



UNISUL

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

VITÓRIO PEREIRA COSTA

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA O SUCESSO DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Imperatriz

2018

VITÓRIO PEREIRA COSTA

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA O SUCESSO DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Bacharel em
Economia, da Universidade do Sul de Santa
Catarina, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharelem Economia.

Orientador: Prof. Msc. Jailson Coelho

IMPERATRIZ

2018

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1.1 EXPOSIÇÃO DO TEMA E DO PROBLEMA.....	4
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.1.1 Objetivo Geral.....	5
1.1.2 Objetivos Especificos.....	5
1.3 JUSTIFICATIVA.....	5
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	6
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	8
2.1 CARACTERIZAÇÃO DE EMPRESAS.....	8
2.2 A IMPORTÂNCIA DAS MPE's PARA A ECONOMIA.....	9
2.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	10
2.3.1 Planejamento financeiro: longo prazo	11
2.4 MORTALIDADE DAS MPE's NO BRASIL.....	12
3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	15
3.1 A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	15
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
5 REFERÊNCIAS	19

1 INTRODUÇÃO

O atual quadro político e econômico do Brasil tem causado muita apreensão em toda a sociedade brasileira, a vivência de uma crise econômica gera preocupação, em especial, naqueles responsáveis por administrar uma empresa.

No Brasil, uma das categorias empresariais que mais tem crescido é representada pelas micro e pequenas empresas, que desempenham papéis essenciais na geração de riquezas e empregos, desempenhando papel fundamental, não apenas o setor econômico, mas também em termos sociais, sendo, via de regra, o primeiro caminho a ser seguido para aqueles que almejam deixar a informalidade.

O planejamento financeiro é uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento e crescimento de uma organização, pois por meio dele o administrador tem real conhecimento da situação financeira da empresa. Para tomar as decisões corretas é necessário ter um planejamento financeiro bem elaborado, a fim de estar melhor preparado para as surpresas.

O objetivo do planejamento financeiro é proporcionar crescimento às organizações, porém é relevante levar em consideração que deve ser acompanhado por profissionais qualificados para que as atividades e decisões a serem tomadas não sejam precipitadas ou tardias demais

1.1 EXPOSIÇÃO DO TEMA E DO PROBLEMA

O presente estudo foi elaborado através de uma pesquisa bibliográfica em que seu objetivo principal é compreender a importância do planejamento financeiro como guia importante para o sucesso das empresas, tendo em vista que planejamento financeiro é um guia para empresa que em curto ou em longo prazo, onde poderá ter garantias de como será as condições de caixa bem como os lucros ou prejuízos que poderá adquirir.

1.2 OBJETIVOS

Tomando como base o problema de pesquisa, apresentam-se, na sequência, os objetivos a serem alcançados no trabalho de conclusão de curso.

1.2.1 Objetivo geral

Compreender a importância do planejamento financeiro como guia importante para o sucesso das empresas

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar pequenas e micro empresas;
- Descrever o planejamento financeiro para pequenas e micro empresas;
- Apresentar as etapas do planejamento financeiro;
- Conhecer as ferramentas que auxiliam sua construção do planejamento financeiro.

1.3 JUSTIFICATIVA

As Pequenas e Médias Empresas (PMEs) constituem grande parte do crescimento econômico do país, essas entidades tem a finalidade de controlar, administrar, produzir, comercializar e prestar serviços, com o objetivo de atender algumas necessidades humanas.

Com base no exposto, espera-se que através do desenvolvimento deste trabalho, o mesmo possa compor o banco de dados, com o objetivo de subsidiar novas pesquisas tanto aos acadêmicos, como também aos gestores das micro e pequenas

empresas, demonstrando assim a importância de se utilizar o planejamento como ferramenta de apoio no suporte à tomada de decisões.

Espera-se ainda que esse trabalho possa provocar nos gestores que ainda não utilizam tem o planejamento como suporte que antecede a tomada de decisões, o anseio de inserir em sua prática administrativa, sendo esta uma ferramenta que proporcionará com maior exatidão medidas eficientes e seguras. E aos que já a utilizam, o aperfeiçoamento dos seus conhecimentos de forma positiva, em prol de alcançar os objetivos esperados.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo é de natureza bibliográfica de caráter dedutivo, terá como metodologia a pesquisa básica, onde objetiva tão somente gerar conhecimento novos e uteis para o avanço do conhecimento, sem a aplicação prática, envolvendo os interesses universais.

Teve o estudo como fonte primaria o uso de livros, acervo e materiais diverso encontrados na rede mundial computador, a fim de caracterizar o delineamento da pesquisa bibliográfica.

O estudo bibliográfico inclui etapas, como a formulação do problema, a escolha do tema a ser investigada, a preparação do plano de trabalho a formulação dos objetivos, identificação, localização e obtenção de fontes que sejam capazes de fornecer dados adequados, leitura à pesquisa, análise e interpretação lógica das informações (MARCONI e LAKATOS, 2001, p. 43-44).

Já o método dedutivo segundo Cruz e Ribeiro (2003, p.34) consiste em: “A dedução é um método válido, porém não é infalível, que através de um fato geral conhecido, podemos dividi-lo e conhecer as suas partes”.

Para iniciar a pesquisa foi realizada uma busca bibliográfica sobre o tema em questão, onde serão consultadas publicações em língua portuguesa nas bases de dados da internet.

Após selecionar as produções, realizou-se uma leitura desses artigos para assim definir os que se alinham ao estudo. Importante ressaltar que apesar de não configurar os objetivos do estudo, este levantamento objetivou destacar publicações recentes que acrescentassem novas discussões à luz dos textos e de autores de referência, e assim identificar as tendências da produção na área em estudo.

Assim, mediante a realização da coleta e análise dos dados, foi estabelecida a redação final sobre o tema, permitindo a realização de um diálogo reflexivo e crítico entre este e o objeto de estudo. Todo conhecimento científico sempre apresenta um caráter aproximado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CARACTERIZAÇÃO DE EMPRESAS

De acordo com SEBRAE (2011), 99% das empresas existentes no Brasil são micro e pequenas empresas, apesar de terem grande importância para o país no desenvolvimento social e econômico, essas empresas têm enfrentado obstáculos na continuidade de suas atividades. Alguns elementos são relevantes para o fracasso, como a falta de gestão eficaz, inexistência de planejamento antecipado, a concorrência e a utilização da contabilidade apenas para fins fiscais e não gerenciais, entre outros.

O fundamental discernimento para definir se uma empresa é micro, pequena, média ou grande é o faturamento ou rendimento anual bruto. De acordo com a Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) nº 94/2012, que trata do Simples Nacional, é entendida como microempresa aquela que tem receita anual bruta igual ou inferior a R\$ 360 mil (trezentos e sessenta mil). Já as empresas de pequeno porte são as que têm faturamento superior a R\$ 360 mil (trezentos e sessenta mil), e igual ou inferior a R\$ 3 milhões (três milhões) e 600 mil (sessenta mil).

Conforme Coelho (2010), empresa tem a seguinte definição: “Empresa é uma atividade econômica exercida profissionalmente pelo empresário por meio da articulação dos fatores produtivos para a produção e circulação de bens e serviço”.

Casarotto (2010) recomenda que as empresas de pequeno porte avaliem o ambiente externo para reconhecer oportunidades e ameaças. Depois, avaliem o seu ambiente interno, para averiguar os pontos fortes e os pontos fracos.

Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2001) são características das micro e pequenas empresas: baixa intensidade de capital, forte presença de proprietários, sócios e membros da família com mão de obra ocupada, poder decisório centralizado, registros contábeis pouco adequados, baixo investimento em inovação tecnológica dentre outros.

2.2 A IMPORTÂNCIA DAS MPE's PARA A ECONOMIA

As pequenas e médias empresas possuem importância na economia nos mais variados seguimentos, possuindo extrema relevância na geração de emprego e renda, mesmo em momentos de crise, e por estarem em grande número em nossa economia, são vistas com respeito pelos analistas financeiros.

Para Whiteley (2005) as pequenas e médias empresas em economias de países em desenvolvimento, compõem uma das mais importantes forças dinâmicas capaz de moldar a paisagem econômica dos dias de hoje. Conclui o autor, que para o fortalecimento dessas economias, precisa-se de políticas de apoio e linhas de financiamento que auxiliem o desenvolvimento das MPEs fortalecendo a base econômica, gerando emprego e renda.

Almeida (2003), destaca que as pequenas firmas crescem graças à terceirização, especialmente no setor de serviços, e também pelo fato de se tornarem mais competitivas em relação às grandes empresas, em vista da maior flexibilidade. Destacam-se os nichos tecnológicos, unidades produtoras enxutas e flexíveis, que, ao lado do crescente movimento de terceirização, apontam que os grandes empregadores do futuro tendem a ser as empresas de menor porte.

Ressalta-se ainda que as pequenas e médias empresas com a intenção de concorrerem em igualdade com as grandes empresas desenvolveram um padrão de relacionamento entre as organizações e o ambiente, para que estas pudessem reagir de forma a tender às necessidades do mercado, aumentando assim, a aproximação e interação entre as empresas, pois perceberam que não é mais possível crescer trabalhando de forma isolada e que a chave do crescimento está na união (DORNELAS, 2003).

Ressalta ainda que as pequenas e médias empresas, através desta nova visão, vêm buscando novas formas para enfrentar a concorrência quase desleal das grandes empresas, e buscam a união através de redes de associados, ou seja, associação de empresas com o intuito de juntas aumentarem o poder de barganha perante seus

fornecedores, conquistando assim, preços mais competitivos, possibilitando uma igualdade na concorrência com as grandes empresas (DORNELAS, 2003).

Assim sendo, cabe acrescentar que esta atual busca pela associação de empresas vem obtendo resultados positivos, pois permite que as pequenas e médias empresas ganhem mercado a cada dia.

2.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Segundo o dicionário Michaelis (2009), planejamento é a determinação dos objetivos ou metas de um empreendimento, como também da coordenação de meios e recursos para atingi-los; também é entendido como a planificação de serviços e dos recursos para alcançá-los. Enquanto o termo financeiro é definido como o que trata de finanças, ou seja, relativo à circulação e gestão de dinheiro e de outros recursos líquidos.

Para tomar decisões corretas é necessário que exista um planejamento bem elaborado, pois de acordo com Maximiano (2007), o processo de planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro. Então, para ter sucesso empresarial, o administrador deve ter consciência das mudanças existentes no mercado e estar alerta a tudo o que acontece ao seu redor, para que dessa forma se torne competitivo e não cometa enganos. O mesmo autor afirma que o planejamento é o percurso que a empresa deverá seguir para atingir seus objetivos.

Gitman (2002, p.18) destaca que:

O objetivo do negócio e do administrador financeiro é maximizar a riqueza dos acionistas ao longo do tempo. Nesse sentido, observa-se a importância de um planejamento financeiro bem feito, principalmente a constituição de orçamentos bem estruturados, encadeados com os objetivos que a empresa se propõe a conquistar.

Gitman (2002, p. 588) também ensina que o planejamento financeiro “é um aspecto importante para o funcionamento e sustentação da empresa, pois fornece roteiro para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos”.

Segundo Weston (2000, p.342): “O planejamento financeiro envolve a realização de projeções de vendas, renda e ativos baseados em estratégias alternativas de produção e de marketing, seguidas pela decisão de como atender às necessidades financeiras previstas”.

É importante destacar que um plano financeiro eficaz deve dar à luz no momento de expor as ligações das diferentes propostas de investimento ligadas às várias atividades operacionais da empresa e as ações de financiamento disponíveis a ela no mercado. Assim, um bom planejamento financeiro deve prever o que acontecerá caso o planejado não ocorra, frustrando as expectativas dos executivos e do mercado ou se o mercado não estiver aquecido o suficiente para dar o retorno esperado.

2.3.1 Planejamento financeiro: longo prazo

Para Gitman (1997) os planos financeiros a longo prazo são ações projetadas para um futuro distante, acompanhado da previsão de seus reflexos financeiros. Tais planos tendem a cobrir um período de dois a dez anos, sendo comumente encontrados em planos quinquenais que são revistos periodicamente à luz de novas informações significativas.

Geralmente, as empresas que estão sujeitas a elevados graus de incerteza operacional, ciclos de produção relativamente curtos, ou ambos, tendem a adotar horizontes de planejamento mais curtos.

Os planos de produção, marketing e outros utilizam uma série de recursos administrativos para orientar a empresa a alcançar seus objetivos, estes são traçados através o plano estratégico da empresa paralelo a ele, encontra-se os planos financeiros a longo prazo.

Os planos financeiros de longo prazo são um modo organizado e sistemático, pelo qual vê-se as necessidades de capital ou financiamento para transformar as aspirações da empresa em realidade. O planejamento financeiro a longo prazo auxilia a ordenar as alternativas, priorizar objetivos e dar uma direção a empresa.

O resultado das decisões de investimento em novos produtos é transformado em objetivos de vendas e lucro. Um investimento pesado em propaganda não deveria

apenas refletir-se em despesa de propaganda, mas também prever a elevação de vendas associada àquele esforço de propaganda. As instalações deveriam ser revistas à luz da projeção de vendas e das providências tomadas para maximizar a contribuição da produção. O planejamento a longo prazo também pode ser utilizado para estabelecer padrões e objetivos de desempenho.

É importante destacar que em planos de longo prazo não se deve esquecer a conclusão de projetos existentes, linhas de mercadorias, ramo de negócios, reembolso de dívidas e quaisquer aquisições planejadas. Estes por sua vez, tendem a ser subsidiados pelos orçamentos e planos de lucro anuais, dando o aval para a continuidade de tais planos sem desequilíbrio financeiro da empresa. Uma vez que, a falta de um planejamento financeiro a longo prazo é o principal motivo de ocorrência de dificuldades e falências de empresas. Planos financeiros a longo prazo possuem a tendência a serem custeados por planos financeiros a curto prazo e estão ligados a planejamento estratégico da organização.

2.4 MORTALIDADE DAS MPE's NO BRASIL

A mortalidade das pequenas e médias empresas tem levado muitos organismos públicos e privados a um interesse maior pelas causas que levam esses empreendimentos ao fracasso. Contudo, não se pode atribuir a um único fator a causa do fechamento das empresas, uma vez que sua mortalidade pode estar associada a um conjunto de fatores, sendo os quatro principais: a falta de clientes, a falta de capital de giro, a carga tributária elevada e a localização inadequada que, à medida que se acumulam, elevam substancialmente as chances do negócio ser malsucedido (SOUZA, 2005).

O Sebrae em pesquisa recente, mostrou que são poucas as micro e pequenas empresas que alcançam o 6º ano de vida, trazendo desemprego, perda do investimento do empresário, prejuízo à economia como um todo e a frustração pessoal. Tudo isso por falta de um planejamento prévio do negócio, por deficiência e falta de conhecimento

da gestão diária do negócio e outros motivos como crédito e incentivo do governo (SEBRAE, 2010).

Conforme a pesquisa do SEBRAE (2004), de cada 100 empresas abertas, 31 não sobrevivem ao primeiro ano e 60% não chegam a completar 5 anos de vida. O fechamento prematuro de empresas no país tem sido uma das preocupações da sociedade, particularmente para as entidades que desenvolvem programas de apoio ao segmento de pequeno porte.

Diante disso, Palermo (2013) destaca que é de fundamental importância obter informações que propiciem identificar as causas das elevadas taxas de mortalidade das empresas, visando à atuação coordenada e efetiva dos órgãos públicos e privados em prol da permanência das micro e pequenas empresa em atividade, evitando o seu encerramento precoce.

Palermo (2013) ainda afirma que o crescimento e a sobrevivência de uma empresa depende dentre outros fatores do desenvolvimento de uma gestão eficaz e pró-ativa. Neste sentido, a gestão deve estar voltada não somente a responder às mudanças de mercado, mas também a oferecer ao mercado um diferencial. Para o autor esse diferencial pode ser em preço, qualidade, inovação, agilidade, flexibilidade, atenção às pessoas e à sociedade.

Dornelas (2003), acrescenta que o conhecimento de técnicas gerenciais, o domínio do produto e um bom conhecimento do mercado onde se atua ou pretende-se atuar, são fundamentais para o sucesso de um empreendimento empresarial. Ao empreendedor não é mais suficiente apenas a vontade de ter o seu próprio negócio, precisa deter conhecimentos e traçar estratégias que possam levar o seu empreendimento a sustentabilidade e a um crescimento contínuo.

Assim, evidencia-se que a mortalidade de muitas empresas se dá devido a uma falta de planejamento estratégico, os gestores precisam de um suporte para desenvolver as atividades empresariais, e o conhecimento acerca do assunto seria o melhor para que eles pudessem desempenhar com maior segurança suas atividades repassando informações ao contador de forma verídica onde este profissional possa fazer uma contabilidade com base em informações verdadeiras e informar ao

empresário qual a situação econômico-financeira em que a empresa se encontra para que se possa tomar as cabíveis providencias em prol do alcance dos objetivos e metas.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

3.1 A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Planejamento é a mais básica de todas as funções gerenciais, consistindo na primeira etapa de qualquer projeto que a empresa pretenda executar, procurando considerar cuidadosamente todos os fatores relevantes para que todo o processo tenha coerência e sustentação, sendo orientado para tomada de decisão com vistas no futuro.

Sanvicente (2000, p.16) definiu o planejamento como:

O estabelecimento prévio das ações a serem executadas, os recursos a serem utilizados e a definição de responsabilidades, para um determinado período futuro, de modo que os objetivos possam ser atingidos pela empresa. Desta forma, pode-se afirmar que planejamento consiste na escolha da alternativa mais adequada para definição de um estado futuro desejado e dos meios eficazes para alcançá-los. Trata-se do estabelecimento antecipado dos objetivos que se deseja alcançar, levando em conta as condições internas e externas à empresa e sua evolução esperada, quais as ações serão desenvolvidas, os recursos existentes que serão utilizados para consecução destas atividades e prever as consequências destas ações no futuro.

A essência do planejamento e do controle sustenta-se na premissa de que os gestores de uma empresa poderão planejar e controlar seu destino a curto e longo prazo, por meio de um processo contínuo de tomada de decisão que sejam convincentes.

Hoji (2006, p.385) afirma que “o planejamento consiste em estabelecer com antecedência as ações a serem executadas dentro de cenários e condições preestabelecidas, estimando os recursos a serem utilizados e atribuindo as responsabilidades, para atingir os objetivos fixados”.

Portanto, o planejamento é resultado de um processo contínuo de exercício mental realizado pelos dirigentes de uma empresa. ele representa a necessidade de um processo decisório que ocorrerá antes, durante e depois de sua elaboração e implementação. estes processos de tomada de decisões devem conter ao mesmo

tempo, componentes individuais e organizacionais. deve-se destacar que os planejamentos têm que estar sempre em perfeita integração para que a missão, no qual consiste na razão de ser da empresa, seja cumprida e a continuidade seja mantida. (monteiro, 2004 p.24).

Segundo Gitman (2001, p.434), “o processo de planejamento financeiro começa com planos financeiros em longo prazo ou estratégicos, que por sua vez guiam a formulação de planos e orçamentos em curto prazo ou operacionais”. portanto, um plano financeiro eficaz deve fornecer subsídio no momento de expor as ligações das diferentes propostas de investimento associadas às atividades operacionais da empresa e as opções de financiamento disponíveis a ela no mercado. com isso, um plano financeiro contribui para que a empresa possa desenvolver, analisar e comparar vários cenários de diferentes ângulos, permitindo assim, que questões relativas às linhas futuras de negócios da empresa e os melhores esquemas de financiamento se necessários, sejam analisados.

De conformidade com o estudo de pesquisa realizado ficou evidente que toda organização necessita de bases concretas para iniciar e manter suas atividades. Fixar indicadores financeiros que permitam conhecer quais as condições financeiras relacionadas com o seu negócio dá sustentabilidade e serve como orientação de viabilidade do processo.

O planejamento financeiro estabelece diretrizes de mudança e crescimento numa empresa, preocupando-se com uma visão global, com os principais elementos de investimento e financiamento da empresa, onde mediante essas informações a empresa pode visualizar as diferentes oportunidades de desenvolvimento, além da possibilidade de analisar e comparar diversos cenários, cumprindo assim a principal finalidade do planejamento financeiro que é evitar surpresas e desenvolver planos alternativos de providências a serem tomadas casos ocorram imprevistos. Diante do exposto, é ideal que os empresários tenham uma visão maior, apostando mais e intensificando os investimentos em estudos econômico-financeiro da organização, buscando técnicas adequadas para facilitar o gerenciamento e otimizar/maximizar os resultados financeiros da empresa.

A permanência e o avanço das micro e pequenas são consequências de um planejamento financeiro que abrange um eficaz orçamento, controle das receitas e despesas e que seja satisfatório para a projeção de um fluxo de caixa e consequentemente um melhor controle dos recursos financeiros, garantindo assim a viabilidade e a permanência da empresa no mercado.

No entanto, por vários motivos, a maior parte destas micro e pequenas empresas não tem obtido sucesso ao longo de sua existência, caminhando para a mortalidade de maneira prematura. Dentre tantos motivos, a ausência de planejamento financeiro tem destaque, um dos motivos é que muitos querem ter seu próprio negócio, mas não se preparam e nem se preocupam com as regras básicas da abertura e administração deste negócio. Os números indicativos foram mostrados no item

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre todo o trabalho desenvolvido, pode-se perceber que o planejamento financeiro é uma ferramenta indispensável no processo decisório, tornando-se um instrumento de apoio necessário para as organizações, visto que as empresas que a adotam como suporte, terão maiores possibilidades de tomarem decisões corretas, eficientes e seguras para a realização do planejamento e das atividades desenvolvidas na empresa.

Com a realização da pesquisa pode-se concluir que o planejamento é de grande importância para as micro e pequenas empresas, pois com a implementação desta a empresa terá mais meios para permanecerem no mercado, sendo assim não cessando tão cedo seu prosseguimento, uma vez que o planejamento direciona e assessorar com suas informações para a tomada de decisão dos gestores, de forma positiva, alargando as possibilidades de sobrevivência e de crescimento dessas organizações.

Diante disto, destaca-se que o profissional da economia ocupa um importante papel no desenvolvimento das micro e pequenas empresas, tendo em vista que por meio da análise de custos para melhor gerenciar os custos empresariais e ainda de manter os gestores informados sobre as mudanças que venham ocorrer, indicando a disponibilidade de ferramentas que poderão ser usadas para alcançar os objetivos da empresa e futuramente torná-la uma empresa de maior porte.

Por fim, espera-se que o estudo possa auxiliar os gestores na compreensão da importância da utilização das ferramentas de planejamento em sua prática administrativa, para melhor auxiliá-lo no controle dos custos e no desenvolvimento das atividades realizadas na empresa, como também na contratação de profissionais contábeis preparados e preocupados com o futuro da empresa.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. I. R./ ALBUQUERQUE, D. T. **Porque muitas pequenas empresas trilham o caminho do fracasso**. SEMEAD III, Seminário de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2003.

CASAROTTO F. N., *Elaboração de projetos empresariais: análise estratégica, estudo de viabilidade e plano de negócio*. São Paulo : Atlas, 2010.

COELHO, F. U. **Manual de Direito Comercial**. 22ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2010

CRUZ, Carla; RIBEIRO, Uirá. **Metodologia Científica: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2003.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas*. Rio de Janeiro: Elsevier. 2003.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2002.

IBGE. Instituto Brasileiro de geografia e Estatística- IBGE. **As Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/>>. Acesso em: 08 de novembro de 2017.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E.M. **Metodologia do trabalho científico**.5.ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2001. p. 43-44

MICHAELIS. **Moderno dicionário da língua portuguesa**. 2009.

PALERMO, F. K. de O. **As micro e pequenas empresas como propulsoras do desenvolvimento econômico e social**. Jus Navigandi nº 55, março de 2013.

SEBRAE, **Fatores Condicionantes a Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil**, Relatório de Pesquisa, ago, 2004

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE. **No Brasil, 90% das empresas são familiares**. Disponível em: < <http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=10410>>. Acesso em: 10 de novembro de 2014.

SOUZA, L. C. **Controladoria aplicada aos pequenos negócios**. 1 ed. Curitiba: Juruá, 2010

WESTON, J. Fred; Brigham, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Makron Books, 2000

WHITELEY, R. C. **A Empresa totalmente voltada para o cliente**. São Paulo: Campus, 2005