



GESTÃO FINANCEIRA: ESTUDO DE CASO EM UMA MICRO EMPRESA DO RAMO DE FOTOGRAFIAS

Financial Management: Case Study In a Mciro Company In The Photography Branch

Erick Gabriel Tavares Siqueira¹

Graduando em Administração Pela Universidade UniEVANGÉLICA –GO

Higor Luiz de Moraes Santos²

Graduando em Administração Pela Universidade UniEVANGÉLICA – GO

Victor Hugo Cordeiro Freire³

Graduando em Administração Pela Universidade UniEVANGÉLICA - GO

Profª Drª Rosalina Mª. L. L. do Nascimento*

Orientador (a) do Trabalho de Conclusão de Curso – GO

¹ Erick Gabriel Tavares Siqueira – Bacharelado no Curso de Administração pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEVANGÉLICA) – Brasil – Email: erickgabriel_2015@hotmail.com

² Higor Luiz de Moraes Santos - Bacharelado no Curso de Administração pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEVANGÉLICA) – Brasil – Email: higorluiz.13@outlook.com

³ Victor Hugo Cordeiro Freire – Bacharelado no Curso de Administração pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEVANGÉLICA) – Brasil – Email: vitorhcsantos@hotmail.com

* Rosalina Mª. L. L. do Nascimento – Professora e Orientadora do curso de Administração na Universidade Evangélica de Goiás(UniEVANGÉLICA) – Brasil – email: rosalina.nascimento@unievangolica.edu.br



Resumo

Utilizando uma metodologia aplicada de estudo de caso, este trabalho visa entender a importância da gestão financeira dentro das microempresas e suas peculiaridades para garantir uma consolidação ao negócio. Ao realizar uma pesquisa, foi possível verificar que a maioria dos pequenos negócios fecham as portas no primeiro ano de vida por falta de planejamento e controle financeiro de suas atividades, como vendas, estoque, caixa, contas a pagar e a receber, entre outros fatores. Para a maioria, empreender é uma forma de conseguir uma renda extra para a família. Não existe um método único ou secreto que garanta o sucesso de um empreendimento, mas realizar um planejamento financeiro, saber analisar as oportunidades e fraquezas, e saber administrar os dados de uma empresa são atividades fundamentais para que a empresa tenha boa saúde financeira e sucesso em seu desenvolvimento.

Palavras-chave: Financeiro; MEI; Gestão; Controle;

Abstract

Using an applied case study methodology, this work aims to understand the importance of financial management within microenterprises and its peculiarities to ensure a consolidation of the business. When conducting a survey, it was possible to verify that most small businesses close their doors in the first year of life due to lack of planning and financial control of their activities, such as sales, inventory, cash, accounts payable and receivable, among other factors. . For most, undertaking is a way to get an extra income for the family. There is no single or secret method that guarantees the success of an enterprise, but carrying out financial planning, knowing how to analyze opportunities and weaknesses, and knowing how to manage a company's data are fundamental activities for the company to have good financial health and success in its development.

Keyword: Fiancial, MEI, Management, Control



1. Introdução

A Gestão Financeira é um processo que serve para planejar e controlar os recursos da organização, ela engloba todo o universo monetário como investimentos, despesas, pagamentos, avaliações de risco, patrimônio, entre outros aspectos.

Para dar início a qualquer tipo de empreendimento é necessário conhecer sobre como gerenciar de forma eficiente as finanças da empresa. O setor de Gestão Financeira é um dos mais importantes dentro da empresa, pois qualquer passo depende de como está o orçamento. Quando feita corretamente, a gestão financeira consegue evitar desperdícios, aumentar a produtividade e conseqüentemente o faturamento.

Segundo estudo realizado em 2016 pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o setor do micro empreendimento (MEI) as causas financeiras são as que mais provocam as falências das empresas, especialmente durante os cinco primeiros anos.

Na pesquisa Sobrevivência de Empresas (2020), que analisou dados da Receita Federal, a taxa de mortalidade de microempresas é de 29% e apenas 21,6% das MEI sobrevivem mais de cinco anos.

De acordo com o SEBRAE, não existe um único fator responsável por fazer uma empresa fechar, mas um dos motivos mais comum está na falta de planejamento financeiro ou na má gestão financeira.

Diante da importância da gestão financeira, esta pesquisa se justifica por investigar e identificar os principais erros no planejamento financeiro. Pretendemos durante todo o estudo, encontrar métodos e ferramentas para se realizar um bom planejamento financeiro e assim poder contribuir com as micro e pequenas empresas.



2. Referencial teórico

2.1- Percurso histórico do Sistemas Financeiros Nacional

O início do Sistema Financeiro Nacional -SFN se deu logo no início da história do Brasil com a chegada de Portugueses a terras brasileiras. Com a criação de portos para receber a família real, se fez necessário criar um banco, surgindo assim o primeiro Banco do Brasil. Além da criação de um banco nacional, o país passa a receber também bancos estrangeiros (BOHLEN, 2010)

De acordo com Bohlen (2010) em seu livro, “Diretrizes e Práticas da Gestão Financeira”, os fatores mais relevantes para a história do SFN foram a Guerra de 1914 que resultou na criação da Inspetoria Geral dos Bancos em 1920 e na Câmara de Compensação em 1921. Logo após a Segunda Guerra Mundial, em 1945 foi criada a Superintendência da Moeda e do Crédito. Alguns anos depois nasce o BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social, em 1952.

No ano de 1964, foi iniciada uma reforma no Sistema Bancário com a criação de lei e normas que regularizavam, essa reformulação que se estende até nos dias atuais para organizar o Sistema Financeiro do Brasil. Uma das mudanças das últimas duas décadas que afetou o Sistema Financeiro, foi a formulação de um novo sistema de pagamentos brasileiro, o que fez com que as redes bancárias privadas corressem os mesmos riscos que o Banco Central.

2.2 A Aplicação dos princípios da Gestão Financeira nas Micro e pequenas empresas.

Os princípios básicos da gestão financeira são imprescindíveis para a boa estruturação e levantamento dos pequenos negócios. Teixeira (2012) destaca que os seguintes controles são essenciais para alavancagem de qualquer negócio, especialmente os micros empreendimentos: diário de caixa, controle bancário, controle de contas a pagar e receber, controle de vendas e controle de estoques.

Diário de Caixa: Segundo mencionado pelo SEBRAE/MG, o diário de caixa controla e registra todas as entradas e saídas de recursos financeiros do caixa da



empresa, sendo que seu principal objetivo é verificar se não existem erros de registros ou desvios de recursos.

Controle Bancário: Ainda de acordo com o SEBRAE/MG, controle bancário, registra, diariamente, todas as movimentações bancárias da empresa. Seu objetivo principal é controlar os débitos, créditos e saldos existentes na conta da empresa.

Controle de Contas a Pagar: Conforme apontado por Resende (2019) a empresa precisa estar ciente do controle de contas a pagar, seja para a compra de matéria prima, quanto para o pagamento dos fornecedores. O controle sobre as contas a pagar é de extrema importância, pois o empresário consegue ter uma melhor visão sobre o controle da empresa, e posteriormente saber onde manter o foco.

Controle de Contas a Receber: De acordo com Santos (2018) as contas a receber são uma promessa de pagamento futuro, devido a isso as pequenas empresas precisam ficar atentas. Controlar os valores a receber é seu principal objetivo, são provenientes das vendas a prazo, aliado a isso, fornecer informações pertinentes ao total de valores a receber por cliente, entre outras.

Controle de Vendas: Para o SEBRAE/MG é uma estratégia utilizada dentro da empresa e engloba diversos setores. O objetivo principal é aumentar a organização dos fluxos relacionados aos processos de venda, desde o recebimento da matéria-prima até o envio da mercadoria para o cliente. Também é usada para auxiliar nos planejamentos de ações.

Controle de Estoques: Esse tipo de controle é o processo de gerenciar os insumos e produtos de uma empresa, objetivando maior eficiência, que permite maximizar o lucro à medida que minimiza os custos de manutenção do mesmo. Qualquer empresa que lide com estoque precisará aplicar esse controle de alguma forma. Ainda de acordo com o SEBRAE/MG, este controle também permite: assegurar o suprimento necessário para atender à demanda dos clientes, manter o custo de armazenamento o mais baixo possível, dar assistência na política de preços de vendas, estimar custos das mercadorias vendidas, entre outros.

Sem essa organização é quase impossível gerenciar e manter o planejamento financeiro das empresas.



2.3 Microempresa, Empresa de Pequeno Porte

As Microempresas e empresas de pequeno porte passaram a ganhar maior visibilidade do mercado econômico a partir da década de 70 e desde então o número de micro e pequenas empresas no Brasil só vem aumentando. Segundo o SEBRAE (2010), durante o período de oito anos entre 2000 e 2008, ocorreu um crescimento no número de pequenas empresas no território nacional, passando de 4,1 milhões de empresas no ano 2000, para 5,7 milhões em 2008. Atualmente representam cerca 98,5% das instituições privadas, com a representação de 27% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional (PESSOA, COSTA, MACCARI 2016).

O crescimento das pequenas empresas refletiu diretamente no mercado de trabalho, que durante o mesmo período a geração de emprego pelas micro e pequenas empresas passou de 8,6 milhões para 13,1 milhões. Segundo a Secretaria de Estado de Desenvolvimento e Inovação do Governo do Estado de Goiás (2022) as MPE (Microempresa) e as EPP (Empresas de Pequeno Porte), representam aproximadamente 54% dos empregos formais em regime de CLT.

Visando proteger as MPEs (Microempresas), em 2006 foi instituída a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. A lei tem o intuito de regulamentar e oferecer tratamento diferenciado as empresas de micro e pequeno (SEBRAE 2022). O desenvolvimento da MPE se tornou assunto de grande relevância, e em 2013, o governo federal criou a SMPE (Secretaria da Micro e Pequena Empresa), que visa acolher de forma mais específica as necessidades das MPEs (Microempresa), (PESSOA, COSTA E MACCARI 2016).

O regime tributário referente a esse tipo empreendedorismo se trata do simples nacional, que foi criado através da Lei Complementar n. 123/2006. Esse regime tributário oferece um recolhimento menor e mais facilitado através do recolhimento feito por uma guia única, o DAS (PESSOA, COSTA E MACCARI 2016).

2.3.1 Definições de Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e MEI

Para Longenecker (1997), achar uma definição única para as empresas de pequeno porte é algo totalmente arbitrário, pois cada empresa possui um padrão diferente para cada objetivo. Empresas descritas com pequenas podem ser consideradas grandes quando comparadas com outra empresa considerada pequena.



Lezana (1999), define como sendo micro e pequenas empresas, as que contam com uma pequena quantidade de colaboradores, que abastecem a localidade onde estão instaladas e que são geridas pelo proprietário e por sua família.

Para o SEBRA (2022), para ser considerada microempresa, a mesma deve ter um faturamento anual igual ou inferior a R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais). Sendo que as empresas de pequeno porte devem ter seu faturamento anual maior que R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$4.500.000,00 (quatro milhões e quinhentos milhões de reais). As empresas de menor faturamento são as MEI (Micro Empreendedor Individual), que deve fatura no período de um ano no máximo R\$81.000,00 (oitenta e um mil reais).

2.4 Importância De Dividir Conta Jurídica E Conta Pessoal

Um dos principais erros cometidos por aquelas pessoas que são novatas no mundo dos negócios é misturar as finanças de conta pessoal e jurídica.

É importante separar corretamente o que é da empresa e o que é pessoal, tendo em vista que por essa simples ação, a gestão do negócio fica mais fácil. Pela ótica do empresário, é super importante saber os dados reais da empresa, seja o que foi gasto, o que foi faturado e até mesmo o que tem no caixa, assim sendo, não é uma boa atitude misturar as finanças (MORAES, 2015).

Outro ponto importante que deve ser levado em consideração é a tributação que é articulada em cima de conta bancária pessoa física e pessoa jurídica. Como ocorre em muitos casos, com a abertura de um CNPJ cadastrado como MEI, as pessoas deixam essa questão de lado e posteriormente “descobrem” uma maior cobrança de impostos quando ultrapassa o piso do mei, pois, apesar de ter CNPJ, o MEI é considerado pessoa física (DA COSTA, 2018).

Segundo Castro (2014), todo indivíduo possui obrigações legais, tanto a pessoa física, quanto a pessoa jurídica precisa realizar pagamentos de impostos e declarar seus rendimentos junto à Receita Federal.

Para evitar alguns problemas que podem impactar no rendimento da empresa, como imposto de renda, tributos, multas, entre outros, é preciso realizar a separação das contas física e jurídica. Nesse viés, recomenda-se primeiramente que sejam criadas duas contas diferentes, assim como definir retiradas mensais, mas sem usar



todo o lucro da operação, somado a isso, é importante se planejar e ter uma reserva de emergência (ANDRADE, 2014).

Segundo apontado por Colichi (2019), muitas empresas passam por um certo descontrole no início de suas atividades, entretanto, há uma conversão desse quadro quando entram em campo consultorias e contadores para auxiliar nas finanças. Nos dias de hoje existem diversas ferramentas online que auxiliam no gerenciamento das finanças da empresa, são exemplos disso: Bling, Contaazul, Quickbooks e Tiny.

Para fugir dos problemas de misturar contas, uma saída trivial para essa situação é a criação de um pró labore, como se fosse um salário que o empresário pode retirar todos os meses para gerir sua vida pessoal. Nesse sentido, um bom sinal de que essa estratégia está funcionando de maneira saudável é quando ocorre a retirada do “salário” e não afeta nada na empresa (FERNANDES, 2017).

2.5 Melhor Forma De Planejar O Orçamento Empresarial

O orçamento empresarial é um documento ou ferramenta que contém informações importantes para o funcionamento de um negócio. Ele é uma das ferramentas mais importantes da gestão organizacional que direciona o caminho para as metas e decisões que as empresas devem tomar em um horizonte de tempo (CARNEIRO, 2015).

Para aqueles que prezam e buscam bons resultados, o orçamento é um mecanismo indispensável para a elaboração de projetos, metas e objetivos da empresa. A organização precisa alinhar seus custos, gastos e termos financeiros para que consigam medir seus passos e caminhar para atingir as metas da empresa (DAL MAGRO, 2015).

No processo de desenvolvimento da estratégia empresarial, torna-se necessário documentar os interesses dos gestores, donos e gerentes, com a finalidade de alcançar os melhores resultados, com o custo reduzido e a margem de lucro crescente. Segundo Oliveira (2014), para cada escolha realizada pela empresa, a organização precisa de mecanismos que minimizem o risco, desse modo a gestão do negócio passa por um processo de planejamento, execução e controle.

Conforme mencionado por Moreira (2019), o orçamento é um grande atributo do sistema gerencial, utilizado pela imensa maioria dos gestores de grandes



empresas para coordenar e alinhar as estratégias, aumentando a produção e o engajamento da equipe.

A partir do momento que a empresa tem suas estratégias estabelecidas de forma clara e trivial, é possível prosseguir para a execução dos processos e posteriormente observar os resultados. Conforme dito por Martins (2018), a utilização de sistemas gerenciais é muito importante para as empresas, mas para que seja possível ter os dados de forma mais precisa possível, é importante que a equipe que alimenta o sistema esteja bem treinada e capacitada.

Observa-se que o orçamento empresarial, alinhado com as estratégias certas e com a projeção do negócio bem explícito, mostra onde a empresa planeja ganhar, investir e gastar o dinheiro. Assim sendo, estima-se que com a utilização de orçamento empresarial a empresa possa ter um número maior de benefícios e bons resultados (FALSARELA, 2017).

Na corrida da competitividade é importante ter um bom planejamento, que seja coerente e claro com os objetivos propostos da instituição, aliado a isso, é necessário utilizar bons sistemas de gestão, com isso as empresas podem ocupar as melhores posições no mercado. Segundo Braga (2018), o planejamento estratégico é a mais importante ferramenta para desenvolvimento e consolidação das empresas, assim como ter bons gestores que possuem uma visão alinhada às estratégias da empresa.

Por fim, observa-se que quanto mais as empresas utilizam o planejamento orçamentário, aumenta a relevância do mesmo para os gestores. Conforme apontado por Silva (2015), as empresas têm muito a ganhar com a utilização dessas ferramentas, assim como aumentam seus ganhos e reduzem seus custos.

2.6 Importância de Estabelecer a Precificação Correta e Como Estabelecer a Precificação de Serviços e Produtos

Para caminhar em sentido a uma boa precificação, é preciso se aprofundar um pouco na contabilidade de custos da empresa, pois essa parte é fundamental para identificar melhorias na tomada de decisão baseada nos conhecimentos teóricos e práticos, conforme mencionado por Martins (2018). Para uma melhor didática da contabilidade, torna-se necessário citar alguns pontos importantes, como:

- a) Gastos:** sacrifícios financeiros para obtenção de um produto ou serviço;
- b) Desembolso:** ato de pagar a compra de produto ou serviço;



- c) Investimento:** gasto utilizado através da sua vida útil ou de benefícios futuros;
- d) Custos:** gastos relacionados ao processo de produção de produtos e/ou serviços;
- e) Despesas:** consumo de produtos ou serviços com objetivo de obter receita; e
- f) Perda:** consumo de aspecto anormal e involuntária de produtos e serviços.
- g) Custos fixos:** independente do volume de produção do período, o custo não sofre variação;
- h) Custos variáveis:** variação do custo oscila de acordo com o volume de produção;
- i) Custos diretos:** atribuídos diretamente sobre o processo de produção ou venda das mercadorias ou serviços;
- j) Custos indiretos:** gastos que precisam de rateios e divisões para serem agregados ao custo final e têm participação indireta nos resultados.

Após ter conhecimento sobre essa série de pontos importantes, segundo apontado por Queiroz (2015), esses pontos contribuem para o desempenho das operações, e para aquelas empresas que desejam ter um bom resultado ao longo do período é preciso estar ciente para a formação do preço de venda, controle de estoque e controle dos gastos.

Para todas aquelas organizações que desejam conquistar cada vez mais espaço em seu mercado de atuação, assim como aumentar sua carteira de clientes, é preciso tomar as decisões certas e trabalhar com as pessoas certas. Nesse longo processo de crescimento e auge de uma empresa, os gestores precisam alinhar as metas e objetivos das empresas, pois alguns elementos mal posicionados podem influenciar na má formação de preço de produtos e serviços (PINTO, 2016).

Entende-se que há diversas maneiras para realizar precificação dos produtos, mas para aqueles empresários que possuem micro e pequena empresa, muitas vezes têm dificuldade para realizar essa parte. Verifica-se que muitas vezes a maior dificuldade do empresário está na parte de margem de lucro, bem como definir os custos e gastos durante o período, e determinar ponto de equilíbrio para manter a empresa no positivo (GONSALVES, 2017).

Caso a empresa, mesmo que seja de pequeno porte e tenham gestores que possuem conhecimento em contabilidade da empresa, assim como em a relação de gastos, custos e despesas, essa empresa poderá obter bons resultados, além de melhorar sua relação com fornecedores. Nota-se que muitas vezes a empresa ganha na parte de compra de mercadoria e matéria prima, quanto maior a quantidade, menor



o preço negociado com o fornecedor e posteriormente poderá diminuir o preço de venda, vender mais e livrar a empresa do saldo negativo (SEBRAE, 2019).

Ao partir para a parte de formação da precificação dos produtos e serviços da empresa, compreende-se que essa função precisa ser condizente com a realidade do mercado, pois isso vai ditar se a empresa vai quebrar ou não (MACHADO; FIORENTIN; SCARPIN, 2015). Os gestores da empresa precisam alinhar suas decisões junto às visões estratégicas da empresa, pois elaborar o preço ideal é alcançar um ponto de equilíbrio para vender o mês inteiro e gerar lucro (HOJE, 2017).

Segundo afirmado por Domiciano (2020), a etapa de elaboração de preço dos produtos ou serviços é um dos passos mais importantes, pois é preciso que haja dedicação por parte dos gestores. Para Baratto (2022), realizar uma boa precificação, é recomendado seguir um passo a passo de calcular o custo por unidade, contabilizar as despesas, respeitar a margem, entender o markup e margem de lucro, aliado a isso, é preciso também estudar o mercado em que a empresa está inserida.

Conforme apontado por Bruni e Famá (2019), ambas as fórmulas que o Mark-up possui, sendo que o Mark-up multiplicador representa o fator usado que ao ser multiplicado pelos custos variáveis é gerado o preço de venda, enquanto o Mark-up divisor tem o objetivo de demonstrar a relação de porcentagem entre o preço de venda buscado e os custos variáveis que foram gerados pela empresa (Quadro 1).

Quadro 1. Fórmulas do Mark-up

Multiplicador		Divisor	
Mark-up	= $\frac{\text{Preço de venda}}{\text{Custo Variável}}$	Mark-up	= $\frac{\text{Custo Variável}}{\text{Preço de venda}}$
	ou		ou
Mark-up	= $\frac{1}{1 - \text{Soma Taxas Percentuais}}$	Mark-up	= $1 - \text{Soma Taxas Percentuais}$

Fonte: Adaptado de Bruni e Famá (2019)

Nota-se que outro ponto importante foi retratado por Oliveira, Ribeiro e Vallim (2020), pois adotaram essa mesma modelagem de precificação em um comércio eletrônico e posteriormente foi identificado que a utilização do método melhorou a qualidade de informação e a assertividade no processo decisório dos gestores.



3. Metodologia do Trabalho

A metodologia escolhida para este trabalho foi o Estudo de Caso Único, que segundo Yin (2015) é um método que permite aos estudantes entender o processo de tomada de decisão de forma direta e prática, podendo o pesquisador observar in loco todos os processos que interferem nos resultados da pesquisa que está sendo realizada.

O Modelo proposto como estudo de caso, parte de uma situação problema que se busca compreender e para isso o pesquisador deve coletar informações sobre o contexto e as variáveis. Segundo apontado por Meireles (2014), boa parte dos dados podem ser obtidos por meio das tecnologias implementadas dentro da organização, o que facilita um pouco o processo de estudo de caso.

Segundo Hoppen (2011), a metodologia de estudo de caso é uma boa estratégia para entender um fenômeno, quando o contexto e as informações estão “conectados”. Contudo para elaboração do estudo, entende-se que é preciso seguir as etapas abaixo:

1. Identificação de um problema de pesquisa
2. Levantamento dos dados
3. Análise do contexto (variáveis)
4. Soluções/conclusões sobre o problema (se for possível, realizar a análise generalizante)

A partir da definição da metodologia passamos a realizar o estudo de caso, por meio de entrevistas, observações na empresa e análise de documentos in loco. Os resultados estão descritos no tópico a seguir

4. Estudo De Caso Realizado Na Empresa Do Ramo Fotográfico

A empresa estudada, KT Fotografia, está localizada na cidade de Anápolis, na rua Itália quadra 2, lote 7 do bairro Santa Isabel. Está presente no mercado fotográfico desde o ano de 2018. Atualmente empresa se considera especializada em ensaios femininos e hoje possui clientes em toda a cidade de Anápolis e regiões próximas.

O estúdio conta com uma fotógrafa formada em psicologia, o que garante diferencial durante os atendimentos, além de possuir programas de edição pouco utilizado pelos concorrentes locais.



Nota-se que com o decorrer dos anos, a fotografia passou a fazer parte do cotidiano das pessoas; trocar fotos com outras pessoas ficou mais fácil que anos atrás. A fotografia é uma extensão da memória, assim como o celular “faz parte” do corpo humano nos dias atuais, dito isso, é um mercado que cresce constantemente aliado à tecnologia (CUNHA, 2020).

Conforme mencionado por Matheus (2020), nos dias atuais a tecnologia está do lado do empresário, pois nunca foi tão fácil ganhar espaço nas redes sociais e promover seu negócio. O aplicativo de fotos Instagram é um dos aplicativos mais acessados do mundo, aliado ao TikTok, esses dois canais de comunicação podem levar milhares de clientes para a empresa.

Muitas empresas dependem do serviço prestado por fotógrafos, pois o que realmente vende são as boas fotos dos produtos, muitas vezes a foto tem mais qualidade que o produto em si. Saber se posicionar perante as fotos nas redes sociais é de grande importância para a construção de marcas e branding de grandes empresas (CAMPOS, 2015).

Segundo apontado por Brunet (2020), ter boa gestão do negócio, diz mais sobre você como empresário do que os seus próprios produtos, ou serviços vendidos. Dito isso, é importante salientar que para a realização de um bom estudo de caso, a equipe responsável deve analisar todo o processo, entrevistar colaboradores, conferir estratégias, verificar redes sociais e até mesmo analisar os parceiros comerciais.

O avanço tecnológico proporcionou a entrada de muitas pessoas no mercado digital, seja na venda de produtos ou até mesmo venda de postagens em seus perfis pessoais. Entender o comportamento humano é um bom partido para buscar respostas do crescimento e expansão do mercado de influenciadores ainda mais no Brasil, assim sendo, as pesquisas de um estudo de caso podem partir também desse princípio (PEREIRA, 2016).

Como ocorre na maior parte dos micros e pequenos empreendimentos, a KT Fotografia surgiu de forma orgânica com a finalidade de trazer renda extra para a família. Sempre se preocupando com a qualidade no atendimento, a empresa aprendeu com os erros e acertos durante o dia a dia da empresa e hoje oferece de um trabalho de excelência com qualidade superior à de seus concorrentes locais.

Embora tenha buscado se regularizar recentemente, a empresa em estudo já conta com ampla experiência dentro do mercado fotográfico e vasta gama de clientes



que retornam frequentemente para realizar novos trabalhos. Além de possuir também boa localização de fácil acesso em um bairro conhecido.

Com qualidade superior, a empresa consegue realizar seus serviços com valores maiores que da concorrência sem perder clientes. E a formação em psicologia da fotógrafa garante experiência mais agradável a quem recorre aos seus serviços. A empresa conta com uma funcionária responsável pela organização da agenda dos profissionais, apoio aos ensaios, além de auxiliar no apoio das atividades cotidianas da empresa.

Os maiores problemas encontrados na empresa estão na gestão financeira. Embora a empresa não tenha empréstimos a pagar e as dívidas com cartão de crédito não supere R\$500,00, não são realizados nem um tipo de controle sobre o capital da empresa e tão pouco planejamento das questões financeiras. Outro problema encontrado é a falta de separação das contas pessoais e as contas da empresa.

A empresa possui uma tabela de preço previamente estabelecida para cada pacote de serviço que será apresentada na tabela a seguir:

Imagem 1: Orçamento dos serviços fotográfico

TABELA DE ORÇAMENTOS					
ENSAIO INDIVIDUAL			ENSAIO PARA CASAIS		
PACOTE	PLATINUM	PACOTE	GOLD	PACOTE	DIAMOND
LOOK	3	LOOK	4	LOOK	5
LOCAL	2	LOCAL	2	LOCAL	3
FOTOS	15	FOTOS	30	FOTOS	45
ENTREGA	LINK	ENTREGA	LINK	ENTREGA	LINK+CAIXA
PREÇO	R\$ 500,00	PREÇO	R\$ 850,00	PREÇO	R\$ 1.100,00
ENSAIO ESTUDIO			ENSAIO FAMILIA		
PACOTE	POCKET	PACOTE	STEEL FAMILY		
LOOK	2	LOCAL	2		
FOTO	10	FOTOS	TODOS OS CLICKS		
ENTREGA	LINK	ENTREGA	LINK		
VALOR	R\$ 300,00	VALOR	R\$ 800,00		

4.1. Sugestões para melhorias

Ao realizar a análise do estudo, foi possível observar que a falta de controle e planejamento financeiro deixa a empresa em um patamar de estagnação. O bom serviço realizado garante a permanência no mercado, mas de forma insegura, pois sem o controle financeiro a empresa não consegue se preparar para situações futuras,



não consegue fazer investimentos eficientes e fica mais propensa a passar por situações de desestabilização financeira e operacional.

Realizar o orçamento empresarial é algo fundamental para manter a saúde financeira dentro da empresa. Conhecer as necessidades e objetivos do empreendimento é o fator principal para dar início a um planejamento orçamentário. Portanto é recomendado a empresa, realizar a elaboração de seu plano de visão, missão e valores, a fim de nortear de maneira mais fácil os objetivos da empresa. Recomenda-se também realizar a análise SOWOT ou análise FOFA, como também é conhecida, com o intuito de identificar os pontos forte e fracos da KT Fotografia, além de observar suas fraquezas e oportunidade dentro do mercado.

Conforme destacado pelo SEBRAE, um problema quase mortal para micros empreendimento é falta de separação entre o capital da empresa e o pessoal. Embora a princípio seja uma tarefa difícil de ser realizada, manter o controle financeiro deve ser uma atividade diária. O capital pessoal e empresarial deve ser claramente dividido.

Existem inúmeras ferramentas simples e eficientes que auxiliam na elaboração do controle financeiro. Muito utilizado, o Excel é capaz de elaborar planilhas para se identificar o capital que entra e sai da empresa a fim de manter o controle mais adequado.

É comum que imprevistos aconteça durante a realização de serviços, principalmente imprevistos com equipamentos. Por isso é fundamental que a empresa elabore planos de ação e planos financeiro para situações a curto e médio prazo.

Independentemente do tamanho da empresa, é necessário estar quite com as obrigações fiscais. Portanto se faz necessário regularizar os pagamentos da categoria MEI já inscrita, além de regularizar o vínculo trabalhista da funcionária do estúdio para evitar problemas futuros.



5. CONCLUSÃO

Empreender faz parte do sonho de grande parte dos brasileiros, entretanto, a maioria das pequenas empresas não se atentam ao planejamento e a gestão financeira. O resultado disso é uma alta taxa de falência de pequena empresa ainda durante o seu primeiro ano de vida.

Existem inúmeras empresas de sucesso que começaram pequenas e hoje atua em larga escala. Não existe garantias ou uma formula correta para alcançar o sucesso em um empreendimento. Entretanto, estabelecer um bom planejamento, realizar o controle financeiro, ter condições para enfrentar imprevistas e ter um bom diferencial, são algumas das medidas indicadas para se obter o sucesso em um empreendimento.

Constituir uma empresa é uma ótima forma de fugir do estilo de contratação pela CLT, mas exige alto nível comprometimento que nem todo mundo tem condições de oferecer. Os primeiros passos para quem deseja empreender e o estudo, planejamento e a elaboração de planos de ação futuros imprevistos.

O trabalho mostrou que é importante estar atento aos pequenos detalhes e, na prestação de serviço, a qualidade faz toda a diferença, afinal cliente satisfeito gera *marketing* positivo para a empresa.



REFERENCIAS

- ANDRADE, Stefani Pontes; BOFF, Caroline Dal Sotto. **Ferramentas de planejamento para tomada de decisão aplicadas a um microempreendedor individual (MEI)**. Revista de Contabilidade, Ciência da Gestão e Finanças, Caxias do Sul, v. 2, n. 1, p. 57-85, 2014.
- BARATTO, Andressa. **A importância Da Gestão Financeira Em Um Bar: Uma Proposta De Ferramenta Para A Precificação De Produtos**. Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti, v. 12, n. 20, 2022.
- BOHLEN, Roberto. **Diretrizes e Práticas da Gestão Financeira e Orientações Tributárias**. Curitiba Paraná, editora IBPEX, 2010
- BRAGA, Matheus Martins; DOMINGUES, Homero. Planejamento estratégico. 2018.
- BRUNET, Robert; EMERY, Stwart. **Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa**. M. Books, 2020.
- Bruni, A. L., & Famá, R. (2019). **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel (7ª ed.)**. São Paulo: Atlas.
- CAMPOS, M. M. M. M.; TEIXEIRA, Carla; CARVALHO, Breno. **Aspectos Fotográficos na Construção de Marcas: estratégias de aproximação com o consumidor**. In: II Congresso Internacional de Marcas/Branding: conexões e experiências. 2015. p. 277.
- CARNEIRO, Murilo; MATIAS, Alberto Borges. **Orçamento empresarial. Teoria, prática e novas**, 2015.
- CASTRO, Fábio Ávila de. **Imposto de renda da pessoa física: comparações internacionais, medidas de progressividade e redistribuição**. 2014.
- COLICHI, Rosana Maria Barreto et al. **Empreendedorismo de negócios e Enfermagem: revisão integrativa**. Revista Brasileira de Enfermagem, v. 72, p. 321-330, 2019.
- CUNHA, Aline Cristina Olímpio Ventura et al. **A fotografia como extensão da memória: um estudo de caso sobre álbuns de casamento**. Revista H-Tec Humanidades e Tecnologia, v. 4, n. 1, p. 6-30, 2020.
- DA COSTA, Douglas Gomes; DE OLIVEIRA, Virlane Dias; SILVA, Valdilene Gonçalves Machado. **Gestão de capital de giro: um estudo nas microempresas moveleiras de Divinópolis, MG**. Research, Society and Development, v. 7, n. 1, p. 971164, 2018.
- DAL MAGRO, Cristian Baú; LAVARDA, Carlos Eduardo Facin. **Evidências sobre a caracterização e utilidade do orçamento empresarial nas indústrias de Santa Catarina**. Advances in Scientific and Applied Accounting, p. 039-062, 2015.



DE ARAÚJO COSTA, Matheus; DE ARAÚJO BRITO, Max Leandro. **A utilização da ferramenta Instagram para impulsionar o crescimento de uma pequena empresa.** E-Acadêmica, v. 1, n. 2, p. e8-e8, 2020.

DOMICIANO, ALINE ALMEIDA BRUNO et al. **A importância da formação de preços para a empresa Vitória Modas.** Revista Fateclog, v11, 2020.

DURIGON, André Luís. Regime tributário da remuneração dos sócios de pessoa jurídica. 2017.

FALSARELLA, Orandi Mina; JANNUZZI, Celeste Aída Sirotheau Corrêa. **Planejamento Estratégico Empresarial e Planejamento de Tecnologia de Informação e Comunicação: uma abordagem utilizando projetos.** Gestão & Produção, v. 24, p. 610-621, 2017.

FERNANDES, Almir Garcia; RIBEIRO, Elaine Sílvia Pires. **A natureza alimentar do crédito de pró-labore e sua classificação nos processos de recuperação e falência.** Revista Jurídica, v. 20, n. 19, 2017.

Gestão de custos: como ter um bom controle financeiro. Portal Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/gestao-de-custos-como-ter-um-bom-controle-financeiro> Acesso em: 13 out. 2022.

GONSALVES, Luiz Wagner Leigue. **Gestão dos Microempreendimentos do Ramo de Lanchonetes no Município de Cacoal/RO.** 2017. 43 f.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras e orçamento empresarial.** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 576 p.

HOPPEN, N. **Instrumentos de mensuração dos tipos estratégicos: uma análise comparativa no contexto do alinhamento estratégico entre negócios e tecnologia da informação.** Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, v. 35, 2011.

LEZANA, Álvaro. **Formação de jovens empreendedores.** INIEMP/Escola de Novos Empreendedores/UFSC/SEBRAE, 1995;

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial.** Tradução de Maria Lucia G. L. e Signey Stancatti; revisão técnica de Roberto Luís Margatho Glingani. São Paulo: Makron Books, 1997;

MACHADO, Débora Gomes; FIORENTIN, Marlene; SCARPIN, Jorge Eduardo. **Formação de Preços: Um Estudo em Empresas do Setor Metalúrgico do Estado de Santa Catarina.** Revista de Administração e Contabilidade, v. 14, n. 28, jul/dez. 2015. p.9-42. Disponível em: Acesso em: 13 out. 2022.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2018. 408 p.



MEIRELES, F. S. - Pesquisa Anual – Administração de Recursos de Informática – Gvcia – Centro de Tecnologia de Informação Aplicada da FGV-EAESP, 25º edição. São Paulo, 2014.

MORAES, R. Carlos. Finanças pessoais x Finanças empresarias. 2015. Disponível em: Acesso em: 18 out. 2022.

MOREIRA, Leide Vania Miranda; FREZATTI, Fábio. **O papel do sistema de controle gerencial na transição entre estágios do ciclo de vida organizacional em uma empresa familiar.** Revista Universo Contábil, v. 15, n. 1, p. 65-84, 2019.

OLIVEIRA, A. B. S. **Controladoria: Fundamentos do Controle Organizacional.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

Oliveira, K.H., Ribeiro, P.P., & Vallim, C.R. (2020, novembro). **Um estudo comparativo entre o preço de venda com base no mark-up e o preço de venda praticado no comércio eletrônico.** XXVII Congresso Brasileiro de Custos. Recuperado de <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4793/4814>.

QUEIROZ, Felipe César de Moura. **A Utilização da Contabilidade Gerencial Como Um Fator Determinante para Tomada de Decisão: Um Estudo Multicaso em Empresas do Bairro Montese, em Fortaleza/CE.** 2015.

PEREIRA, Nívia Rodrigues. **A constituição do acontecimento na sociedade do espetáculo.** In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo. 2016.

PESSÔA, Leonel Cesariano, COSTA, Giovane e MACCARI, Emerson Antonio. **As Micro e Pequenas Empresas, o Simples Nacional e o Problema dos Créditos de ICMS.** Revista Direito GV, São Paulo, P: 346-347, mai/ago 2016;

PINTO, Weverton de Araújo. Formação de Preço de Venda em Micro e Pequenas Empresas de Materiais de Construção. 2016. 13 f.

MINAYO, M. C. **Ciência, técnica e arte: o desafio da Pesquisa Social.** In: _____. (Org.) Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 09-30;

SEBRAE. Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2009. 3. ed. São Paulo; Brasília, 2010;

SILVA, Helton Haddad. **Planejamento estratégico de marketing.** Editora FGV, 2015.

YIN, Robert K. Estudo de Caso-: Planejamento e métodos. Bookman editora, 2015.