante destacar que boa parte dos canais não possui foco exclusivo em gestão financeira para MPEs e que veem a plataforma como um meio de divulgação de seu trabalho.

O primeiro, *FnP Finanças com Marcelo Desterro*, possui o maior número de inscritos e é o segundo em publicações, as quais são voltadas para MPEs, entretendo com temas que perpassam por valuation, bolsa de valores, contabilidade, tesouraria, dentre outros.

Dos canais avaliados neste estudo, metade (seis canais) foram criados por contadores que, além de temas voltados para gestão financeira, também trabalham outros temas relacionados ao leque contábil, são os casos de: *Monica Serra – Finanças*; *Robson Pezzini*; *Me Explica Contador?*; *Manoel Estevam*; *Wendell de Lima e Pensar Contábil*.

O canal de Monica Serra possui uma quantidade de inscritos e de publicações bem representativo, o mesmo é voltado para MPEs com temas abordados de forma simples e de extrema relevância para o público em questão. Dentre os seis contadores, Monica é uma das que trabalha de forma exclusiva a gestão financeira para MPEs.

Robson Pezzini, também com uma boa quantidade de inscritos e de vídeos publicados, tem o canal mais antigo entre os analisados, com publicação que variam entre temas como gestão, finanças, contabilidade e marketing, é voltado para MPEs e médios empresários. Apesar da variedade de temas propostos em seu canal, Robson também trabalhar muito os temas de gestão financeira voltados para o público de micro e pequeno empresários.

Eduardo Sodré, com o *Me Explica Contador?*, é o que trabalha com a maior variação de temas na área contábil, com foco principal voltado para imposto de renda, tema com maior número de vídeos publicados.

Manoel Estevam também trabalha temas diversos na área contábil, com foco em MPEs, médios e grandes empresários, ressalta-se que há um ano e três meses ele não movimenta seu canal com novas publicações.

Os canais *Wendell de Lima* e *Pensar Contábil*, com menos de mil inscritos, não relatam temas específicos na área contábil, pois abordam temas gerais com foco em MPEs. Salienta-se que *Pensar Contábil* é o segundo canal mais novo dentro os estudados, em razão disso, possui apenas 3 mil visualizações no total, e os vídeos publicados estão abaixo de 200 visualizações cada.

Incrédulo Financeiro - Ricardo Rochman destaca-se como o canal de maior volume em publicações, entretanto seus temas fogem desta linha de estudo. Investimento aparece como tema mais explorado pelo autor, por fim, seu público difere entre pessoas físicas, startups, MPEs e médios empresários.

Com vídeos em formato de entrevista, Klaus Meirose, com *True Giants*, trabalha contando histórias de empreendedores no sentido de motivar e inspirar outros empreendedores, e está voltado para públicos diversos dos negócios.

Os últimos três canais, *Sos Contábeis*, *Finança Simples com Jorge Luiz* e *Administrando com Rodrigo Gemenes* possuem valor igual ou abaixo de 150 inscritos, número ainda acanhado de publicações em relação aos demais. O primeiro foi criado há seis meses por graduandos de diferentes cursos do Centro Universitário UniFTC, segundo vídeo publicado no canal, ele tem o intuito de atender a um projeto oriundo da disciplina de trabalhos interdisciplinares, abordando temas como: empreendedorismo, indicadores financeiros, marketing digital, mercado financeiro e outros. Já o *Finança Simples com Jorge Luiz* tem o foco em autônomos e MPEs, porém todas as movimentações do canal foram realizadas no período de abril a julho de 2020, posteriormente, não há novas publicações.

O *Administrando com Rodrigo Gemenes*, por sua vez, é um canal com o menor número de inscritos, reuni temas de empreendedorismo, marketing e vendas e gestão financeira, está registado no YouTube há mais de 5 anos, entretendo com publicações feitas há menos de 5 meses.

A análise da evolução da produção científica identificada ao longo do tempo nos permitiu concluir um enfraquecimento desta a partir do ano de 2019. Do mesmo modo que na literatura, encontrou-se dificuldades também na busca por canais no YouTube que abordassem, de forma específica, a gestão financeira para MPEs.

Dos doze canais estudados, apenas dois aproximam-se do tema e público-alvo deste estudo, são eles: *Monica Serra – Finanças* e *Robson Pezzini*, ambos idealizados por contadores e com uma boa relação de engajamento dos vídeos publicados. Ao mesmo tempo que buscam disseminar informação que auxiliem na gestão do MPEs, também utilizam o YouTube como um espaço de divulgação do seu trabalho, estratégia que tem tornado-se comum entre os influenciadores.

Em avaliação, entende-se que os demais canais realizam ações de capacitação empresarial que, embora vantajosamente empregadas nesse contexto, propõem aspectos mais abrangentes em relação à gerência e administração de micro e

pequenas empresas, em outras palavras, eles versam sobre múltiplos assuntos, principalmente na área contábil.

Desse modo, torna-se dificultoso encontrar conteúdo abordado de forma mais específica pois, em suma, boa parte do assunto trabalhado corresponde à uma visão mais generalista do tema contábil e empreendedorismo. Além disso, acabam não ressaltando as relações e interdependências existentes entre as principais dificuldades e as soluções específicas da área de gestão financeira desses empreendimentos.

5.4. Projeto piloto: “Sala de emergência empresarial”

Convém ressaltar que uma das etapas desse estudo é a construção do canal *Sala de emergência empresarial* (Figura 16), produto desse trabalho dissertativo, o qual se encontra disponível na plataforma YouTube. Há ainda a disponibilização dos vídeos, a partir das premissas já citadas, bem como as principais práticas de gestão financeira para MPEs.

Esse processo envolveu um esforço multitarefa, haja vista que se estruturou em torno de atividades de seleção de conteúdo, produção, edição e exibição dos vídeos produzidos. Pode-se observar que na descrição do canal destaca-se a proposta de atender às necessidades da gestão financeira das MPEs, com intenção de passar as informações de uma forma simples e objetiva.

Em seguida, a comparação das classificações, feita através do quadro 7, apontam que a gestão orçamentária, o fluxo de caixa e a gestão do capital de giro foram fatores mais relevantes na ausência da cultura de planejamento e controle financeiro de micro e pequenas empresas. A produção dos vídeos com a contextualização dos temas será direcionada pela perspectiva da aplicabilidade das ferramentas identificadas, de suas características e propriedades.

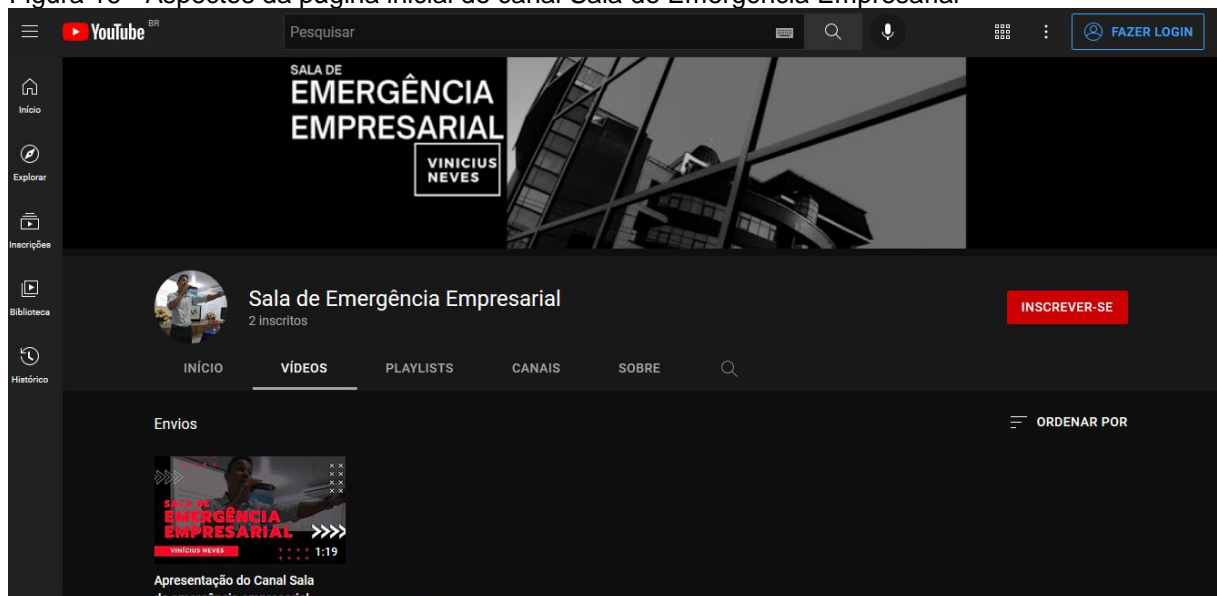
Na sequência, a partir da seleção de conteúdo, realizou-se a produção dos vídeos com o auxílio dos recursos tecnológicos disponíveis pelos próprios autores,

observando no processo de produção deles a linguagem adotada e a melhor identificação do público-alvo do estudo.

Posteriormente, foi realizada, no canal criado na plataforma Youtube, a postagem desse material produzido.

Abaixo, são apresentados aspectos da página inicial do canal *Sala de Emergência Empresarial* em que os visitantes encontrarão a lista dos vídeos produzidos pelo autor à proporção que forem postados. A produção desse material envolverá várias etapas: preparação, produção e edição, até a obtenção do produto em sua versão final, o qual será postado na plataforma *Youtube*²⁷.

Figura 16 - Aspectos da página inicial do canal Sala de Emergência Empresarial



Fonte: Elaborado pelo autor com base no canal Sala de emergência empresarial (2022).

No primeiro vídeo publicado no canal, utilizou-se o seguinte roteiro: apresentação sucinta do idealizador, Vinicius Neves, dizendo que é administrador, consultor empresarial e criador do canal YouTube *Sala de emergência empresarial*, destinado aos micro e pequenos empresários que estão interessados em aprender a gerenciar as finanças de sua empresa. No final do vídeo, efetuou-se um convite para se inscreva no canal, acionar o sininho da notificação, mencionado ainda que os

²⁷ Dados do canal *Sala de Emergência Empresarial*, no YouTube, de 15 de janeiro de 2022, link <https://www.youtube.com/channel/UCZox31Swcu5DSjDJohdbrPw>.

usuários irão aprender a controlar suas finanças de um jeito simples e prático, a fim de tornar seu negócio bem mais competitivo. A publicação em questão pode ser acessada através do link: <https://youtu.be/UKdXgchxQD8>

Um dos vídeos publicados fez referência ao fluxo de caixa, que é a segunda prática de gestão financeira para MPEs mais citadas pelos autores selecionados pela bibliometria e também evidenciada pelos autores do referencial como um poderoso instrumento da gestão financeira, para auxílio do empresário na tomada de decisões.

Denominado como *Fluxo de Caixa*, o vídeo pode ser acessado pelo link: https://youtu.be/hB_AWppF9wc. No material encontra-se inicialmente uma apresentação pessoal, seguida de informações sobre o fluxo de caixa e suas principais características, ao final do vídeo, tem-se um pedido de inscrição no canal seguido da despedida (Apêndice A).

Figura 17 - Vídeo postado no canal Sala de Emergência Empresarial – Fluxo de Caixa



Fonte: Elaborado pelo autor com base no canal *Sala de emergência empresarial* (2022).

O vídeo *7 erros da gestão financeira* foi sustentado em evidências colocadas por autores como Carvalho (2008) e Ferreira (2016), uma vez que eles mencionam os vários motivos que ocasionam a falência empresarial, destacando a falta de capital

de giro e a maneira improvisada de planejar e gerenciar os micros e pequenos negócios

Nesse que é o primeiro de oito vídeos, foi trabalhado de uma forma **inicial**, citando sete erros na gestão financeira que atrapalham a lucratividade e a saúde do negócio, são eles: 1) Preço errado; 2) Falta de controles financeiros – orçamento; 3) Controles existentes ineficazes; 4) Não saber a necessidade de capital de giro e/ou viver no cheque especial; 5) Não analisar os dados do controle financeiro; 6) Não ter reserva financeira e 7) Mistura de dinheiro pessoal com o da empresa. Posteriormente, o intuito é trazer aos usuários, de forma separada, uma discussão de cada um dos erros mencionados. O vídeo pode ser acessado pelo link: <https://youtu.be/UKdXgchxQD8>.

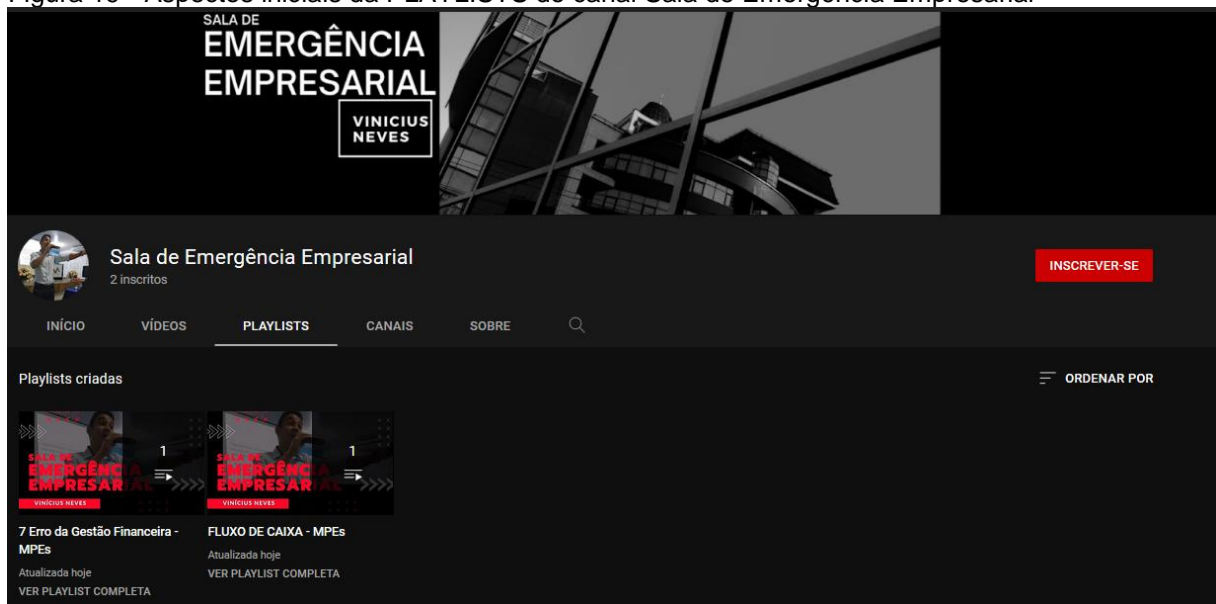
Figura 18 - Vídeo postado no canal Sala de Emergência Empresarial – 7 erros da gestão financeira



Fonte: Elaborado pelo autor com base no canal *Sala de emergência empresarial* (2022).

Navegando pelo link da playlist do canal, os usuários encontram duas divisões para os vídeos já publicados, são elas: 7 erros de gestão financeira e fluxo de caixa. A divisão realizada tem o propósito de separar os vídeos por conteúdo, de acordo com os temas que são abordados, seguindo as orientações estudadas no que tange às principais práticas de gestão financeira com maior potencial de agregar melhorias da situação financeira das MPes.

Figura 19 - Aspectos iniciais da PLAYLISTS do canal Sala de Emergência Empresarial



Fonte: Elaborado pelo autor com base no canal Sala de emergência empresarial (2022).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As MPEs desempenham um papel fundamental no contexto econômico e social, pois além de representarem a maior parte dos empreendimentos formais do país e grande parte desse faturamento, também são responsáveis por geração de riqueza, emprego e renda. Nesse sentido, empresas que permanecem ativas possuem renda e trabalhadores ativos, logo, a sociedade obtém ganhos a partir da manutenção dessa renda e dos empregos. Todavia, conforme foi registrado ao longo da pesquisa, existe preocupação com relação à permanência das MPE's no mercado, tendo em vista que são altas as taxas de mortalidade nos anos iniciais de atividade, segundo dados apontados por órgãos de fomento e estudos acadêmicos este trabalho buscou disponibilizar, no YouTube, um canal de treinamento em gestão financeira voltado para micro e pequenos empresários.

Uma quantidade considerável de MPE's ao atuarem no ambiente de negócio acabam apresentando vários problemas administrativos e financeiros, isso devido ao fato de não possuírem uma orientação, bem como um gerenciamento adequado de seus recursos e suas ações, não tendo em mãos, portanto, nenhuma ferramenta de análise e controle dos efeitos de suas decisões.

Apesar da importância do gerenciamento adequado, as MPEs são normalmente as mais carentes nesse aspecto, haja vista que a atividade financeira de uma empresa necessita de um acompanhamento constante dos resultados, a fim de que essa possibilite uma avaliação contínua do desempenho e dos possíveis ajustes e correções necessárias.

Com o negócio já montado, uma boa administração por parte do empreendedor passa a ser imprescindível, por isso é preciso estar sempre atento às necessidades do mercado, isso inclui o uso das principais ferramentas de gestão financeira citadas pelos autores, tais como: fluxo de caixa, análise da situação financeira e econômica, balanço patrimonial, demonstrativo de resultados, relação custo/volume/lucro, orçamento e a administração do capital de giro.

Diante desse cenário, verificou-se que os micro e pequenos empresários carecem de capacitação, havendo necessidade de mais campanhas nesse sentido, e

que sejam capazes de alcançar o maior número de empresas possíveis e, dessa forma, melhorar a competitividade das MPEs, visando aumentar a profissionalização da gestão e reduzir, assim, a mortalidade desses negócios.

No âmbito dessa dissertação, percebeu-se que um canal para ensinar, orientar e direcionar esse público pode representar, de forma simplificada e objetiva, uma contribuição acerca dos princípios básicos que norteiam uma organização e que servem de referência para orientar os gestores no planejamento, controle e tomada de decisão no negócio.

A partir do seu desenvolvimento, o YouTube passou a ser um espaço onde os indivíduos podem produzir conteúdos específicos para os milhares e diferentes usuários da plataforma. Os Youtubers, assim chamadas as pessoas que criam conteúdo para a plataforma, a partir de 2012 no Brasil, começaram a ter canais com mais de um milhão de inscritos (YOUTUBE JOB, acesso em: jul. 2021)

Assim sendo, é relevante observar que a facilidade de acesso para os usuários que seguem os canais mostra-se como uma questão positiva em toda essa sistemática. Em primeiro lugar o fato das pessoas não precisarem pagar para acessá-la, não precisarem de um aparelho específico, podendo acessar pelo computador, smartphone, tablet ou televisão, somados ao fato de que a maioria de seus conteúdos são rápidos, criativos, abordam diversos assuntos, são encontrados e podem ser acessados de vários lugares e, por fim, consumidos em pequenos intervalos de tempo.

Além disso, o YouTube está, de um jeito simples, sempre disponível e ao alcance das pessoas, além disso ainda não há preocupação com instalação, todos esses são excelentes diferenciais e influenciam nessas dinâmicas.

Na proposta apresentada neste trabalho, visualiza-se que o uso de recursos audiovisuais pode configurar-se como um dos caminhos para fortalecer uma aprendizagem mais ativa e participativa de conteúdo sobre gestão financeira para MPEs. Seu uso tende a estimular o interesse do usuário, na medida em que se enquadra em um perfil mais dinâmico, atual e interativo, despertando a curiosidade a partir de uma estratégia que envolva o empreendedor estudante no processo gestão empresarial.

Entende-se que uma das principais contribuições da presente pesquisa foi possibilitar a avaliação e a proposição de alternativas para a gestão financeira de MPEs, a partir da identificação das principais práticas e ferramenta aplicáveis à realidade dos pequenos negócios. Tendo em vista os resultados obtidos na pesquisa, sugere-se que sobretudo os micro e pequenos empresários adotem as referidas práticas descritas nesse estudo e apresentadas no capítulo 5. Destaca-se que as práticas de gestão financeira citadas estão alicerçadas em estudos diversos e recentes sobre o tema gestão financeira de micro e pequenos negócios e em autores clássicos da literatura.

Este trabalho dissertativo buscou avaliar as práticas tradicionais dos poucos canais do YouTube já existentes, criar um ambiente específico em gestão financeira de MPEs, elencar as principais dificuldades com as melhores práticas de gestão com maior potencial de agregar melhorias à situação financeira desses negócios, e também salientar a importância dos registros e controles financeiros como instrumentos de auxílio ao empresário na correção de suas rotas e nos processos decisórios.

Evidenciou ainda que as informações explanadas nesta pesquisa podem fornecer suporte aos gestores/proprietários de MPEs para a identificação das melhores práticas de gestão financeira de seus empreendimentos e para a manutenção da longevidade empresarial de seus negócios. Ao tratar do tema proposto, percebeu-se a importância de que haja, cada vez mais, estudos voltados para este objeto de pesquisa. E diante da explícita importância econômica desses estabelecimentos, medidas devem ser tomadas para assegurar sua sobrevivência, pois sua mortalidade resulta no aumento do desemprego, na perda de investimentos e de arrecadação, além de afetar o setor produtivo em geral.

Por fim, conhecer o perfil da produção científica em determinada área do conhecimento constitui-se num fator importante para entender a relevância dos assuntos pesquisados, a distribuição deles e dos autores pelos periódicos analisados, bem como a variação do interesse tanto dos periódicos quanto dos assuntos ao longo do período analisado. Espera-se, dessa maneira, que este trabalho possa contribuir

para os estudiosos e profissionais envolvidos na pesquisa, construção e disseminação de conhecimento relacionados à gestão financeira de MPEs.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Alexandre Farias. **Fatores de Mortalidade de Pequenas Empresas: Análise de Empresas do Setor Varejista a Partir do Ciclo De Vida Organizacional**. 2013. Tese (Doutorado Em Economia, Organizações E Gestão Do Conhecimento) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2013. DOI:10.11606/T.18.2013.tde-18112013-102833. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18157/tde-18112013-102833/pt-br.php>. Acesso em: jun. 2020.

ALMEIDA, Maria Lúcia Pacheco de. **Como elaborar monografias**. 4. ed. rev. e atual. Belém/PA: Cejup, 1996. 224p.

ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de; FRANCESCONI, Milton; FERNANDES, Priscila Pereira. **Manual para Desenvolvimento de Pesquisa Profissional**. 1º.ed. São Paulo Atlas, 2019.

ALVARENGA, Rodrigo Arraes. **Estudos dos Fatores Contribuintes para a Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas do Estado do Maranhão**. International Journal of Innovation: IJI Journal, ISSN-e2318-9975, Vol. 4, Nº. 2, 2016 (Ejemplar dedicado a: JulyDecember (Aheadofprint)), págs. 106-118 Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5609205>. Acesso em: jun. 2020.

ÁVILA , Zuleica Reis. **Administrar para o Resultado Positivo**. Bis Revistas ano 01 – nº 01– Julho/agosto, 2009. (formato digital). disponível em: http://www.sinepe-mg.org.br/bis_revista.php?id_pagina=38&id=4. Acesso em: dez. 2018.

Backes, Suelen. **Produção e consumo de vídeos on-line: análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do YouTube**. 2019. Disponível em: <Http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8635>. Acesso em: jul. 2021

BARTIK, A. et al. (2020). **How are small businesses adjusting to COVID-19?** Early evidence from a Survey. NBER Working Paper Series. Cambridge.

BNDES. **Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas. Publicações e Estudos**. BNDES/2015. Disponível em: https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta_Expressa/Tipo/Estudos_Especiais/200004_4.html. Acesso em: ago. 2020

BRANDÃO, Carlos Rodrigues (org). **Repensando a pesquisa participante**. 8 ed. São Paulo: Brasiliense, 2011.

BRASIL. **Lei Complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006.** Lei Geral das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte. Brasília: Senado Federal, 2006.

BRASIL. Lei n. 123, de 14 de dezembro de 2006. **Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.** Lex: Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, v. 60, p. 1260, maio/jun., 3. trim.1996. Legislação Federal e marginália.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube: Online Video and Participatory culture.** 2009

CARDOSO, Daniel Souza; SILVA., D. T. ; ESPINOSA, Istael de Lima. **Parecer eletrônico no processo de avaliação em EAD.** Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância, v. 10, p. 1/1-15, 2011.

CAGED. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.** Disponível em: <http://trabalho.gov.br/trabalhador-caged>. Acesso em: jun. de 2019.

CARMO, C. R. S.; SANTOS, G. C. D.; LIMA, I. G. **Um Estudo sobre a Sobrevivência de Micro e Pequenas Empresas Mineiras com base em Métodos Quantitativos Aplicados.** Revista da Micro e Pequena Empresa, v. 7, n. 3, p. 33-48, 2013. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/19932/um-estudo-sobre-a-sobrevivencia-de-micro-e-pequenas-empresas-mineiras-com-base-em-metodos-quantitativos-aplicados/i/pt-br>. Acesso em: jun. 2020.

CARVALHO, Antônio Pires de. **MBA executivo: uma abordagem multidisciplinar.** 1. ed. SP: Saraiva, 2008.

CARVALHO, Kátia Cilene Medeiros de; FONSECA, Luiz Fernando Cerqueira. **Análise dos Determinantes da Entrada e Sobrevivência das Empresas no Brasil.** XXVII Encontro Nacional de Economia – ANPEC, Salvador-Bahia, dez. 2010. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/encontro2010/inscricao/arquivos/374-8a1568111138d1fb6e9366eca88f8e40.pdf>. Acesso em: jul. 2020.

CEZARINO, L. O.; CAMPOMAR, M. C. **Micro e pequenas empresas: características estruturais e gerenciais.** Anais do IV Congresso de Administração, Economia e Contabilidade da Universidade de São Paulo, FEA/USP. São Paulo. 2007. 5p.

CHIAVENTO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 9. ed. - RJ: Manole, 2014.

CHING, Hong Yuh; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. **Contabilidade e finanças para não especialistas**. 3º ed – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

CIRINO, Jader Fernandes; GONZÁLES, Alba Maria Guadalupe Orellana. **A Heterogeneidade do Desenvolvimento do Estado de Minas Gerais**. Revista Ciências Humanas, vol. 11, n.1, p.9-23, 2011. Disponível em: revista.fct.unesp.br/index.ary. Disponível em: php/formacao/article/download/3510/2934. Acesso: jun. 2020.

CODEMIG. **Primeira Fase do Programa Codemig de Incentivo ao Micro e Pequeno Empreendedor entra em Operação**. Disponível em: <http://www.codemig.com.br/primeirafase-do-programa-codemig-de-incentivo-ao-micro-e-pequeno-empreendedor-entra-emoperacao/> Acesso em: ago. 2020.

COMITE DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). **Estrutura conceitual para a elaboração e apresentação das demonstrações contábeis**: s/d (a) 7-18. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=80>. Acesso em: Jan. de 2019.

Comunicação Globo. **Novo projeto da Globo apoia e incentiva o empreendedorismo brasileiro** São Paulo, 18 de novembro de 2019. <https://imprensa.globo.com/programas/negocios/textos/novo-projeto-da-globo-apoia-e-incentiva-o-empreendedorismo-brasileiro/>. Acesso em: ago. 2020.

CONCEIÇÃO, Otávio Canozzi; SARAIVA, Maurício Vitorino; FOCHEZATTO, Ademar. **Sobrevivência Empresarial e Capital Humano: Um Estudo Longitudinal da Coorte de Firms Criadas em 2007 no Ceará**. Disponível em: <http://www2.ipece.ce.gov.br/encontro/2016/trabalhos/SOBREVIVÊNCIA%20EMPRESARIAL%20E%20CAPITAL%20HUMANO.pdf>. Acesso em: jun. 2020.

COSTA, Francisco; DANTAS, Ricardo. **Uma análise da rede social educacional schooling como ferramenta no processo de ensino-aprendizagem**. Disponível em: <http://goo.gl/3xYgOs>. Acesso em: mai. 2021.

DATAREPORTAL, Wearesocial & Hootsuite. **Digital 2021 Brazil**. 2021. Disponível em: <https://datareportal.com>. Acesso: jun. 2021.

DATAVIVA. **Plataforma de visualização de dados sociais e econômicos do Brasil**. Disponível em: <http://www.dataviva.info>. Acesso em: jul. 2019.

Dweck, E. et al. (2020). **Impactos macroeconômicos e setoriais da Covid-19 no Brasil**. Nota Técnica. Rio de Janeiro: UFRJ.

ERCOLIN, Carlos Alberto. **Fatores Financeiros Determinantes da Mortalidade de Micro e Pequenas Empresas - 2007**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, University of São Paulo,

São Paulo, 2007. Disponível em:
<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-30012008-094646/en.php>.
Acesso em: jun. 2020.

FAZZIO JUNIOR, Waldo. **Lei de Falência e Recuperação de Empresas**. 5ªed. São Paulo: Atlas, 2010.

FERREIRA, Luciana Nunes. **Gestão financeira em micro e pequenos negócios: Um estudo em empresas da associação dos produtores de doces de pelotas**. Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, 2016

FERRONATO, Airto João. **Gestão contábil-financeira de micro e pequenas empresas: sobrevivência e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

FJP - Fundação João Pinheiro. **Índice Mineiro de Responsabilidade Social**: Disponível em: <http://imrs.fjp.mg.gov.br>. Acesso em: jul 2019.

FRANKENBERGER, Sarah Tatsch. **YouTube para Youtube: Uma análise da ferramenta na cultura da convergência e da conexão da Henry Jenkins**. 2018

FREITAS, Rafaela Gonçalves; AMOEDO, Pedro Marinho (2017): **“Empreendedorismo e Desenvolvimento Local: Um Estudo sobre a Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Município de Parintins-AM”**. Revista Observatorio de La Economía Latino Americana, Brasil, (febrero 2017). Disponível em: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/17/parintis.html>. Acesso em: jun. 2020.

GASNIER, Daniel Georges. **A Dinâmica dos Estoques: guia prático para planejamento, gestão de materiais e logística**. São Paulo: IMAM, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. SP: Atlas, 2017.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. Tradução Allan Vidigal Hastings; revisão técnica Jean Jacques salim. – 12. Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GONÇALVES, Eugênio Celso; BAPTISTA, Antônio Eustáquio. **Contabilidade Geral**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GUMPENBERGER, M. W. C.; GORRAIZ, J. **Bibliometric practices and activities at the University of Vienna**. Library Management, v. 33, n. 3, p. 174-183, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1108/01435121211217199>. Acesso em: out. 2021.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Base de Informações Municipais (BIM).

IBGE. **As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil: 2001** / IBGE, Coordenação de Serviços e Comércio. Rio de Janeiro: IBGE, 2003. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv1898.pdf>. Acesso em: mai. 2020.

IBGE. **Divisão Regional do Brasil em Mesorregiões e Microrregiões Geográficas**. Volume1. Rio de Janeiro: IBGE, 1990.

IBGE. **Dados gerais sobre o município de Januária-MG em 2013**. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=313520&search=minas-gerais|januaria>. Acesso em: mai.. 2020.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020a). **Pesquisa Industrial Anual 2017**; Pesquisa Anual da Construção 2017; Pesquisa Anual de Serviços 2017 e Pesquisa Anual de Comércio 2017. Rio de Janeiro: IBGE.

IBGE. (2020b). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Trimestral**: 1º trimestre de 2020. Rio de Janeiro: IBGE.

LAKATOS, Eva Marina; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia Científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MACHADO, José Roberto. **A arte de Administrar Pequenos Negócios**. 3 ed. RJ: Qualitymark, 2010.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 10. ed. SP: Atlas, 2012.

MARTINS, Gilberto de Andrade; Theóphilo, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas** – 3. Ed. – 2º. Reimp. – São Paulo, 2018.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços**. 7. ed. SP: Atlas, 2010.

MATIAS, Alberto Matias; Lopes Junior, Fábio. **Administração Financeira nas Empresas de Pequeno Porte**. São Paulo: Ed. Manole, 2002. SEBRAE. **Coleção Novos Empreendedores**. Fascículos 1 a 5. São Paulo.

MATOS. Ludimila Santos. **O YouTube não liga pra gente”: Agenciamentos sociotécnicos na percepção de criadores de conteúdo Brasileiros para o YouTube**. 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/212469> Acesso em: jul de 2021.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MELO JÚNIOR, José Samuel de Miranda. **Longevidade das Micro e Pequenas Empresas Prestadoras de Serviços: Um Estudo das Dimensões Organizacionais e suas Implicações**. Tese (Doutorado em Administração). Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, p. 282, 2012. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/10549>. Acesso em: jun. 2020.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo: Atlas, 2009.

MINAS GERAIS. Lei nº 20826, de 31 de julho de 2013. **Institui o Estatuto Mineiro da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Belo Horizonte, MG, 2013. Disponível em: https://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&um=20826&ano=2013&aba=js_textoOriginal. Acesso: ago. 2020.

MUGNAINI, R. **A bibliometria na exploração de bases de dados: importância da Linguística**. TransInformação, v. 15, n. 1, 2003.

MUNHOZ, L. R. (2009). **Redes sociais na Internet como ferramenta da comunicação Empresarial. O caso da Revista Gloss no Orkut**. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2662-1.pdf>. Acesso em: jul. 2021.

NOGUEIRA, M.O.; Silva, S.P.; Carvalho, S.S. (2020). **Da virose biológica à virose econômica: uma vacina para microempresas no Brasil**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada Rio de Janeiro, Rio de Janeiro / RJ – Brasil

OLIVEIRA, José Roberto Cajaíba de. **Longevidade Empresarial e Características Comportamentais Empreendedoras: uma análise das micro e pequenas empresas de Teófilo Otoni e região**. Dissertação (Mestrado em Administração). Faculdade Novos Horizontes. Belo Horizonte, p. 112, 2010. Disponível em: http://unihorizontes.br/novosite/banco_dissertacoes/120520111736144543.pdf. Acesso em: jun. 2020.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Contabilidade gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**, 7ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA PC, Pereira RS, Alvez JC. **Ambientes virtuais e mídias de comunicação, abordando a explosão das mídias na sociedade da informação e**

seu impacto na aprendizagem - o uso do WhatsApp como plataforma de m-learning. Revista Mosaico. 2015 Jan./Jun.; 06 (1): 29-41.

PEROBELLI, Fernando Salgueiro; FERREIRA, Pedro Guilherme Costa; FARIA, WeslemRodrigues. **Análise de Convergência Espacial no Estado de Minas Gerais: 1975-2003.** Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos, v. 1, n. 1, 2007. Disponível em: <https://www.revistaaber.org.br/rberu/article/view/5>. Acesso em: fev. 2019.

QUEIROGA JÚNIOR, Tarcísio Moreira de. **YouTube como plataforma para o ensino de História: na era dos “professores-youtubers”.** 2018. – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2018.

RAIS. Relação Anual de Informação Social. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/rais>. Acesso em: jul. 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet.** 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009. 191p.

SÁ, Carlos Alexandre. **Fluxo de caixa: a visão do tesoureiro e da controladoria.** 5. ed. SP: Atlas, 2014.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração Financeira da Pequena e Média Empresa.** 2 ed. SP: Atlas, 2010.

SANTOS, L.; SILVA, G.; NEVES, J. **Risco de sobrevivência de micro e pequenas empresas comerciais.** Revista de Contabilidade e Organizações, v. 5, n. 11, p. 107-124, 1 abr. 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34788>. Acesso em: jul. 2020.

SANVICENTE, AntonioZoratto. Administração Financeira. 3. ed. SP: Atlas, 1987.

SEBRAE. **Coleção Novos Empreendedores.** Fascículos 1 a 5. São Paulo

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** Brasília/DF: SEBRAE, out. 2016

SEBRAE. **Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida.** SP: SEBRAE, 2014

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <http://www.sebrae.org.br>. Acesso em: fev. 2020.

SEBRAE. **Pesquisa Avaliação 2016 e Perspectiva2017 das micro e pequenas empresas de Minas Gerais.**/ Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais - Belo Horizonte, 2017.

SEBRAE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**. 6ª ed. São Paulo: DIEESE, 2013. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_empregados.pdf. Acesso em: ago. 2020.

SEBRAE. Boletim: **Estudos e Pesquisas**. n. 59. São Paulo: Sebrae, ago, 2017. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/7718.pdf>. Acesso em: Jul. 2020.

SEBRAE. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. IBGE: 2014. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>. Acesso em: jun. 2020.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual 2017**. Unidade de Gestão Estratégica. Núcleo de Estudos e Pesquisas, Brasília: 2016. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Perfil%20do%20MEI%20015.pdf>. Acesso em: mai. 2020.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil. Coleção, Estudos e Pesquisa**. SEBRAE/2016. Núcleo de Estudos e Pesquisas. São Paulo: Sebrae, 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-nobrasil-relatorio-2016.pdf>. Acesso em: mai. 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2020a). **O Impacto da pandemia de corona vírus nos pequenos negócios**. Sebrae: Brasília

SENAC-MG. **Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial de Minas Gerais**. Disponível em: www.mg.senac.br. Acesso em: dez. 2019.

SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Contabilidade** / César Augusto Tibúrcio Silva. – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração /UFSC, 2009.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas**. 11. ed. SP: Atlas, 2012.

SILVA, Wendel Alex Castro; JESUS, Daiana Kelle Aragão de; MELO, Alfredo Alves de Oliveira. **Ciclo de Vida das Organizações: Sinais de Longevidade e Mortalidade de Micro e Pequenas Indústrias na Região de Contagem - MG**. REGE Revista de Gestão, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 245-263, sep. 2010. ISSN 2177-8736. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36706/39427>. Acesso em: mai. 2020.

WAZLAWICK, Raul Sidnei, 1967. **Metodologia de pesquisa para ciência da computação**. - 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

WOSZEZENKI, C. R.; GONÇALVES, A. L. **Mineração de textos biomédicos: uma revisão bibliométrica. Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 18, n. 3, p. 24-44, jul./set. 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

YOUTUBE, Emprego. **HELP US MAKE THE WORLD MORE**. 2021 Disponível em: <https://www.youtube.com/jobs/>. Acesso em: jul. 2021

YOUTUBE, sobre. **Valores 2021**. Disponível em: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/>. Acesso em: jul. 2021.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiro**. 10ª ed. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2004.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIROS DA PRODUÇÃO DE VÍDEOS DISPONIBILIZADOS NO CANAL SALA DE EMERGÊNCIA EMPRESARIAL

Roteiro do vídeo de apresentação do canal do YouTube – Sala de Emergência Empresarial
<p>Passo 1: Começo atraente</p> <p>Está tendo dificuldade com as finanças de sua empresa e não sabe como resolver?</p>
<p>Passo 2: Apresentação pessoal:</p> <p>Oi, Gente.</p> <p>Vinicius Neves, administrador, consultor empresarial e também criador do canal YouTube SALA DE EMERGÊNCIA EMPRESARIAL. Para você que é micro e pequeno empresarial e está interessado em aprender a gerenciar as finanças de sua empresa.</p>
<p>Passo 3: Conteúdo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vamos falar sobre as principais dificuldades enfrentadas por vocês micro e pequenas empresas. 2. Também trabalhar tudo sobre finanças de um jeito simples e prático para que vocês possam alavancar seus negócios.
<p>- Passo 4: Pedido de inscrição no canal:</p> <p>Então eu te convido para se inscrever no canal, acionar o sininho da notificação e ficar ligado porque aqui você vai aprender a controlar suas finanças de um jeito simples e práticos, tornando seu negócio bem mais competitivo!</p>
<p>- Passo 5: Despedida:</p> <p>Nos veremos no próximo vídeo! Até lá!</p>

Roteiro do vídeo “Fluxo de Caixa” do canal do YouTube – Sala de Emergência Empresarial
<p>Passo 1: Começo atraente:</p> <p>Fluxo de caixa não é coisa só de empresas grandes não, hein João!</p>
<p>Passo 2: Apresentação pessoal:</p> <p>Vinicius Neves Canal SALA DE EMERGÊNCIA EMPRESARIAL para você que é micro e pequeno empresário e está interessado em aprender a gerenciar as finanças de sua empresa.</p>
<p>Passo 3: Conteúdo:</p> <p>O mito que a gente vai quebrar hoje é que fluxo de caixa é coisa de empresa grande Cara...</p> <p>Bobagem...</p> <p>Fluxo de caixa é uma parada sinistra fundamental para todas ou qualquer empresa. É uma ferramenta simples que apresenta as entradas e saídas de dinheiro de um negócio, e com ele é possível propor estratégias como: prazos de pagamentos e recebimentos, e avaliar se a empresa terá recurso para pagar seus compromissos nas datas certas. Os quatro itens principais do fluxo de caixa são:</p> <p>I - saldo inicial que é a quantia disponível no início do período;</p> <p>II- as receitas que são as entradas, ou seja, os dinheiros recebidos com os produtos, serviços, empréstimos, entre outros;</p> <p>III - as despesas ou saída, ou seja, o dinheiro gasto com salários, pagamentos de despesas, compras, parcelas de financiamento e outro;</p> <p>IV - saldo de caixa final que é o dinheiro disponível no fim do período, ou seja, a diferença entre a saída e o saldo Inicial somado as entradas.</p> <p>Esse fluxo de caixa pode ser semanal, quinzenal ou mensal, o importante é ser atualizado sempre.</p>

O triste nessa história toda é que, na maioria das vezes, nem funcionário e nem empresário conseguem construir relatórios de forma segura para uma melhor tomada de decisão no negócio.

Boa parte dos micro e pequenos empresários preocupam-se apenas com o recebimento e o pagamento de suas contas, muitas vezes por falta de conhecimento de tudo que pode ser desenvolvido por essa ferramenta.

- Passo 4: Pedido de inscrição no canal:

"Fiquem ligados no canal, pois aqui teremos vídeos recheados de conteúdo prático sobre fluxo de caixa, para você que é micro e pequeno empresário, de um jeito simples e práticos tornar seu negócio bem mais competitivo!

- Passo 5: despedida:

Nos vemos no próximo vídeo! Até lá!"

Roteiro do vídeo “7 erros da gestão financeira ” do canal do YouTube – Sala e Emergência Empresarial

Passo 1: Começo atraente:

Você sabe:

Se o preço está correto?

Exatamente o valor de seu lucro?

Sabe como está a “saúde” de seu negócio?

Tem controle de cada centavo que entra e sai da empresa?

Sofre com falta de dinheiro em caixa?

Passo 2: Apresentação pessoal:

Vinicius Neves do Canal SALA DE EMERGÊNCIA EMPRESARIAL para você que é micro e pequeno empresário e está interessado em aprender a gerenciar as finanças de sua empresa.

Passo 3: Conteúdo:

Muitos acham gestão financeira complicada e não gostam de tratar o tema, porém é essencial para o sucesso do seu negócio.

De uma forma inicial, neste primeiro vídeo de uma série de 8, vamos trabalhar os "7 erros na gestão financeira que atrapalham a lucratividade e a saúde do seu negócio"!

Vamos aos erros ...

- 1- Preço errado - você pode ter o melhor produto, mas com o preço incorreto vai acarretar em prejuízo.
- 2- Falta de controle financeiro – orçamento faz com que a empresas tomem decisões em base concreta.
- 3- Controles existentes ineficazes - fluxo de caixa incorreto, não controlar os gastos variáveis fixos e os investimentos, meu amigo, desse jeito você não vai conseguir

ser competitivo.

- 4- Não saber a necessidade de capital de giro e/ou viver no cheque especial (na verdade aqui são 2 erros, mas muitas vezes o primeiro causa o segundo) o fato é que vamos tratá-los juntos. Para que você possa entender o que é capital de giro e nunca mais precisar do cheque especial.
- 5- Não analisar os dados do controle financeiro - dados sem análise são dados sem valor. Coloque uma coisa aí na sua cabecinha: se os relatórios gerados não são analisados, eles perdem a razão de existir. Todos os dados devem gerar informações concretas para a empresa tomar decisões.
- 6- Não ter reserva financeira - agora eu lhe pergunto: se sua empresa parasse de faturar hoje, por quanto tempo sobreviveria? Companheiro, isso aconteceu agora na pandemia, pois várias empresas tiveram que utilizar suas reservas financeiras para sustentar o lockdown.
- 7- Misturar dinheiro pessoal com o da empresa. Aí você me pergunta: Mas a empresa não é minha? Assim como você, ela precisa de dinheiro para sobreviver, com essa mistura, essa sobrevivência fica difícil, além de distorcer os dados para análise de seu negócio.

Passo 4: Pedido de inscrição no canal:

"Inscreva-se AGORA MESMO no nosso canal, acione o sininho e "fiquem ligados que aqui tem vídeo recheado de conteúdo para você micro e pequeno empresário que quer aprender a controlar suas finanças de um jeito simples e práticos, tornando seu negócio bem mais competitivo!

- Passo 5: despedida:

Nos veremos no próximo vídeo! Até lá!"