



Jéssica Teixeira da Costa

TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO
A CONTABILIDADE PODE SALVAR MINHA FRANQUIA? UMA ANÁLISE DOS
IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA DA COVID-19 NO SISTEMA DE
FRANQUIAS

Santa Maria, RS

2021

Jéssica Teixeira da Costa

**A CONTABILIDADE PODE SALVAR MINHA FRANQUIA? UMA ANÁLISE DOS
IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA DA COVID-19 NO SISTEMA DE
FRANQUIAS**

Trabalho Final de Graduação (TFG) apresentado ao Curso de Ciências Contábeis - Área de Ciências Sociais, da Universidade Franciscana, como requisito parcial para obtenção do Grau de BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

Orientadora: Jaqueline Carla Guse

Santa Maria, RS

2021

Jéssica Teixeira da Costa

**A CONTABILIDADE PODE SALVAR MINHA FRANQUIA? UMA ANÁLISE DOS
IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA DA COVID-19 NO SISTEMA DE
FRANQUIAS**

Trabalho Final de Graduação (TFG) apresentado ao Curso de Ciências Contábeis,
Área de Ciências Sociais da Universidade Franciscana - UFN, como requisito parcial para
obtenção do Grau de BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

Orientador: Prof^ª. Jaqueline Carla Guse

Professor(a): João Friedrich

Professor(a): Dr. Lucas Almeida dos Santos

Aprovado em de de

RESUMO

A presente pesquisa contou com o objetivo geral de analisar a importância da utilização da contabilidade e suas informações no sistema de franquias para o enfrentamento da pandemia da Covid-19, na tomada de decisão. Para que fosse possível alcançar tal objetivo, realizou-se uma pesquisa aplicada, descritiva, explicativa, de levantamento e quanto a abordagem do problema classificada como uma pesquisa qualitativa, sendo elaborado um questionário e aplicado às franquias integrantes da Associação Brasileira de *Franchising* (ABF). Como principal resultado, tem-se que a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou diretamente as franquias, reduzindo significativamente o seu faturamento, e que os gestores ocasionalmente consultam o seu contador antes de tomar uma decisão pela franquia preferindo tomar suas decisões com base na sua própria experiência e que a informação contábil utilizada com mais frequência para a tomada de decisão é referente à tributação da empresa. Além disso, a ferramenta gerencial da contabilidade utilizada pelos gestores para auxílio na tomada de decisão é o controle de custos e despesas, assim como são realizadas análises de rentabilidade nas franquias. Dessa forma, conclui-se que a área em que a informação contábil tem sido mais utilizada durante o enfrentamento da pandemia da Covid-19 é na área fiscal e área trabalhista, sendo a contabilidade importante na opinião dos gestores apenas para se conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa. No entanto, apesar desse posicionamento identificou-se que os mesmos classificam a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises como muito importante e consideram como sendo crucial ter um contador assessorando a sua empresa.

Palavra-chave: Informações contábeis. Tomada de decisão. Franquias. Covid-19.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Geração da franquia empresarial.....	8
Quadro 2 - Vantagens para o franqueador.....	9
Quadro 3 - Desvantagens para o franqueador.....	9
Quadro 4 - Perfil da franquia e dos participantes da pesquisa.....	28
Quadro 5- Definição de porte de estabelecimentos segundo o número de empregados.....	32

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Dinâmica econômica do vírus sem políticas macroeconômicas compensatórias...	13
Figura 2 - Variação no faturamento 2020 vs. 2019.....	14
Figura 3 – Encerramento, fechamento temporário e repasse de unidades em junho 2020.....	15
Figura 4 - Figura 4- Indicadores de empresas.....	16
Figura 5 - Sistema de informação.....	18
Figura 6 - Características essenciais de um contabilista.....	20
Figura 7 - Definição de porte de estabelecimentos segundo o número de empregados.....	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Número de funcionários das franquias.....	31
Tabela 02 - Porque optou por uma franquia ao invés de um negócio tradicional.....	32
Tabela 03 - Recurso mais utilizado para a tomada de decisão e com quem se aconselham antes de tomar uma decisão.....	34
Tabela 04 - Ferramentas gerenciais utilizadas na tomada de decisão e as análises realizadas sob os indicadores econômicos e financeiros nas franquias.....	36
Tabela 05 - Frequência em que os gestores realizam feedbacks com a sua equipe.....	38
Tabela 06 - Maior dificuldade enfrentada na condução de uma franquia e qual seria a solução.....	39
Tabela 07 - Como a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou as franquias e qual o nível de redução do faturamento.....	42
Tabela 08 - Principais dificuldades e mudanças enfrentadas pelas franquias na atualidade...	45
Tabela 09 - A pandemia e o posicionamento no mercado.....	47
Tabela 10 - Como são desenvolvidos os serviços contábeis nas franquias.....	50
Tabela 11 - Caracterização dos serviços oferecidos pelos contadores das franquias.....	51
Tabela 12 - Frequência em que os gestores consultam o contador e opinião sobre os relatórios contábeis.....	54
Tabela 13 - Avaliação do serviço prestado pelo seu profissional contábil.....	57
Tabela 14 - Áreas em que a informação contábil tem sido mais utilizada para a tomada de decisão e a sua importância no enfrentamento de crises.....	59
Tabela 15 - Opinião dos gestores quanto a importância da informação contábil para a sua empresa.....	62

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
2 REFERENCIAL TEÓRICO	6
2.1 O modelo de franquia.....	6
2.2 Impactos da Covid-19 para os negócios	12
2.3 Informação contábil	16
3 METODOLOGIA	23
3.1 Classificação da pesquisa	23
3.2 Procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados	24
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	27
4.1 Contexto do processo de tomada de decisão em franquias.....	27
4.2 Impactos causados pela pandemia da Covid-19 nas franquias	42
4.3 Utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias.....	49
5 CONCLUSÃO	66
REFERÊNCIAS	69
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	77

1 INTRODUÇÃO

A origem da contabilidade é tão antiga quanto à história da civilização e está vinculada à necessidade dos seres humanos de proteger e controlar suas posses. Esta é vista como uma ciência que descreve e registra as operações que podem alterar a composição e o valor do patrimônio (IUDÍCIBUS; MARION, 2002; BATISTA, 2014).

Neste aspecto, à primeira vista, a contabilidade pode parecer um instrumento estático de registro de dados, que somente fornece informações aos problemas existentes em uma entidade. Entretanto, a mesma consiste em uma linguagem universal, por possibilitar que as empresas entrem em um mercado competitivo e globalizado. Dessa forma, a contabilidade deve ser entendida como um sistema de informação essencial à tomada de decisão, uma vez que propicia informações para a organização e seus usuários (LIMA, 2000; BORGES; RODRIGUES, 2014; MARION, 2009).

Em dezembro de 2019, na República Popular da China (província de Hubei e cidade de Wuhan), ocorreu a identificação do vírus do Covid-19, denominado popularmente como “coronavírus” que impactou de forma drástica vários mercados (TÁVORA, 2020). A doença passou a ser pandêmica a partir de março de 2020, com impactos nas áreas de saúde, social e econômica e neste aspecto o setor de contabilidade, passou a ser fundamental para atravessar a crise e manter o negócio estável e competitivo quanto ao novo cenário.

Em consequência disso, vive-se uma situação sem nenhum precedente, pois o ano de 2020 iniciou com um grande desafio para os empresários, a crise que vem impactando o mundo inteiro, tanto na saúde quanto na economia, está obrigando os empreendedores a repensarem seus métodos de trabalho diante da crise causada pela Covid-19 (MARQUES, 2020; TAVORA, 2020).

De abril a julho de 2020, as restrições de circulação de pessoas e de isolamento social impostas pelos municípios e estados, com o propósito de conter o avanço do vírus, provocaram impactos diretos no emprego e renda da população, os trabalhadores informais foram atingidos primeiramente pela crise e posterior, os formais, que mantiveram seus empregos por algum período devido aos custos de demissão que as empresas teriam que incorrer (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020).

No contexto da atual crise financeira que às empresas vem passando, por consequência da pandemia da Covid-19, as organizações devem ficar atentas às informações contábeis e buscar todas as possibilidades para garantir sua sobrevivência e estabilidade econômica. No

entanto, conforme Borges e Rodrigues, 2010, pode se considerar a contabilidade como um processo de recolha, análise, registro e interpretação de tudo o que afeta a riqueza das empresas, o que a torna um forte suporte de informação para a gestão.

Nesse âmbito, a presente pesquisa terá como cenário tipo de negócio chamado de franquias, considerando que no momento de pandemia, estas vivenciam um amplo processo de readaptação por intermédio da adoção de diversas medidas, em decorrência da redução brusca na circulação de pessoas e a queda na renda das famílias (SEBRAE, 2020).

Tendo em vista o tema relacionado contabilidade e suas informações para a tomada de decisão, a presente pesquisa tem como problemática responder a seguinte questão: Qual a importância da utilização da contabilidade e suas informações no processo de tomada de decisão em franquias, para o enfrentamento da pandemia da Covid-19?

Visando responder a problemática levantada, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar a importância da utilização da contabilidade e suas informações no sistema de franquias para o enfrentamento da pandemia da Covid-19, na tomada de decisão. Dessa forma, com o intuito de atingir o objetivo geral e a sua complementação de acordo com as etapas consecutivas, definiu-se os seguintes objetivos específicos: contextualizar o processo de tomada de decisão em franquias, verificar os impactos causados pela pandemia da Covid-19 nas franquias que compõem a amostra da pesquisa e avaliar a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias.

Neste contexto, entende-se que a Covid-19 tem se expandido pelo mundo rapidamente e gerado choques econômicos com intensidade acima dos observado na crise de 2008 e na grande depressão dos anos de 1930 (FERREIRA; SANTA RITA, 2020). Os dados expressivos acerca da falência de muitas empresas, em meio a pandemia instaurada no País, nos trazem um alerta em relação a falta de um planejamento tributário e de gestão por parte dos empreendedores, estudos mostram que a pandemia pode levar 3,5 mil empresas a recuperação judicial e a falência (G1, 2020).

A instabilidade econômica faz tornar necessário um controle mais rígido sobre todas as operações, uma gestão responsável de todos os recursos, para filtrar e reduzir ao máximo os gastos e adaptar as estratégias existentes às novas condições de mercado. Portanto, o empreendedor deve tornar a contabilidade uma fonte de informações para que possa tomar decisões seguras e coerentes com seu negócio (RAZA, 2008; KRUEGER, 2020).

Assim, justifica-se a escolha do tema da pesquisa, por ser um assunto relevante, em expansão e inovador, pelo fato de vivenciar-se uma das piores crises econômicas globais, tendo em vista que no Brasil, os desdobramentos da pandemia da Covid-19, paralisaram a economia.

Desta forma, a pesquisa proporciona à Instituição de Ensino (UFN) a compreensão na prática da percepção dos gestores perante o momento de crise, além de demonstrar a importância das informações fornecidas pela contabilidade para o auxílio na tomada de decisões. Assim como, traz benefícios ao curso de Ciências Contábeis, por ser um tema atual, no qual não existem pesquisas relacionadas com a contabilidade e a pandemia.

Para a sociedade, por se tratar de um cenário recente, o estudo proporcionará conhecimento e expansão da temática abordada e por fim, o estudo também terá relevância para a acadêmica, pois contribuirá para o crescimento e desenvolvimento tanto pessoal, como profissional, de modo que através das pesquisas realizadas, poderá aliar a teoria abordada em sala de aula com a prática.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção são apresentados conceitos de modelo de franquia, impactos causados pela pandemia da Covid-19 nos negócios e informação contábil, permitindo o entendimento do tema abordado.

2.1 O modelo de franquia

Do ponto de vista etimológico historiadores afirmam que o termo *franchising* surgiu na França da idade média, sendo inicialmente utilizado para traduzir a outorga de certas liberdades a algumas pessoas e pequenas cidades, derivando da palavra *franchisé*, nome dado as cidades com outorga para livre comércio e circulação de pessoas (MELO; ANDREASSI, 2012).

O sistema de franquias teve início por volta de 1860 nos Estados Unidos, entretanto, só ganhou popularidade no Brasil a partir de 1985. A partir de 1990, o setor cresceu significativamente e foi sancionada a Lei de Franquias em 1994. Uma franquia é desenvolvida entre duas partes principais: o franqueado e o franqueador, desse modo, o sistema de franquias acaba tornando-se uma opção à diversificação empreendedora, sendo considerada uma estratégia cooperativa que as firmas adotam para afastar os riscos e compartilhar as competências, ou seja, é um modelo de negócio que se desenvolve em parceria (MELO, 2012; PÉRSICO; PAULA, 2013).

Franquia é uma estratégia utilizada em administração que tem, como propósito, um sistema de venda de licença na qual o franqueador cede ao franqueado o direito de uso da sua marca, patente, produtos ou serviços, ou seja, são lojas especializadas onde sua operação é regulamentada por um contrato de uso exclusivo da marca juntamente com a linha de produtos ou serviços, onde estão estabelecidas normas rígidas sobre a operação do negócio, seu uso tem facilitado a expansão de negócios a nível mundial, atuando como mola propulsora na geração de novos negócios (COBRA, 2010).

Ainda, Mattar (2011) caracteriza a franquia como remuneração de um modelo de negócio já desenvolvido, a partir do pagamento entre dois entes sobre a utilização de marca, estratégia de negócio, marketing, formatação operacional, sistema administrativo/operacional, *know-how* e expertises.

Ferreira (2010) define a *franchising* como modo de organização em que uma empresa (franqueador) que já tem um produto/serviço bem-sucedido licencia a sua marca e forma de fazer negócio a outras empresas ou indivíduos, em troca de um direito de entrada e do recebimento de *royalties*.

Dessa forma, o franqueador fornece ao franqueado o direito de utilizar seu produto, sua marca, seu conceito de negócio, seu sistema de gestão e operação, seus métodos de treinamento e suporte, sendo que o franqueado em troca deve cooperar e dar dinamismo a rede, contribuir para a atualização e dispersão dos novos conhecimentos e competências, e realizar os pagamentos obrigatórios ao franqueador (GIGLIOTTI, 2010).

O sistema de franquias contribui para o desenvolvimento da sociedade, pois a crise econômica força a abertura de negócio já pré-formatado e a transferência de conhecimento de forma disciplinada, profissionaliza jovens empreendedores ingressantes no mercado de trabalho, é tido como um modelo de negócios que atende tanto a necessidade de gerar emprego e renda, já que a escassez de empregos no Brasil é uma realidade, quanto a de estabelecer negócios que já contenham suporte adequado. Desta forma, além de representar uma parte importante da economia, é também um fenômeno central no empreendedorismo (MELO et.al., 2017; ROCHA, 2010).

De forma abrangente, Ribeiro et al. (2013) definem franquia como uma estratégia de expansão de negócio caracterizada pelo compartilhamento e transferência de *know-how* e métodos de gestão entre dois agentes, representado pelo franqueador e franqueado, onde estabelecem uma relação de parceria para atingir resultados sustentáveis e duradouros na busca de maior participação de mercado, cujo modelo de negócio deve ser fundamentado em um planejamento e gestão estratégica para alcançar resultados esperados.

Ribeiro et al. (2013) propõem uma classificação das redes de franquias conforme o estágio de desenvolvimento que o modelo de negócio se encontra. Os autores descrevem seis gerações possibilidades de enquadramento conforme mostrado no Quadro 1.

Quadro 1- Geração da franquia empresarial

Geração	Denominação	Características
Primeira	Franquia simples/ Franquia de produto e marca	Sem exclusividade. Franqueados recebem a licença restrita de uso da marca e/ou distribuição do produto. Não há suporte operacional do franqueador
Segunda	Franquia simples/ Franquia de produto e marca	Com exclusividade. Franqueados recebem a licença de uso da marca e/ou distribuição do produto. Franqueador fornece suporte operacional parcial
Terceira	Franquia de negócio formatado	Com exclusividade. Franqueados recebem a licença de uso da marca e/ou distribuição do produto. Franqueador fornece suporte operacional e estratégico total e realiza controle intenso do franqueado
Quarta	Franquia de rede de aprendizado contínuo	Participação dos franqueados nas decisões estratégicas, através do Conselho de Franqueados
Quinta	Rede inteligente ou rede operacional	Integração das redes por meio da informática
Sexta	Franquia sustentável	Visão de negócio rentável, justo e sustentável

Fonte: Adaptado de Ribeiro et al. (2013).

Conforme o Quadro 1, entende-se que existem diversos modelos de franquias no mercado, sendo uma operação comercial com grande potencial de desenvolvimento, entretanto, antes de estabelecer uma operação, é importante se informar sobre a estruturação da operação e contrato da franquia.

Para Ribeiro et al. (2013) a evolução das redes de franquias está amplamente ligada ao desenvolvimento da tecnologia da informação, tornando viável o controle e fiscalização das operações, compartilhamento mais rápido de conhecimento e informação, além da gestão interligada da cadeia de suprimentos. Porém, o autor ressalta que a disseminação da cultura organizacional é o aspecto com maior importância para o sucesso das franquias.

Segundo Cherto (1988), Mattar (2011) e Guetta (2013), o modelo de expansão de uma marca a partir da formatação de um sistema de franquias pode proporcionar diversas vantagens e desvantagens aos franqueadores, conforme mostrado nos Quadros 2 e 3.

Quadro 2– Vantagens para o franqueador

	Cherto (1988)	Mattar (2011)	Guetta (2013)
Vantagens	<p>Rapidez na expansão</p> <p>Maior garantia de mercado para seus produtos/serviços</p> <p>Menos problemas de natureza trabalhista</p>	<p>Reduzir riscos de investimento próprio</p> <p>Explorar o sistema de negócio desenvolvido e aprovado como um outro negócio</p> <p>Obtenção de economias de escala</p>	<p>Existe um dono na ponta do negócio, não simples gerente</p> <p>Viabiliza formatos menores de operação em micro nichos de mercado</p> <p>Gera escala rapidamente, podendo partir para a estratégia de saturação do segmento</p>

Fonte: Adaptado de Cherto (1988), Mattar (2011) e Guetta (2013).

De acordo com o Quadro 2 observa-se que o sistema de franquias, proporciona diversas vantagens ao franqueador, por ser uma estratégia de expansão de seus negócios, ampliando o seu acesso ao mercado e consumidores, e tornando esse canal de vendas efetivo para todos os envolvidos no sistema de distribuição de seus produtos e serviços.

No Quadro 03 pode-se visualizar as desvantagens para o franqueador.

Quadro 3- Desvantagens para o franqueador

	Cherto (1988)	Mattar (2011)	Guetta (2013)
Desvantagens	<p>Redução do controle sobre os pontos de varejo exclusivo</p> <p>Possibilidade de disputa com os franqueados</p> <p>Retorno a prazos mais longos nas decisões de investimento e estrutura para a franqueadora e rede</p>	<p>A má escolha de franqueados é umas das principais causas de fracasso</p> <p>Treinar rede de franqueados e funcionários</p> <p>Atualizar e desenvolver constantemente os padrões, investir na marca e aprimoramento do negócio</p>	<p>Precisa aprender a ser gestor de redes: liderar ao máximo, comandar ao mínimo</p> <p>Difícilmente deixará de lidar com uma parcela de insatisfeitos</p> <p>Precisa focar num tipo de gestão que perpetue os valores do negócio, caso aconteça investimentos e diluição do controle dos fundadores</p>

Fonte: Adaptado de Cherto (1988), Mattar (2011) e Guetta (2013).

Com base no Quadro 3, verifica-se que como qualquer outra atividade comercial, o sistema de franquias possui também suas desvantagens, portanto ao se investir deve se analisar a fundo este modelo.

Santine e Garcia (2011) destacam que o principal fator que vem colocando as franquias em patamares cada vez maiores em termos de crescimento, expansão e faturamento, é a busca constante por melhorias em seus processos de operação e de gestão, através da implantação de

estratégias que conseguem envolver toda a rede. Um dos grandes benefícios dessa nova abordagem de franquia, com relação ao franqueado é a percepção que ele tem em relação ao seu mercado, pois ele é quem está no dia a dia da empresa, colhendo informações importantes a respeito do negócio e de seus clientes.

Mattar (2011) elenca diversas etapas necessárias para uma empresa construir seu sistema de *franchise*. O autor sugere uma ampla e completa revisão em toda a operação, afirmando que é fundamental ter uma empresa com resultados sólidos e um modelo de negócio viável para replicá-lo. Feitos os ajustes necessários, o autor sugere a aplicação em uma unidade piloto, a fim de testar e ratificar as definições do modelo de franquia, a última etapa seria o desenho do sistema de franquias, onde a definição do perfil ideal do franqueado é uma das principais etapas do processo.

Melo e Andreassi (2012) sugerem que o risco é um fator de destaque durante a tomada de decisão, e que há diferentes perfis de empreendedores com visões distintas sobre até onde vale a pena arriscar a partir dos resultados obtidos na avaliação de franqueabilidade.

Ribeiro et al. (2013) também atribui a definição do perfil do franqueado como um dos pontos críticos do sucesso do modelo de *franchise*. Segundo os autores, o perfil deve ser baseado principalmente em atributos pessoais, valores correspondentes com a marca e características do modelo de negócio da franquia. O autor descreve a escolha do franqueado como uma das principais etapas do processo final de expansão no sistema de franquias.

Souza e Lourenzani (2011) analisaram o perfil do franqueado como determinante do sucesso no sistema de franquias. Os autores destacaram a importante presença do papel da liderança a frente do negócio e a exigência previa de experiência e educação formal com graduação em nível superior, mostrando que, mesmo tratando-se de um negócio com elementos padronizados e testados como se propõe a estrutura de franquias, não se trata de um modelo para iniciantes. Os elementos em comum do perfil ideal encontrado foram empreendedorismo, liderança e atitude perante o risco.

Souza, Junqueira e Las Casas (2014) inferiram as principais características do perfil do franqueado, sendo elas: capacidade financeira; habilidade gerencial; busca por desafios; desejo por desenvolvimento pessoal; formação; capacidade empreendedora; comprometimento com o negócio; perfil psicológico; propensão ao risco; experiência no negócio; e ponto e conhecimento regional.

Constatou-se, com base na teoria consultada e nos dados das empresas, que, em condições semelhantes, alguns franqueados obtêm sucesso e outros não. Tal fato reforça a

crença de que a variável “perfil do franqueado” possui alto grau de influência no desempenho do negócio. (SOUZA; LOURENZANI, 2011).

Este comportamento de empreendedores que decidem pela abertura de uma franquia pode ser evidenciado pelo fator de que a sobrevivência de pequenos negócios tem relação direta com o empreendedorismo, com o intuito de garantir a longevidade das empresas criadas, e saber se portar de forma decisiva em um mercado competitivo, afinal, as grandes maiorias das PMEs fracassam nos primeiros anos (VIER; GUENA, 2010).

Lima, Luna e Sousa (2012) concluíram, que o sistema de franquias mostra sinais de evolução no Brasil apresentando empresas que são classificadas como quarta e quinta geração, fenômeno similar ocorrido no mercado americano onde já representa 20% do PIB. Assim, verifica-se que apresentar a evolução e os resultados de uma franquia, possui grande importância, principalmente na atualidade em decorrência da crise enfrentada, pois fatores determinantes como uma boa gestão poderão contribuir para o crescimento do setor no Brasil.

Souza e Teixeira (2013), buscaram analisar as competências empreendedoras de dirigentes de unidades franqueadas, os autores concluíram que esse sistema de negócios não representa uma restrição à ação empreendedora, e que os empreendedores buscam a oportunidade de ter esta competência desenvolvida por meio do trabalho desenvolvido pelo franqueador. Neste caso, pode-se entender que analisar a gestão de uma franquia é um ponto fundamental, para verificar quais as necessidades e desafios enfrentado pelos gestores quanto a sua administração.

Scienza (2018), realizou um estudo para analisar o sistema de franquias e seus subsistemas, com isso o autor observou que o sistema de empreendimentos por franquia possui benefícios por trabalhar com um modelo estruturado e padronizado. Dessa forma, entende-se que é de suma importância analisar as características do sistema de franquias, pois não somente a marca sustenta uma franquia, mas sim os profissionais que estão mobilizando esse negócio, seus princípios e seus objetivos como empreendedores.

Neste contexto, Melo e Figueiredo (2019) analisaram o sistema de franquias como sendo uma estratégia de crescimento, com isso observaram que esse sistema possui uma grande expansão de mercado, pois exige pouco custo de investimento e influencia a cultura empreendedora beneficiando o franqueado pela facilidade de abrir um negócio com modelo formatado e com menos risco de falência e ajudando o franqueador na divulgação da marca. Visto isso, verifica-se que demonstrar o crescimento e expansão do sistema de franquias é relevante, pois é um setor que está em constante evolução no mercado brasileiro.

Gomes e Longhini (2020), utilizaram indicadores de viabilidade econômico-financeira para analisar as vantagens e desafios na abertura de uma franquia. A partir destes indicadores, os autores conseguiram avaliar as condições do mercado para o empreendimento. Assim, pode-se entender que avaliar o mercado e acompanhar o resultado de uma franquia, são pontos fundamentais para a continuidade do negócio.

Diante do exposto, entende-se que a franquia pode ser considerada uma alternativa vantajosa por conta de todo o suporte prestado pela marca franqueadora ao seu franqueado. A expansão de negócios com franquias é uma forma já consolidada, e os empresários que buscam essa alternativa não podem pensar de forma simplista, pois a gestão de uma rede de franquias é complexa, mas, se bem estruturada utilizando a tecnologia, as ferramentas e recursos humanos adequados, é um fator impulsionador de resultados e de perpetuidade dos negócios.

2.2 Impactos da Covid-19 para os negócios

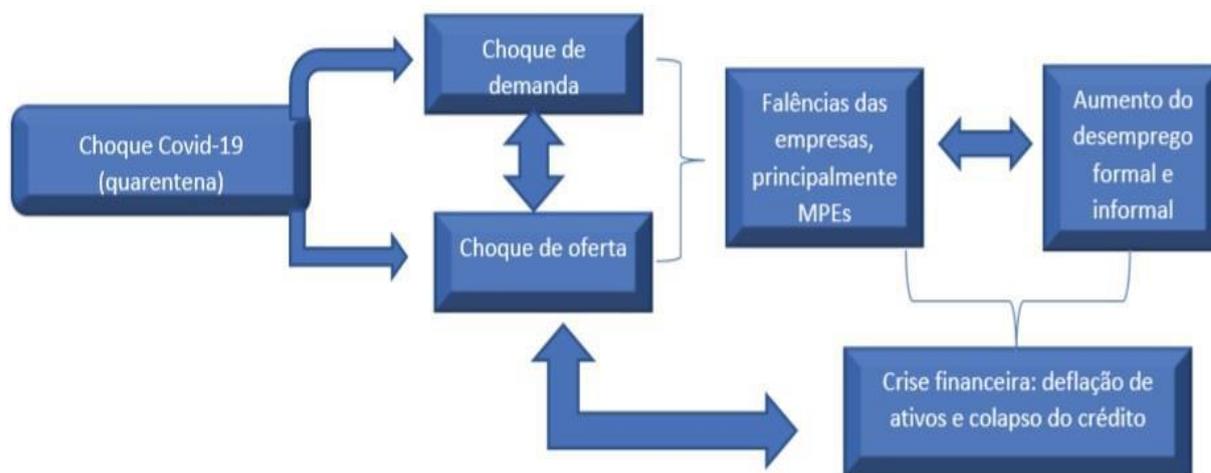
A epidemia da Covid-19, tem sua origem pelo vírus SARS-CoV-2, a epidemia teve seu surto em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, na província de Hubei, na China. A Covid-19 continua a se espalhar pelo mundo, inicialmente, o epicentro da doença foi na China, com casos notificados no País ou trazidos por viajantes (FERREIRA; SANTA RITA, 2020).

No mês de março de 2020, foram adotadas medidas de isolamento social implementadas com o intuito de desacelerar a taxa de contaminação da população e, conseqüentemente, evitar o colapso do sistema de saúde. Em consequência disso, de abril a julho de 2020, as restrições de circulação de pessoas e de isolamento social impostas pelos municípios e estados, com a intenção de reduzir o avanço do vírus, provocam impactos diretos no emprego e renda da população (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020).

Conforme Ferreira e Santa Rita (2020), a Covid-19 expõe fragilidades na economia, como queda nos preços de petróleo, em *commodities*, em empregos, enfraquecimento da moeda, aumento da dívida pública e recessão no Brasil e no mundo, no entanto, conclui-se que há oportunidade de políticas nas áreas da saúde e da educação e um maior espaço para o debate do estado empreendedor nos próximos anos.

O efeito simultâneo da crise sobre a demanda e a oferta das economias pode se transformar em uma combinação bastante lesiva para economia, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 – Dinâmica econômica do vírus sem políticas macroeconômicas compensatórias.



Fonte: Ferreira e Santa Rita (2020).

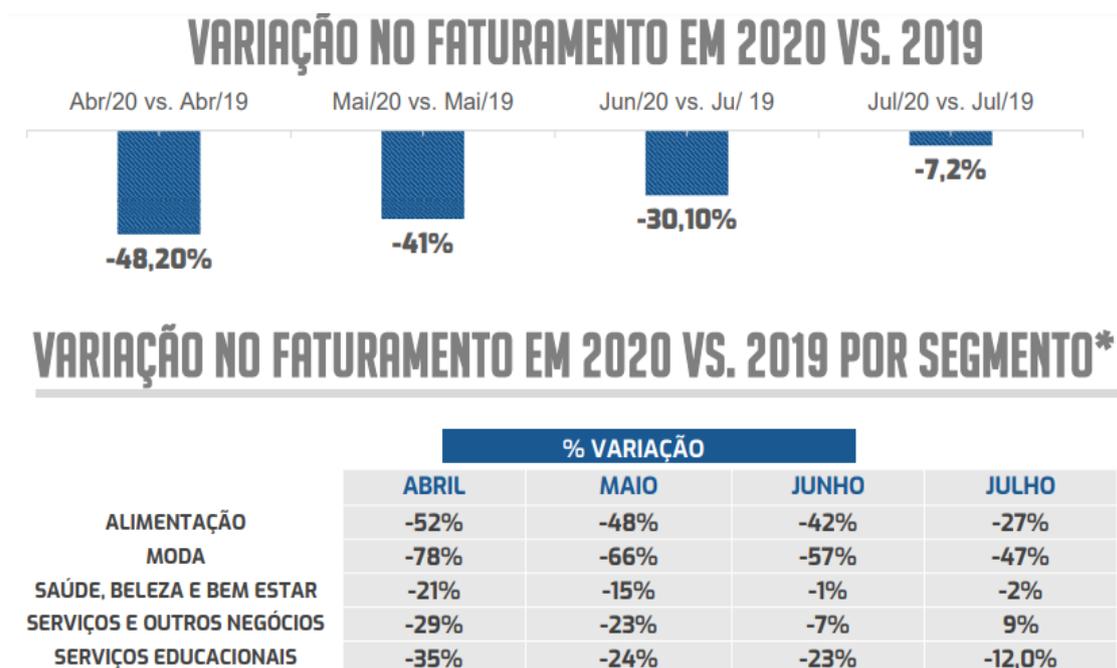
Em outras palavras, segundo a Figura 1, os reflexos das falências das empresas e do desemprego gerados no setor de serviços contaminarão a demanda por bens produzidos nos setores industrial e agrícola, que passarão a produzir menos aumentando o risco de desabastecimento. A consequência direta de tal dinâmica é o aumento da inadimplência das empresas e famílias causando uma crise financeira e o colapso do sistema de crédito (FERREIRA; SANTA RITA, 2020).

De acordo com Senhoras (2020), a repercussão do novo coronavírus no mercado financeiro mundial aconteceu de forma assimétrica, podendo ser explicado pela natureza trans escalar e intertemporal. O caráter trans escalar diz respeito à forma como o mundo inteiro foi afetado pelo surto da Covid-19, gerando impactos negativos no mercado financeiro, na produção e no consumo.

Como algumas das recomendações básicas da Organização Mundial da Saúde são a quarentena e o isolamento social, além de afetar a capacidade de produção, também impede a entrada de consumidores nas dependências, e as atividades de varejo foram especialmente modificadas (GUIMARÃES et al., 2020).

Segundo o último relatório emitido pela Associação Brasileira de *Franchising* (ABF) (2020), depois de um período desafiador no 2º trimestre de 2020, o setor de franquias acelerou sua trajetória de recuperação em julho, registrando uma redução média de faturamento de 7,2% em relação ao mesmo período de 2019. É o terceiro mês consecutivo de redução de perdas, sendo que a taxa de julho é significativamente menor do que os 48,2% em abril, os 41% em maio e os 30,1% em junho, conforme Figura 2.

Figura 2- Variação no faturamento 2020 vs. 2019.



Fonte: Associação Brasileira de Franchising, 2020.

De acordo com a Figura 2, observa-se que o sistema de franquias mesmo em meio à crise vivenciada atualmente, está tendo uma redução de perda em seu faturamento em relação ao ano de 2019, o qual o país ainda não se encontrava em crise. Segundo a ABF, tal desempenho é atribuído a melhora do quadro geral da economia e do setor, incluindo agendas mais avançadas de reativação econômica, maior número de unidades em operação, fortalecimento dos canais digitais e a melhora na confiança por parte do empresariado e do consumidor.

Ainda segundo a ABF (Associação Brasileira de *Franchising*) (2020), apesar da grande variabilidade, causada pela diversidade das áreas de atuação das redes que operam no sistema de franchising, em média 5,1% das lojas se mantiveram fechadas temporariamente em julho, conforme Figura 3.

Figura 3 – Encerramento, fechamento temporário e repasse de unidades em junho 2020.

JULHO 2020	ENCERRAMENTO	FECHAMENTO TEMPORÁRIO	REPASSE
		2,0%	5,1%

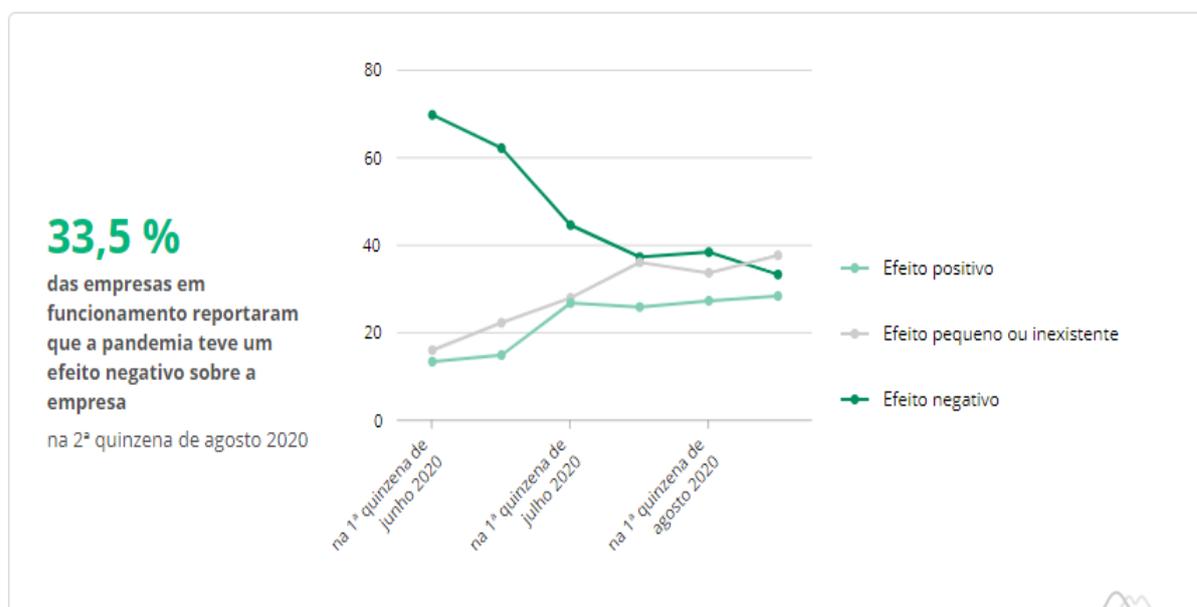
ENCERRAMENTO, FECHAMENTO TEMPORÁRIO E REPASSE DE UNIDADES POR SEGMENTO			
	ENCERRAMENTO	FECHAMENTO TEMPORÁRIO	REPASSE
ALIMENTAÇÃO	1,1%	4,6%	0,3%
MODA	2,3%	11,3%	0,3%
SAÚDE, BELEZA E BEM ESTAR	1,5%	5,6%	0,5%
SERVIÇOS E OUTROS NEGÓCIOS	2,2%	2,8%	0,0%
SERVIÇOS EDUCACIONAIS	2,8%	8,5%	0,3%

Fonte: Associação Brasileira de Franchising (2020).

Conforme demonstrado na Figura 3, nota-se que apesar da crise, o fechamento temporário de lojas do sistema de franquias no de 2020 não obteve variações muito relevantes neste período.

Segundo dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), 33,5 % das empresas em funcionamento no território nacional reportaram que a pandemia teve um efeito negativo sobre a empresa em meados do ano de 2020, como pode ser observado na Figura 4.

Figura 4- Indicadores de empresas



Fonte: IBGE (2020).

Conforme demonstrado na Figura 4, observa-se que em menos de seis meses de pandemia já era possível observar seus impactos negativos sobre as empresas em funcionamento. De acordo com Melo e Cabral (2020), a pandemia de Covid-19 desencadeou a maior crise que a humanidade experimentou desde a Segunda Guerra Mundial. Além de arrebatar vidas e ampliar o sofrimento, o impacto econômico e social dessa epidemia afetou e afetará as partes mais vulneráveis do planeta.

Logo nota-se, que algumas das recomendações básicas da Organização Mundial da Saúde como a quarentena e o isolamento social, além de afetar a capacidade de produção, também impede a entrada de consumidores nas dependências do país, o que poderá gerar consequências na atividade econômica.

2.3 Informação contábil

A contabilidade tem por objetivo fornecer informações fundamentadas e confiáveis para a tomada de decisão pelos seus usuários, a informação, é considerada, como um recurso efetivo e essencial para as organizações, se disponível antecipadamente, facilita as decisões, possibilitando a redução de incertezas e a probabilidade de realizar melhores escolhas e melhor desempenho nas atividades (OLIVEIRA, 2014; MANZI, 2016).

Nos últimos anos a informação contábil no Brasil, tem passado por um processo de “reformulação” no qual suas características têm vivenciado algumas alterações quanto a sua estrutura (SILVA; PIMENTEL; ARAUJO, 2011). Neste sentido, segundo Antunes (2012) com a adoção as Normas Internacionais de Contabilidade, mais comumente conhecidas por *International Financial Reporting Standards* (IFRS) promulgadas pela a Lei 11.638/2007, as mudanças em curso na contabilidade brasileira, dadas as características adotadas, irão elevar o grau de complexidade do conhecimento técnico exigido para sua prática, com impactos positivos sobre o status profissional, tanto sob o ponto de vista do reconhecimento pela sociedade, como sob o aspecto da recompensa econômica.

É exatamente neste momento de mudanças, que o profissional contábil desempenha um papel estratégico nas tomadas de decisões. Nessa linha de pensamento, o contador torna-se um profissional essencial, pois é ele quem transforma todos os dados, a fim de gerar informações com qualidade para os gestores e é na informação que a contabilidade irá se embasar e demonstrar em relatórios e ferramentas contábeis sobre a situação da empresa, econômica e financeiramente (OTT; PIRES, 2008; COELHO; LINS, 2010).

As mudanças ocorridas no atual cenário brasileiro de crise econômica e financeira, tornou-se um grande desafio aos empreendimentos, de modo que, a qualidade na informação contábil passou a ser vista como uma ferramenta estratégica. A instabilidade econômica faz tornar necessário um controle mais rígido sobre todas as operações, como também a gestão responsável de todos os recursos e adaptação as estratégias às novas condições de mercado (COELHO; LINS; SILVA, 2010; KRUEGER, 2020).

Nesse sentido, a informação contábil configura-se como uma ferramenta essencial para o sucesso de qualquer empreendimento, pois, proporciona condições para se realizar o controle patrimonial e avaliação do desempenho empresarial, de modo a atender as expectativas dos gestores e demais usuários e, sejam utilizadas por estes na tomada de decisão (DIAS; VASCONCELOS, 2016)

Lima (2012) e Oliveira (2014), evidenciam que independente do formato que se apresente, a informação divulgada nos demonstrativos contábeis, precisam ser complementadas de forma qualitativa e/ou quantitativa, de modo que, forneça subsídios para interpretação dos dados publicados. Assim, a intensidade do uso destas informações, especificamente por meios destes relatórios e demonstrativos são relevantes, e apoiam as decisões das organizações.

Nessa linha de pensamento faz-se necessário que a informação contábil seja compreensiva, relevante, útil, oportuna, tempestiva e confiável. Sendo assim, poderá ser usada como instrumento de apoio no processo decisório, propiciando base segura sobre aplicação e

captação de recursos, reduzindo riscos e incertezas nas atividades exercidas, essenciais a continuidade das empresas (OLIVEIRA, 2014; DIAS; VASCONCELOS, 2015; LIMA, 2012; MANZI, 2016).

Logo é reconhecida, na contabilidade, a sua aptidão de mostrar a posição financeira da entidade, calcular os resultados da atividade e respectivo imposto a pagar, oferecer informação básica à gestão, em áreas como o planejamento, a orçamentação, o controle e a tomada de decisões, e sugerir condições para o cumprimento de obrigações existentes da entidade (BATISTA, 2014).

Mesmo na sua forma mais básica, a contabilidade é necessária para manter o empresário informado dando-lhe informações sobre quais são os gastos, quais as atividades que são rentáveis ou se os preços de venda deixam uma margem adequada em relação ao gasto. A contabilidade é ainda fundamental na gestão das relações com o mundo exterior uma vez que registra as dívidas da empresa e para com a empresa, como é o caso dos fornecedores, dos clientes e financiadores (ALVES, 2014; ANTONIO, 2012).

No universo empresarial, em particular, uma das principais vias de informação acerca da atividade das empresas ocorre através do departamento financeiro, mais precisamente da informação gerada pela contabilidade. Esta informação permite, entre outros objetivos, elaborar as demonstrações financeiras (DF), determinar o custo dos produtos e dos serviços, apurar os impostos a pagar, avaliar o desempenho dos sistemas de gestão ambiental e de qualidade, proceder a auditorias e preparar orçamentos (LOPES, 2013).

Com base nisso, é sugerido o conceito de sistema (suporte) de informação, isto é, um processo em que os fatos contabilísticos se transformam em informação com a finalidade de apoiar os distintos utilizadores na tomada de decisão (MONTEIRO, 2013), conforme representado na Figura 5.

Figura 5 - Sistema de informação



Fonte: Monteiro (2013).

Conforme a Figura 5, percebe-se que o sistema de informações contábeis, ajudam a ter conhecimento de tudo que se passa em um negócio, essas informações colaboram não só para a administração como também para a tomada de decisão.

Claramente, a contabilidade existe em qualquer empresa, quer seja pública ou privada. Porém, a necessidade dela varia consoante a dimensão da unidade econômica e ainda com a complexidade das operações. Sendo assim, os objetivos que se pretendem alcançar são comuns a todas elas e são os seguintes (SOARES, 2010):

- a) Mensurar os elementos patrimoniais da empresa;
- b) Facultar dados contabilísticos que possibilitem ao Estado tributar as empresas e outras entidades;
- c) Estabelecer políticas, planos, programas e orçamentos e o controle dos mesmos;
- d) Proporcionar ao Instituto Nacional de Estatística os elementos necessários à contabilidade nacional;
- e) Apurar o cálculo do preço de custo e do preço de venda;
- f) Fornecer informações que permitam a análise da situação econômico-financeira da entidade; e
- g) Fornecer as informações que possibilitem o controle dos ativos, dos passivos e do capital próprio.

Assim, através da combinação de recursos técnicos, humanos e financeiros adequados, poderão os dados contabilísticos, de forma estruturada, impulsionar a cadeia de criação de conhecimento (LOPES, 2013).

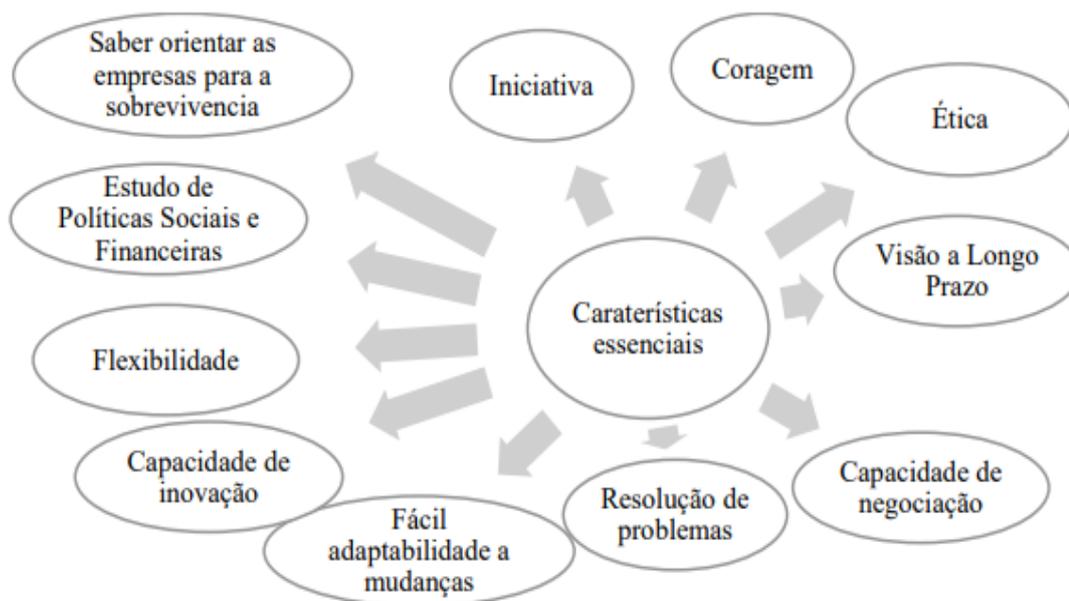
Os relatórios contábeis mais recebidos pelos empresários são a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), o Balanço Patrimonial (BP) e a Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC), sendo, em sua maioria, com periodicidade mensal e anual, grande parte dos empresários utiliza essas informações contábeis como instrumento de gestão, confiando que os relatórios entregues representam a realidade econômica e financeira da empresa. No entanto, uma parcela significativa não faz uso dessas demonstrações, pois não compreende os relatórios contábeis, em função de serem elaborados na forma técnica (BOAS; MORAIS, 2014).

A seguir à elaboração das demonstrações financeiras, há que se fazer uma análise às mesmas pois é outro instrumento fundamental no processo de gestão, permitindo estudar a situação econômico-financeira da entidade como também, para o conhecimento de outras empresas, concorrentes ou fornecedores. Esta análise pode consistir numa metodologia previamente determinada que orienta o gestor na definição de políticas, ações e metas que compõem o planeamento estratégico da organização. (GOMES, 2013; NABAIS & NABAIS, 2011).

Conforme Ferreira (2012), verifica-se, , com a constante mutação e direcionada para o campo social, a contabilidade exige cada vez mais do contador. Este não pode continuar a focar-

se apenas no estreitamento ao fornecimento de informação, o que visa unicamente a maximização do lucro da empresa, mas sim deve acompanhar o ritmo da mudança, a contabilidade evoluiu e é imprescindível que o contador evolua na mesma medida, o mesmo deve possuir as determinadas características como demonstra a Figura 6.

Figura 6 - Características essenciais de um contabilista.



Fonte: FERREIRA (2012).

É possível observar por meio da Figura 6 a evolução da profissão contábil em termos de características essenciais, assim como a importância de um contador possuir conhecimento em diversos aspectos gerando assim benefícios próprios quanto para as organizações em que atua. Neste sentido, entende-se que o contador tem cada vez mais relevância no mundo dos negócios e acadêmico no qual é imposto um conhecimento especializado em diversos temas como gestão, finanças, planejamento fiscal e contabilístico (FERREIRA, 2012).

Após realizar uma análise da importância da contabilidade para a tomada de decisão, Santos (2018) verificou que esta é uma área de extrema importância no decorrer de qualquer negócio, e que o processo contabilístico produz informação de relevância para um elevado número de *stakeholders*. Visto isso, observa-se a relevância de demonstrar a importância da contabilidade nas organizações, auxiliando assim no processo de administração, orientando os gestores no melhor caminho a seguir para mais lucratividade e sucesso do negócio.

Segundo Mendes (2020), ao analisar a importância da contabilidade nas empresas perante a crise enfrentada, o autor concluiu que o cenário econômico atual, fez a contabilidade ganhar destaque por possuir uma gama de informações cruciais para a tomada de decisões,

ajudando as empresas a superarem os desafios de uma economia instável. Diante disso, verifica-se que avaliar e demonstrar a importância da contabilidade para o enfrentamento de crises, contribui diretamente com o empreendedor, aumentando as chances de uma empresa sobreviver diante de uma crise ou recessão.

Sousa et al. (2016), realizaram uma análise das características qualitativas da informação contábil na visão dos profissionais da contabilidade, com isso concluíram que a demanda dos relatórios contábeis está vinculada aos serviços contábeis mais solicitados, como a contabilidade fiscal e departamento de pessoal das empresas (imposto de renda, escrita fiscal e departamento de pessoal) demonstrando a falta de interesse por parte dos gestores pela escrituração contábil, técnica fundamental para análise financeira das empresas. Dessa forma observa-se, a relevância de evidenciar as informações contábeis pois em grande parte elas são utilizadas apenas para atender à legislação fiscal/tributária e departamento pessoal.

Moreira et al. (2017), analisaram a importância da informação contábil para os gestores, e os resultados da pesquisa permitem afirmar que a utilização precária das informações contábeis por parte dos gestores está ligada a dois fatores principais: a falta de conhecimento dos empreendedores sobre os relatórios contábeis e à falta de identidade entre empresa e contador quando a contabilidade é realizada por um profissional externo. A empresa que utiliza contabilidade externa utiliza praticamente as informações de folha de pagamento e emissão de guias de impostos para cumprir seus compromissos legais. Dessa forma, entende-se que demonstrar aos gestores que as informações contábeis são relevantes para tomar decisões gerenciais e estabelecer estratégias é um ponto fundamental para otimizar seus resultados ou evitar passar por dificuldades.

Mendes et al. (2017) analisou as características dos gestores que contribuem para a utilização de informações contábeis, com isso concluiu que de forma geral, os gestores com um nível de escolaridade mais alto estão relacionados com o uso das informações contábeis. As análises também mostraram um padrão próximo a uma curva de aprendizado em que, no início de suas carreiras buscam conhecimento e técnicas para dar suporte a suas decisões, entretanto depois de apreendidas, começam a diminuir a intensidade de uso destes recursos. Com isso, verifica-se a importância de apresentar que a contabilidade possui relevância e gera benefícios em todo o desenvolvimento do negócio.

Heissler e Vendruscolo (2018), ao realizarem um estudo sobre a percepção dos usuários da Contabilidade sobre a informação contábil, constataram que a DRE e o BP são as demonstrações contábeis mais utilizadas e mais relevantes, a relevância atribuída à DRE e ao BP pode estar relacionada às razões econômicas do processo de decisão dos usuários externos

da contabilidade. Este estudo apontou auditores e analistas de investimentos como os usuários que mais utilizam as informações contábeis. Com isso, verifica-se que a informação contábil possui relevância e pode ser utilizada para auxiliar diferentes usuários.

Vasconcelos (2020), ao analisar as percepções sobre os serviços contábeis, concluiu que a realidade vivenciada por gestores e por contadores não representa os anseios e percepções de ambos, isso significa que, apesar de concordarem que a contabilidade é relevante, os serviços contábeis relacionados à tomada de decisão e à gestão de negócios são preteridos às obrigações fiscais. Assim, entende-se que demonstrar que a contabilidade vai além da contabilidade fiscal pode ser relevante para a continuidade das empresas.

Logo, observa-se que a contabilidade possui grande significado para empresas, sendo responsável por demonstrar aos gestores todos os valores de seus custos, despesas, receitas, lucratividades, ativos e passivos. Dessa forma, por conseguir reunir todas as informações necessárias para o funcionamento de uma organização, ela assume cada vez mais um papel de destaque, sendo essencial para auxiliar na tomada de decisões, no planejamento da empresa, nos investimentos e outras iniciativas que contribuem para sua ascensão.

3 METODOLOGIA

Essa seção visa apresentar os procedimentos metodológicos que foram utilizados para o embasamento desta pesquisa. Inicialmente apresenta-se a classificação da pesquisa, e em um segundo momento os procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados.

3.1 Classificação da pesquisa

Este capítulo é dedicado a metodologia, que segundo Oliveira (2011), refere-se ao estudo sistemático e lógico dos métodos empregados nas ciências, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias científicas. Embora procedimentos variem de uma área da ciência para outra, por exemplo, da área de exatas para a área de humanas diferenciadas por seus distintos objetos de estudo, consegue-se determinar alguns elementos que diferenciam o método científico de outros métodos.

A presente pesquisa classificou-se quanto a natureza como uma pesquisa aplicada, pois realizou uma análise da importância da utilização da contabilidade e suas informações no sistema de franquias para o enfrentamento da pandemia da Covid-19, no processo de tomada de decisão. De acordo com Freitas e Prodanov (2013), a pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos para a aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos, e envolve verdades e interesses locais.

O presente estudo classificou-se ainda quanto aos objetivos como uma pesquisa descritiva, pois através dele foi possível contextualizar o processo de tomada de decisão em franquias e verificar os impactos causados pela pandemia da Covid-19, nas franquias que compõem a amostra da pesquisa.

Conforme Guimarães (2017), Freitas e Prodanov (2013) e Menezes et al. (2019), a pesquisa descritiva observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador. Procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, suas características, causas, relações com outros fatos, assim, para coletar tais dados, utiliza-se de técnicas específicas, dentre as quais se destacam a entrevista, o formulário, o questionário, o teste e a observação.

Mais ainda, quanto aos objetivos a pesquisa classifica-se também como pesquisa explicativa, pois possibilitou avaliar a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias. De acordo com Gil (2010) e Menezes et al. (2019), a pesquisa explicativa é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade,

porque explica a razão, o porquê das coisas. Por isso mesmo, é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente.

Quanto aos procedimentos, o estudo classifica-se como uma pesquisa de levantamento, pois a partir de uma amostra de franquias, utilizou-se o questionário como procedimento de coleta de dados, visando entender o comportamento dos profissionais ligados a gestão destas. Este procedimento de pesquisa em questionar diretamente o efeito do objeto da pesquisa na população que se pretende estudar, geralmente através de questionários e/ou entrevistas (CASTILHO; BORGES; PEREIRA, 2014; GARCIA, 2015).

Segundo Gil (2010), na pesquisa de levantamento não são pesquisados todos os integrantes da população estudada. Antes seleciona-se uma amostra significativa de todo o universo, que é tomada como objeto de investigação. As conclusões obtidas a partir dessa amostra são projetadas para a totalidade do universo, levando em consideração a margem de erro, que é obtida mediante cálculos estatísticos.

Quanto à abordagem, o estudo classificou-se como qualitativo, pois realizou uma avaliação quanto a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias. A metodologia qualitativa atravessa disciplinas, campos e temas e envolve o uso e coleta de uma variedade de materiais empíricos (DENSYN; LINCOLN, 2006). Assim, a pesquisa qualitativa caracteriza-se por ser interpretativa, baseada em experiências, situacional e humanística, sendo consistente com suas prioridades de singularidade e contexto (STAKE, 2011).

O resultado de uma pesquisa qualitativa compreende o entendimento mais profundo de uma realidade (MALHOTRA; ROCHA; LAUDISIO, 2005), com o objetivo de desenvolver teorias empiricamente fundamentadas (FLICK, 2009). Deste modo, o pesquisador qualitativo procura assegurar ao leitor que o propósito da investigação não é alcançar a generalização, mas fornece exemplos situacionais à experiência do leitor (STAKE, 2011).

3.2 Procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados

A coleta de dados da presente pesquisa, se deu por meio da aplicação de questionários às franquias integrantes da Associação Brasileira de *Franchising* (ABF). Conforme dados disponibilizados existe um total de 2.668 (duas mil seiscentos e sessenta e oito) franquias no Brasil, conforme a ABF no ano de 2021. Assim, a amostra da pesquisa foi composta de 86 participantes.

Como instrumento de pesquisa, definiu-se a utilização do questionário, pois este é uma ferramenta desenvolvida cientificamente, composto de um conjunto de perguntas ordenadas de acordo com um critério predeterminado, que deve ser respondido sem a presença do entrevistador (MARCONI; LAKATOS, 1999; GIL, 2011). O mesmo foi encaminhado ao Comitê de Ética em Pesquisa e aprovado com Parecer nº 5.004.143.

Segundo Freitas e Prodanov (2013), o questionário é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante (respondente). Dessa forma, o questionário, em uma pesquisa, é um instrumento ou programa de coleta de dados, se sua confecção for feita pelo pesquisador, seu preenchimento será realizado pelo informante ou respondente.

Foram contatadas 580 franquias via e-mail e os questionários direcionados aos profissionais interligados a gestão delas. Dessa forma, os participantes da pesquisa foram os profissionais ligados a tomada de decisão (proprietário, sócio, gerente, supervisor) nas franquias que compõem a amostra e responderam sobre as práticas adotadas durante a tomada de decisão nas franquias, assim como em relação a utilização e a contribuição das informações contábeis durante o período da pandemia da Covid-19, com o objetivo de analisar a importância da utilização da contabilidade para o enfrentamento da pandemia, na tomada de decisão.

O questionário contou com 40 questões fechadas e elaboradas segundo a escala Likert de concordância, frequência e importância, sendo ainda, dividido em quatro partes. A primeira trata das informações sobre a contextualização da franquia e do participante, com o objetivo de conhecer os participantes que compõe a amostra. A segunda parte do questionário foi direcionada para como ocorre o processo de tomada de decisão nas franquias, a formulação das perguntas ocorreu a partir da adaptação do estudo de Costa Silva e Silva (2007), Darós (2013) e Yoshitake et al. (2019).

A terceira parte é voltada para os impactos causados pela pandemia nas franquias que compõem a amostra da pesquisa, a construção das perguntas se deu a partir da adaptação da pesquisa de Faria (2012), Mendes (2020) e Ramos (2020). Por fim a quarta parte abordou a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias, a elaboração das perguntas se deu a partir da adaptação do estudo de Ribeiro, Barella e Antonio (2012), Darós (2013) e Mendes (2020).

A técnica utilizada para a análise dos questionários foi a análise descritiva, analisando e descrevendo como ocorre o processo de tomada de decisão e a análise de conteúdo, analisando o conteúdo dos questionários e a partir disso extrair conclusões. A análise de conteúdo consiste

em uma técnica de pesquisa que visa uma descrição do conteúdo manifesto de comunicação de maneira objetiva, sistemática e quantitativa (LEOPARDI et al., 2001; PEREIRA et al., 2018).

Conforme Levine et al. (2008), Fávero et al. (2009) e Hair et al. (2009), a análise descritiva resume a informação de uma forma estruturada com a finalidade de se obter uma imagem geral das variáveis medidas em uma amostra, dessa forma, consiste em descrever as principais tendências nos dados existentes e em observar situações que levam a novos fatos. Por fim, os dados foram tabulados por meio de planilhas para análise e a apresentação dos resultados se deu por meio de tabelas, gráficos e quadros.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção são abordados os resultados e discussões obtidos no presente estudo. Abordar-se primeiramente o contexto do processo de tomada de decisão, seguido da verificação dos impactos causados pela pandemia da Covid-19, e por fim da análise da utilização da informação contábil durante a pandemia pelos gestores das franquias amostra do estudo.

4.1 Contexto do processo de tomada de decisão em franquias

Nesta seção, são abordados os resultados encontrados sobre o contexto do processo de tomada de decisão em franquias na percepção dos gestores. Com relação ao gênero e a faixa etária dos pesquisados, dos quais observou-se que 45,3% dos respondentes são do gênero feminino e 54,7% são do gênero masculino. Assim, nota-se que existiu uma predominância de participantes do gênero masculino, porém com pouca diferença.

Já, com relação a faixa etária, 5,8% dos respondentes têm até 24 anos, 47,7% têm entre 25 e 34 anos, 31,4% têm entre 35 e 44 anos, 9,3% têm idade entre 45 e 54 anos, e 5,8% têm acima de 54 anos. Observa-se que os participantes da pesquisa em sua maioria possuem entre 25 e 34 anos, o que demonstra que os gestores das franquias são um público jovem.

Após analisar o gênero e a faixa etária dos participantes, buscou-se avaliar o grau de escolaridade e de conhecimento em gestão financeira de negócios dos participantes, assim como identificar o ramo de atividade e tempo de atuação das franquias no mercado. Os resultados estão representados no Quadro 04.

Quadro 4- Perfil da franquia e dos participantes da pesquisa.

Grau de escolaridade	(%)	Importância do conhecimento em gestão financeira	(%)
Ensino fundamental completo	0%	Muito importante	36%
Ensino Médio Incompleto	0%	Importante	36%
Ensino Médio Completo	0%	Moderado	27,9%
Ensino Superior Incompleto	20,9%	Às vezes importante	0%
Ensino Superior Completo	33,7%	Não é importante	0%
Pós graduação	45,3%	Total	100%
Total	100%		
Ramo de atividade da franquia	(%)	Tempo de atuação da franquia no mercado (%)	
Alimentação	46,5%	Menos de 2 anos	8,1%
Saúde e beleza	33,7%	Entre 2 e 5 anos	36%
Comercial (venda de produtos)	32,6%	Entre 5 e 10 anos	37,2%
Construção e imobiliárias	10,5%	Entre 10 e 15 anos	9,3%
Prestação de serviço	10,5%	Acima de 15 anos	9,3%
Educação	0%	Total	100%
Total	100%		

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o Quadro 4, verifica-se no que se refere ao grau de escolaridade que 20,9% dos respondentes possuem ensino superior incompleto, 33,7% possuem ensino superior completo e 45,3% possuem pós-graduação. Com isto destaca-se que a maioria (79%) dos gestores das franquias possui ensino superior completo com pós-graduação.

Corroborando com tal resultado, o estudo realizado por Souza e Lourenzani (2011) identificou o perfil do franqueado como determinante do sucesso no sistema de franquias. Os autores destacaram a importante presença do papel da liderança a frente do negócio e a exigência previa de experiência e educação formal com graduação em nível superior, mostrando que, mesmo tratando-se de um negócio com elementos padronizados e testados como se propõe a estrutura de franquias, não se trata de um modelo para iniciantes. Os elementos em comum do perfil ideal encontrado foram empreendedorismo, liderança e atitude perante o risco.

Fernando, Klann e Figueiredo (2011) ao comparar a opinião de graduandos e pós-graduandos sobre a importância da informação contábil no processo decisório, notaram que os gestores que estão cursando pós-graduação dão mais importância a essas informações em relação aos gestores que ainda estão cursando a graduação. Infere-se a partir disso que a formação acadêmica pode interferir na percepção desses gestores quanto à importância da utilização das informações gerenciais fornecidas pela Contabilidade.

Santine e Garcia (2011) destacam que o principal fator que vem colocando as franquias em patamares cada vez maiores em termos de crescimento, expansão e faturamento, é a busca constante por melhorias em seus processos de gestão. Um dos grandes benefícios dessa nova abordagem de franquia, com relação ao franqueado é a percepção em relação ao seu mercado,

pois ele é quem está no dia a dia da empresa, colhendo informações importantes a respeito do negócio e de seus clientes.

Ceretta e Froemming (2011) ao analisarem a evolução do perfil dos consumidores, concluíram que estes se tornaram mais exigentes em relação aos produtos/serviços e que realizam sim comparações antes de efetuar suas compras. Segundo os autores, é preciso, então, atender e estar atento a essa geração de consumidores sofisticados e exigentes, ou essas organizações se adaptam aos novos hábitos, ou não irão conseguir sobreviver e manter-se competitivas no principal mercado do futuro.

Com base nisso, o resultado obtido na pesquisa pode ser explicado pelo fato de que a pós-graduação pode ser considerada um diferencial competitivo para o profissional, auxiliando e melhorando o desempenho na rotina de trabalho, visto que o consumidor se tornou ainda mais exigente em relação aos produtos e serviços que adquire devido a transformação digital e avanços tecnológicos constantes. Conseqüentemente, as empresas precisam ser mais eficazes e produtivas, garantindo uma entrega que atenda às demandas e desejos do cliente final, para isso, o ambiente corporativo precisa se capacitar.

Outro resultado encontrado foi quanto a importância dada ao conhecimento em gestão financeira de negócios. Nota-se que 36% dos respondentes indicaram ser muito importante, 36% indicaram ser importante e 27,9% indicaram ser de importância moderada. Esse dado indica que a maioria (72%) dos gestores das franquias têm ciência e valoriza o conhecimento em gestão financeira.

Contribuindo com os dados verificados, Souza, Junqueira e Las Casas (2014) inferiram as principais características do perfil do franqueado, sendo elas: conhecimento em gestão financeira; habilidade gerencial; busca por desafios; desejo por desenvolvimento pessoal; formação; capacidade empreendedora; comprometimento com o negócio; perfil psicológico; propensão ao risco; experiência no negócio; ponto e conhecimento regional.

Souza e Lourenzani (2011) constataram com base na teoria consultada e nos dados das empresas, que, em condições semelhantes, alguns franqueados obtêm sucesso e outros não. Tal fato reforça a crença de que a variável “perfil do franqueado” possui alto grau de influência no desempenho do negócio.

Ribeiro et al. (2013), atribuiu a definição do perfil do franqueado como um dos pontos críticos do sucesso do modelo de *franchise*. Segundo os autores, o perfil deve ser baseado principalmente em atributos pessoais, valores correspondentes com a marca e características do modelo de negócio da franquia. O autor descreve a escolha do franqueado como uma das principais etapas do processo final de expansão no sistema de franquias.

Diante do exposto, entende-se os gestores reconhecem e valorizam o conhecimento em gestão financeira, o que pode ser considerado um ponto positivo para a sua franquia, pois uma correta administração financeira permite que se visualize a atual situação da empresa, assim como registros adequados permitem análises e colaboram com o planejamento para otimizar os resultados.

Em relação ao ramo de atividade da franquia, 46,5% dos respondentes indicaram ser do ramo de alimentação, 33,7% indicaram ser do ramo da saúde de beleza, 32,6% indicaram ser do ramo comercial (venda de produtos), 10,5% indicaram ser do ramo de construção e imobiliárias e 10,5% indicaram ser do ramo da prestação de serviço.

Com isto, verifica-se que o índice maior foi o de franquias do ramo de alimentação, visto que, conforme a ABF (2019), a alimentação fora do lar vem crescendo consistentemente nos últimos cinco anos, provando que as redes de franquias são uma das opções mais buscadas pelos consumidores. Segundo essa associação, mais de 30% dos gastos das famílias com alimentação foram feitos fora de casa.

Além disso, observa-se no que tange ao tempo de atuação da franquia no mercado que 8,1% dos respondentes indicaram possuir menos de 2 anos de atuação no mercado, 36% indicaram possuir entre 2 e 5 anos, 37,2% indicaram possuir entre 5 e 10 anos, 9,3% indicaram possuir entre 10 e 15 anos e 9,3% indicaram possuir acima de 15 anos de atuação no mercado. Dessa forma, destaca-se que dentre as franquias pesquisadas, a maioria (73,2%) possui tempo de atuação entre 2 e 10 anos.

Corroboram com os dados obtidos os resultados encontrados no estudo de Mendes (2020), que ao analisar os impactos do coronavírus nas empresas, verificou no que diz respeito ao tempo de atuação das franquias que nenhuma das empresas estudadas possuía mais de 15 anos de mercado e que a grande maioria deles possuía entre 5 e 10 anos de atuação. Além disso, o autor identificou que os impactos da pandemia foram menores nas empresas com mais experiência de mercado.

Com base nos achados, constata-se que em sua generalidade as franquias participantes da pesquisa possuem entre 5 e 10 anos de atuação no mercado, ou seja, são empresas que conhecem o mercado em que atuam o que pode ser considerado um ponto positivo para que consigam sobreviver ilesas a uma profunda crise como a que se está vivenciando atualmente.

Em síntese, os resultados que obtiveram maior relevância demonstram que os respondentes possuem em sua pluralidade pós-graduação, que estes têm ciência e valorizam o conhecimento em gestão financeira e que o ramo de atividade da maioria das franquias participantes é de alimentação, as quais possuem entre 05 e 10 anos de atuação no mercado.

Outro dado pesquisado foi em relação a quem é o responsável pela tomada de decisão na franquia, sendo que 60,5% dos respondentes indicaram ser o proprietário, 20,9% indicaram ser os sócios, 9,3% indicaram ser o administrador contratado pela empresa, 4,7% indicaram ser o gerente e 4,7% indicaram que o supervisor é o responsável pela tomada de decisão. Com base nisso, percebe-se que o responsável pela tomada de decisão nas franquias é o proprietário.

Já, no que se refere a ocupação dos respondentes dentro da empresa, verificou-se que 50% responderam que são proprietários da franquia, 16,7% administradores, 22,2% sócios e 11,1% gerentes. Dessa forma, percebe-se que a maioria dos participantes (72,2%) é proprietário ou sócio da franquia em questão.

Ainda, buscou-se averiguar o número de funcionários que as franquias analisadas possuem. Os resultados estão expostos na Tabela 01.

Tabela 01- Número de funcionários das franquias.

Número de funcionários da franquia	Frequência	(%)
Até 10 pessoas	33	38,4%
De 11 a 20 pessoas	38	44,2%
De 21 a 30 pessoas	8	9,3%
De 31 a 40 pessoas	0	0%
Acima de 40 pessoas	7	8,1%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Por meio da Tabela 01, verificou-se no que se refere ao número de funcionário que 38,4% dos respondentes indicaram que a franquia possui até 10 funcionários, 44,2% indicaram que possui de 11 a 20 funcionários, 9,3% indicaram que possui de 21 a 30 funcionários e 8,1% indicaram que possui acima de 40 funcionários. A partir disso, percebe-se que as franquias participantes da pesquisa possuem em sua maioria (82,6%) entre 10 a 20 funcionários.

De acordo com dados disponibilizados pelo Sebrae (2013), empresas de comércio e serviços que possuam de 10 a 49 funcionários são consideradas empresas de pequeno porte (EPP), como demonstra o Quadro 05.

Quadro 05- Definição de porte de estabelecimentos segundo o número de empregados.

Porte	Comércio e Serviços	Indústria
Microempresa (ME)	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados
Empresa de médio porte	De 50 a 99 empregados	De 100 a 499 empregados
Grandes empresas	100 ou mais empregados	500 ou mais empregados

Fonte: Sebrae (2013).

De acordo com o Quadro 05 e com os dados alcançados na pesquisa, verifica-se que as franquias participantes da pesquisa são em sua pluralidade consideradas empresas de pequeno porte, possuindo até 20 funcionários.

Após analisar o número de funcionários das franquias, buscou-se avaliar, porque os gestores optaram por uma franquia ao invés de um negócio tradicional. Os resultados estão expostos na Tabela 02.

Tabela 02- Porque os gestores optaram por uma franquia.

Porque optou por uma franquia ao invés de um negócio tradicional	Frequência	(%)
Fiz pesquisa e constatei ser o melhor negócio	45	52,3%
Falta de experiência em abrir um negócio novo	19	22,1%
Pura intuição	11	12,8%
Indicação de consultoria	11	12,8%
Indicação de amigos	0	0%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Por meio da Tabela 02, verifica-se que quando questionados sobre o porquê optaram por uma franquia ao invés de um negócio tradicional, 52,3% dos participantes indicaram que fizeram uma pesquisa e constataram ser o melhor negócio, 22,1% indicaram ser por falta de experiência em abrir um negócio novo, 12,8% indicaram ser por pura intuição, e 12,8% indicaram ser por indicação de consultoria.

Os dados encontrados podem se confirmar de acordo com os resultados demonstrados por Vier e Guena (2010) que verificaram que o comportamento de empreendedores que decidem pela abertura de uma franquia pode ser evidenciado pelo fato de que a sobrevivência de pequenos negócios tem relação direta com o empreendedorismo, com o intuito de garantir a

longevidade das empresas criadas, e saber se portar de forma decisiva em um mercado competitivo, afinal, a grande maioria das PMEs fracassam nos primeiros anos.

Lima, Luna e Sousa (2012) concluíram que o sistema de franquias já demonstrava sinais de evolução no Brasil, apresentando empresas que são classificadas como quarta e quinta geração, fenômeno similar ocorrido no mercado americano onde já representava 20% do PIB, em 2012.

No entanto, segundo a análise realizada por Souza (2017) sobre as vantagens e desvantagens de se investir em uma franquia, constatou-se que nem sempre o pagamento por franquias é vantajoso. Deve-se fazer um estudo minucioso e uma pesquisa de todas as redes de franquia do ramo em que se deseja investir, bem como de outras unidades da mesma franquia.

Já Scienza (2018), este realizou um estudo para analisar o sistema de franquias e seus subsistemas e observou que o sistema de empreendimentos por franquia possui benefícios por trabalhar com um modelo estruturado e padronizado.

Neste contexto, Melo e Figueiredo (2019) analisaram o sistema de franquias como sendo uma estratégia de crescimento. Ainda, os autores destacam que esse sistema possui uma grande expansão de mercado, pois exige pouco custo de investimento e influencia a cultura empreendedora, beneficiando o franqueado pela facilidade de abrir um negócio com modelo formatado e com menos risco de falência, e ainda ajudando o franqueador na divulgação da marca.

Dessa forma, é possível verificar que o resultado mais relevante demonstra que a maioria dos gestores optou por abrir uma franquia ao invés de um negócio tradicional pelo fato de realizarem pesquisas e constatarem ser o melhor negócio. Esse resultado pode ser ratificado devido ao fato de que as franquias podem ser consideradas negócios com menos risco ou mais seguros, pois apresentam vantagens em relação a um negócio próprio que ainda não foi testado no mercado, com isso, as franquias se tornam para os empreendedores uma alternativa para evitar riscos.

Após analisar o porquê de os gestores optarem por uma franquia, buscou-se apresentar o recurso mais utilizado para a tomada de decisão e com quem os gestores se aconselham antes de tomar uma decisão pela franquia. Os resultados estão demonstrados na Tabela 03.

Tabela 03- Recurso mais utilizado para a tomada de decisão e com quem se aconselham antes de tomar uma decisão.

Recurso mais utilizado para a tomada de decisão	Frequência	(%)
Sua própria experiência	50	58,1%
Relatórios elaborados por você	24	27,9%
Informações fornecidas pela contabilidade	12	14%
Intuição	0	0%
	86	100%

Com quem os gestores se aconselham antes de tomar uma decisão	Frequência	(%)
Contador	35	40,7%
Advogados	9	10,5%
Familiares	5	5,8%
Amigos	5	5,8%
Economistas	4	4,7%
SEBRAE	0	0%
Ninguém	28	32,6%
	86	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Com base na Tabela 03, nota-se no que se refere ao recurso mais utilizado pelos gestores para a tomada de decisão que 58,1% dos respondentes indicaram ser sua própria experiência, 14% indicaram ser as informações fornecidas pela contabilidade e 27,9% indicaram ser relatórios elaborados por ele mesmo. Com isso, conclui-se que em sua generalidade (86%) o recurso mais utilizado pelos gestores para a tomada de decisão é a sua própria experiência.

Os dados encontrados podem se confirmar com base no estudo de Hall et al. (2012), em que se constatou que a maioria dos entrevistados pela pesquisa afirmou possuir conhecimento suficiente para tomar decisões e definir metas financeiras do empreendimento, não necessitando de acompanhamento externo de outro profissional. Tal fato demonstra que os gestores se consideram autossuficientes em relação à gestão financeira das empresas.

Melo e Andreassi (2012), afirmam que o risco é um fator de destaque durante a tomada de decisão, e que há diferentes perfis de empreendedores com visões distintas sobre até onde vale a pena arriscar na tomada de decisões ou optar pelo apoio profissional para agregar no gerenciamento destas decisões.

Com base no exposto, o resultado obtido pode ser explicado pelo fato de que muitas vezes os empreendedores ao adquirirem experiência na gestão da empresa acreditam possuir conhecimento suficiente para tomar decisões do empreendimento. Porém, com as grandes mudanças que as empresas vêm enfrentando devida à globalização da informação e a crise

enfrentada, cada vez mais, torna-se necessário a presença de um profissional para agregar no gerenciamento das decisões por meio da disponibilização de informações sobre diversas áreas da empresa, possibilitando assim ao gestor elaborar estratégias que garantirão o desenvolvimento do negócio.

Ainda, foi possível observar no que se refere a quem os gestores se aconselham antes de tomar uma decisão pela franquia, que 40,7% dos gestores indicaram se aconselhar com o seu contador, 32,6% indicaram não se aconselhar com ninguém, 10,5% indicaram se aconselhar com um advogado, 5,8% dos participantes da pesquisa demonstraram se aconselhar com seus familiares antes de tomar alguma decisão importante pela franquia, 5,8% indicaram se aconselhar com os amigos e 4,7% se aconselham com um economista. Dessa forma, nota-se que em sua pluralidade, os gestores das franquias se aconselham com seu contador antes de tomar alguma decisão pela franquia.

Os dados obtidos vão ao encontro dos resultados encontrados no estudo de Yoshitake et al. (2019), que identificou que os gestores das empresas participantes da sua pesquisa, consultam o seu contador antes de tomar uma decisão. Assim, os autores concluíram que os gestores vêm notando a importância do contador para gerência do seu negócio, uma vez que as informações fornecidas por este podem contribuir para o processo de tomada de decisão.

Heissler e Vendruscolo (2018), verificaram em seu estudo que as informações contábeis são utilizadas com um nível médio de frequência pelos gestores participantes da sua pesquisa, em suas atividades profissionais. No entanto, eles atribuem relevância alta a estas informações. Verificou-se, também, que há divergências entre as categorias de usuários quanto à utilização e à relevância atribuída às informações contábeis, o que demonstra as diferentes necessidades de informações por parte de diferentes usuários.

Oliveira (2014) e Manzi (2016) afirmam que a contabilidade fornece informações fundamentadas e confiáveis para a tomada de decisão pelos seus usuários. Os autores destacam que a informação é considerada como um recurso efetivo e essencial para as organizações, e se disponível antecipadamente, facilita as decisões, possibilitando a redução de incertezas e a probabilidade de realizar melhores escolhas e melhor desempenho nas atividades.

No entanto, Hall et al. (2012) constatou em seu estudo que a contabilidade é pouco utilizada para tomada de decisão ou utilizada de forma tímida, o que pode ser confirmado quando se buscou analisar a habilidade administrativa e financeira do gestor.

De acordo com o exposto, considerando os resultados obtidos, destaca-se que o profissional contábil possui grande relevância na tomada de decisões por fornecer consultoria e informações aos sócios capazes de auxiliar na avaliação e planejamento dos negócios. Dessa

forma, com uma aproximação maior junto a contabilidade da empresa, o gestor poderá adquirir uma maior consciência do que está acontecendo em sua companhia, e, como consequência disso realizar uma gestão adequada das demandas do negócio.

Além disso, argumenta-se que o recurso mais utilizado pelos gestores pesquisados para a sua tomada de decisão é sua própria experiência. No entanto, os mesmos salientam que antes de tomar alguma decisão que exija um conhecimento maior, se aconselham com seu contador.

Neste contexto, buscou-se ainda verificar as ferramentas gerenciais da contabilidade utilizadas pelos gestores na tomada de decisão e as análises realizadas sob os indicadores econômicos e financeiros nas franquias. Os resultados estão apresentados na Tabela 04.

Tabela 04- Ferramentas gerenciais utilizadas e análises indicadores econômicos e financeiros realizadas nas franquias.

Ferramenta gerencial utilizada para a tomada de decisão na franquia	Frequência	(%)
Planejamento estratégico de vendas	11	12,8%
Planejamento de marketing	16	18,6%
Orçamento de compras	6	7%
Previsões de faturamento	5	5,8%
Balanço patrimonial e/ou Demonstração do resultado	5	5,8%
Controle de custos e despesas	37	43%
Não utilizo nenhuma ferramenta gerencial	6	7%
	86	100%
Análises sob os indicadores econômicos e financeiros realizadas na gestão da franquia	Frequência	(%)
Análise de liquidez	7	8,1%
Análise de rentabilidade	48	55,8%
Análise de endividamento	6	7%
Análise das demonstrações contábeis	7	8,1%
Nenhuma	18	20,9%
	86	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Conforme a Tabela 04, é possível verificar que 12,8% dos respondentes indicaram que utilizam planejamento estratégico de vendas como ferramenta gerencial para auxiliar na tomada de decisão na franquia, 18,6% indicaram que utilizam planejamento de *marketing*, 7% indicaram que utilizam orçamento de compras, 5,8% indicaram que utilizam previsões de faturamento, 43% indicaram que utilizam controle de custos e despesas e 7% indicaram que não utilizam nenhuma ferramenta gerencial. Baseado nos resultados obtidos, nota-se que a

ferramenta gerencial mais utilizada pelos gestores das franquias na sua tomada de decisão é o controle de custos e despesas.

Corroboram com os dados obtidos, o estudo de Costa et al. (2011), o qual identificou que as empresas analisadas utilizavam o controle de custos e despesas, e que este é o fator determinante para a busca por crescimento e sustentação no mercado, permitindo oferecer uma gestão de recursos coerente com a estratégia organizacional, aumentando sua efetividade e, conseqüentemente, a capacidade de competir.

Com base nisso, pode-se inferir que os resultados obtidos podem ser justificados devido ao fato de que controle de custos e despesas pode permitir que a formação do preço de venda seja realizada com maior exatidão, garantindo a lucratividade, além auxiliar na tomada de decisão, possibilitando que a empresa diminua suas despesas e maximize os seus lucros, sempre com o menor número de gastos possível.

No que se refere as análises sob os indicadores econômicos e financeiros realizadas na gestão da franquia, pode-se observar que 8,1% dos respondentes indicaram que realiza a análise de liquidez na franquia, 55,8% indicaram que realiza a análise de rentabilidade, 7% indicaram que realiza análise de endividamento, 8,1% indicaram que realiza a análise das demonstrações contábeis e 20,9% indicaram que não realizam nenhuma análise sob os indicadores econômicos e financeiros na sua franquia. Assim, através dos dados apresentados, destaca-se a análise de rentabilidade sendo a que mais é utilizada pelas franquias em análise.

Pode se confirmar os dados observados de acordo com o estudo realizado por Bandeira (2017), que concluiu que as informações obtidas por meio da análise de rentabilidade são fundamentais para as empresas e seus acionistas, sendo as mais utilizadas por estes, visto a possibilidade de se analisar a remuneração do capital próprio e dos investidores em potencial. Ainda assim, de acordo com Assaf Neto (2010), a análise de rentabilidade e lucratividade é uma avaliação econômica de desempenho da empresa, dimensionando o retorno sobre os investimentos realizados e a lucratividade apresentada pelas vendas.

A partir disso, infere-se que o resultado alcançado pode ser justificado devido ao fato de que através da análise dos indicadores de rentabilidade é possível mensurar o retorno do capital investido e identificar os fatores da rentabilidade obtida pelos investimentos. Sendo assim, pode-se dizer que a rentabilidade possui grande relevância para o desenvolvimento do negócio, pois por meio desses dados consegue-se identificar com clareza possíveis erros e aplicar soluções.

Após analisar as ferramentas gerenciais utilizadas na tomada de decisão e as análises realizadas sob os indicadores econômicos e financeiros nas franquias, buscou-se avaliar com

que frequência os gestores costumam realizar *feedbacks* com a equipe para buscar saber como está o andamento dos processos durante a pandemia. Os resultados estão demonstrados na Tabela 05.

Tabela 05- Frequência da realização de *feedbacks* com a equipe.

Frequência em que os gestores tem realizado <i>feedbacks</i> com a sua equipe	(%)
Muito frequente	9,3%
Frequentemente	57%
Ocasionalmente	24,4%
Raramente	9,3%
Nunca	0%
	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com a Tabela 05, observa-se quanto a frequência em que os gestores tem realizado *feedbacks* com a equipe que 9,3% indicaram realizar muito frequente, 57% indicaram realizar frequentemente, 24,4% indicaram realizar ocasionalmente e 9,3% indicaram realizar raramente *feedbacks* com a sua equipe. Dessa forma, nota-se que os gestores tem realizado frequentemente *feedbacks* com a equipe para buscar saber como está o andamento dos processos durante a pandemia.

Corroborando com o resultado obtido no estudo de Maio (2016), que menciona a grande influência que o líder tem no engajamento do funcionário e na sua experiência com o *feedback*, visto que os líderes mais bem avaliados pelos funcionários foram aqueles que frequentemente realizam *feedbacks* com habilidades suficientes para aconselhar e para guiar a equipe, além de demonstrarem interesse e preocupação pelo sucesso e bem-estar das pessoas.

De acordo com Assis (2021), a prática do *feedback* entre líderes e liderados é amplamente utilizada nos dias atuais pelas organizações que estão buscando maior engajamento e satisfação de sua força de trabalho. Sendo assim, o colaborador pode ser visto como o motor desse sistema, enquanto o gestor, as características do *feedback* e as práticas de gestão da organização são o combustível que apoiam no funcionamento do motor, fazendo as engrenagens se movimentarem.

Com base no exposto, pode-se inferir que o *feedback* é uma ferramenta muito importante na relação entre líder e liderados quando usado de forma positiva e consciente, o qual reside na possibilidade de conhecer a sua equipe, criar uma imagem positiva,

um ambiente participativo, onde tanto o líder quanto o liderado têm a oportunidade de falar e transmitir suas percepções e impressões a respeito de determinada informação ou situação.

A presente pesquisa também buscou demonstrar a maior dificuldade que o gestor enfrenta na condução de uma franquia e a opinião deste sobre qual seria a solução para melhorar a sua gestão. Os resultados estão expostos na Tabela 06.

Tabela 06- Maior dificuldade enfrentada na condução de uma franquia e qual seria a solução.

Maior dificuldade que o gestor enfrenta na condução de uma franquia	(%)
Alta carga tributária	68,6%
Crises de mercado	48,8%
Falta de apoio/informações dos contadores sobre a empresa	18,6%
Concorrência	11,6%
Necessidade de assumir várias responsabilidades na empresa	10,5%
Controle das despesas	9,3%
Separar o financeiro pessoas do financeiro da entidade	1,2%
Sem dificuldades	0%
Solução para melhorar sua gestão nesta franquia	(%)
Assessoria e/ou consultoria contábil que contribua nas decisões da franquia	60,5%
Obter maior conhecimento em gestão	12,8%
Planejamento	9,3%
Ajuda financeira	9,3%
Organização	8,1%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Através da Tabela 06, observa-se que 68,6%, dos participantes da pesquisa indicaram que a maior dificuldade enfrentada na condução de uma franquia é a alta carga tributária, 48,8% indicaram ser as crises de mercado, 18,6% indicaram ser falta de apoio/informações dos contadores sobre a empresa, 11,6% indicaram ser a concorrência, 10,5% indicaram ser necessidade de assumir várias responsabilidades na empresa, 9,3% indicaram ser controle das despesas e 1,2% indicou ser separar o financeiro pessoas do financeiro da entidade.

Com isso, conclui-se que para a maioria dos participantes da pesquisa (68,6%) a maior dificuldade encontrada na condução de uma franquia é a alta carga tributária.

Silva (2021), com base nas pesquisas realizadas em seu estudo, concluiu que a República Federativa do Brasil possui uma carga tributária que é considerada por vários estudiosos como pesada e que por este motivo várias empresas deixaram o país. Infelizmente levando consigo os empregos, capital local, e várias benfeitorias que elas realizam para a sociedade.

Os dados obtidos vão ao encontro dos resultados encontrados no estudo de Oliveira e Scarinci (2019), os quais também identificaram que as principais barreiras enfrentadas no setor de franquias, por ordem de relevância, são: a elevada carga tributária do país que acaba afastando os investidores do mercado de franquias; os custos de mudança, dado que a relação contratual existente entre franqueador e franqueado cria um impeditivo na troca de fornecedores; e a necessidade de capital, no qual a exigência de um padrão rigoroso a ser seguido, aliado a altas taxas de abertura e taxas mensais, tornam uma franquia um negócio que exige altos investimentos iniciais.

Sampaio e Marques (2015) verificaram em seu estudo, que dentre os fatores de maior relevância para o fechamento das empresas está a alta carga tributária, o que torna imprescindível realizar o planejamento tributário, que se constitui em uma forma de analisar qual o melhor sistema tributário a ser utilizado. Com o planejamento tributário, a empresa terá as informações necessárias para tomar decisões acertadas em relação à forma de tributação, para diminuir o valor despendido em tributos, mantendo-se estritamente dentro dos parâmetros legais.

Com base nisso, pode se justificar os dados obtidos pelo fato de que a carga tributária pode ser considerada um dos principais motivos do não crescimento das empresas, as diferentes legislações para sua aplicação nos estados e municípios e a necessidade de envolvimento de diversos setores na tarefa de responder às exigências do Fisco podem ser algumas das razões pelas quais as empresas brasileiras admitam ter grande dificuldade em manter-se em conformidade

Ainda, é possível verificar que, na opinião da maioria (60,5%) dos gestores a solução para melhorar a sua gestão na franquia seria assessoria e/ou consultoria contábil que contribui nas decisões da sua franquia. Além disso, 12,8% dos gestores indicaram que a solução seria obter maior conhecimento em gestão, 8,1% indicaram que seria organização, 9,3% indicaram que seria planejamento e 9,3% indicaram que seria ajuda financeira.

Corroborando com o resultado alcançado, o estudo de Nunes, Miranda e Ferreira (2010) que destaca que a grande maioria dos respondentes da pesquisa relatou que os serviços prestados pelo contador estão relacionados às obrigações fiscais e as informações trabalhistas, e que no que se refere as informações gerenciais, observou-se poucos contadores que proporcionaram tais informações. Assim, conforme os autores, pode-se inferir que a falta de interesse das informações gerenciais não está presente apenas nos gestores, mas também, no próprio contador em oferecer tais serviços aos seus clientes. Destaca-se que profissionais que oferecem tais serviços, além de agregarem um diferencial à sua profissão, também, permitem

que as empresas tenham a chance de ter um processo decisório mais fundamentado e sólido, pela qualidade das informações oferecidas.

Para Yoshitake (2019), este evidenciou que a maior causa do índice de mortalidade das empresas é devido à falta de planejamento. O autor destaca ainda, que mesmo que se tenha o planejamento, as empresas devem aliar o conhecimento do gestor à utilização de relatórios contábeis a fim de prever os riscos e dificuldades e possivelmente reduzi-lo através da aplicação de estratégia eficaz.

Desse modo, com base no resultado alcançado, pode se dizer que muitas vezes as relações profissionais entre contadores e os proprietários de empresas estão distanciadas, no que se refere ao fornecimento mútuo de informações necessárias para uma adequada gestão das empresas. Ou seja, os contadores não demonstram a seus clientes o verdadeiro potencial de auxílio que podem oferecer a suas empresas além da resolução de questões burocráticas e exigências do Fisco, com isso, os empresários acabam por não possuir o conhecimento suficiente para gerir seus negócios.

Ainda, com base nos resultados obtidos, em síntese, pode-se inferir que a maior dificuldade que o gestor enfrenta na condução de uma franquia é a alta carga tributária e que na opinião destes, a solução para melhorar a sua gestão seria assessoria e/ou consultoria contábil que contribua nas decisões da franquia.

Por meio dos resultados obtidos e apresentados, em síntese, tem-se que quanto ao contexto do processo de tomada de decisão no que se refere ao perfil dos gestores que estes são do gênero masculino, com idades entre 24 e 35 anos e que possuem pós-graduação. Ainda, verificou-se que recurso mais utilizado pelos gestores para tomar decisões é a sua própria experiência e opinião, porém quando necessário estes se aconselham com o seu contador. Além disso, a ferramenta gerencial da contabilidade mais utilizada para auxiliar na tomada de decisão é o controle de custos e despesas, sendo também realizada análise de liquidez na gestão das franquias.

Ainda, segundo os gestores, estes tem realizado *feedbacks* frequentemente com a sua equipe para analisar o andamento dos processos durante a pandemia. Observou-se também que a maioria deles optou por uma franquia ao invés de um negócio tradicional por ter realizado pesquisas e constatar ser o melhor negócio. Mais ainda, na opinião dos gestores a maior dificuldade encontrada na condução de uma franquia é a alta carga tributária e a solução para esta seria assessoria/e ou consultoria contábil.

Assim, após verificar o perfil dos gestores participantes da pesquisa e as informações referentes a gestão das franquias, torna-se relevante verificar os impactos causados pela pandemia nestas empresas. Os resultados são apresentados na próxima seção.

4.2 Impactos causados pela pandemia da Covid-19 nas franquias

Nesta seção, serão abordados os resultados encontrados sobre os impactos causados pela pandemia da Covid-19 na opinião dos gestores das franquias. Primeiramente buscou-se verificar junto aos gestores se a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou diretamente as franquias e qual foi o nível de redução do faturamento em decorrência desta. Os resultados estão apresentados na Tabela 07.

Tabela 07- Como a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou as franquias.

A crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou diretamente as franquias	Frequência	(%)
Concordo totalmente	62	72,1%
Concordo	9	10,5%
Não estou decidido	0	0%
Discordo	8	9,3%
Discordo totalmente	7	8,1%
	86	100%
Nível de redução do faturamento em decorrência da crise	Frequência	(%)
Reduziu de 1% a 40%	24	27,9%
Reduziu de 41% a 60%	41	47,7%
Reduziu de 61% a 80%	4	4,7%
Reduziu de 81% a 99%	8	9,3%
Reduziu 100%	3	3,5%
Sem alterações	6	7%
	86	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Conforme demonstrado na Tabela 07, observa-se que diante da afirmação de que a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou diretamente as franquias, a maioria (72,1%) dos gestores indicaram que concorda totalmente com a afirmação. Ainda, 10,5% dos gestores indicaram que concorda, 9,3% discorda e 8,1% indicaram que discorda totalmente da afirmação. Com base nos dados apresentados, é possível observar que a crise financeira

instaurada pela Covid-19 afetou diretamente a grande maioria das franquias participantes da pesquisa.

Os dados obtidos podem se confirmar com os resultados obtidos no estudo de Ávila, Fritzen e Damke (2020), que demonstraram que grande maioria das empresas analisadas foram gravemente afetadas em suas estratégias, iniciativas, e programas pela crise instaurada pela Covid-19. Segundo os autores, a retomada das atividades econômicas vai permitir que as empresas tomem decisões prioritárias, investindo em estratégias para redução de custos e busca pela competitividade, podendo investimentos em sustentabilidade não ser mais a prioridade nesse momento.

Na percepção de Kuazaqui, Kanaane e Soida (2020), estes identificaram em seu estudo que uma das características centrais desta pandemia foi a intervenção do governo quanto ao distanciamento social que vem influenciando negativamente na economia e resultados das empresas. As próprias limitações decorrentes do porte da empresa levam as empresas a adotarem as práticas disponíveis, como o *home office* e/ou mesmo mantendo o trabalho presencial. Entretanto, fatores relacionados à gestão financeira foram por demais impactantes, pois não é de rotina dessas empresas ter reservas de caixa para suprir as necessidades de capital de giro por períodos mais extensos, sendo fundamental o auxílio do governo.

Outrossim, Salomé et al. (2021) identificou em seu estudo que os impactos ocasionados pela crise decorrente da pandemia do novo coronavírus sobre a maioria das empresas pesquisadas foram negativos, entre eles destacam-se a queda no faturamento, a mudança na forma de funcionamento da empresa, o aumento dos gastos, principalmente com pessoal, energia elétrica, água e impostos, a demissão ou afastamento de funcionários, redução da jornada de trabalho e suspensão do contrato de trabalho. Porém, para algumas o impacto foi positivo pois aumentaram os canais de atendimento, alcançaram maior visibilidade nas redes sociais, aumento no faturamento, entre outros.

Com base no exposto, pode-se inferir que a pandemia da Covid-19 não só causou sérios problemas aos sistemas de saúde, como também gerou uma grande crise econômica.

Ainda assim, nota-se a maioria (47,7%) dos gestores das franquias indicaram que o faturamento, em decorrência da crise instaurada, reduziu de 41% a 60%. Ainda, 27,9% indicaram que o faturamento reduziu de 1% a 40%, 4,7% indicaram que reduziu de 61 a 80%, 9,3% indicaram que reduziu 81% a 99%, 3,5 indicou que reduziu 100% e 7% indicaram que não ocorreram alterações quanto ao faturamento da sua franquia.

Pode se confirmar os resultados encontrados, através do estudo de Menegali (2021) que chegou à conclusão de que a maior parte das empresas analisadas foram impactadas

negativamente com o advento da pandemia da Covid-19, comprovando-se assim, através da análise documental, a diminuição considerável do faturamento dos empreendimentos, tendo casos de empresas que não tendo mais recursos para se manterem ativas optaram pelo encerramento das atividades.

Outro estudo que colabora com os dados encontrados, é o de Schreiber, Moraes e Stasiak (2021), os quais observaram que a pandemia de Covid-19 impactou diretamente na existência atual e na continuidade futura das operações das empresas, visto que, verificou-se que a maioria delas contou com redução no faturamento e no quadro de funcionários já nos quatro primeiros meses de isolamento social.

Ainda, Salomé et al. (2021) verificaram que com a pandemia e a mudança do cenário, as organizações tiveram que se adaptar as orientações governamentais de combate ao Coronavírus, e em função disso o faturamento diminuiu, a dificuldade de manter as contas em dia aumentou, para algumas empresas houve aumento do custo com pessoal, impostos, energia elétrica, entre outros. As ferramentas que eram utilizadas antes da pandemia continuaram a ser utilizadas durante esse período, porém por um número maior de empresas.

Avaliou-se ainda a principal dificuldade que as franquias enfrentam na atualidade e se a franquia precisou optar por alguma medida ofertada pelo governo ou implantar alguma mudança. Os resultados estão expostos na Tabela 08.

Tabela- 08- Principais dificuldades e mudanças enfrentadas na atualidade.

Principal dificuldade enfrentada pelas franquias na atualidade	(%)
Deficiência de profissionais qualificados	36%
Falta de auxílio de um profissional contábil	26,7%
Tributação elevada	11,6%
Inadimplência	9,3%
Financeira	8,1%
Concorrência	8,1%
Não enfrenta nenhuma dificuldade	0%
A franquia precisou optar por alguma medida ofertada pelo governo ou implantar alguma mudança, referente à:	(%)
Atendimento online	66,3%
Suspensão do contrato de trabalho de colaboradores	48,8%
Delivery	27,9%
Parcelamento de Impostos	23,3%
Redução do contrato de trabalho de colaboradores	22,1%
Home office	18,6%
Empréstimos para custear a folha de pagamento	17,3%
Férias antecipadas	7%
Férias coletivas	3,50%
Rescisões Contratuais	4,70%
Nenhuma	1,20%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com a Tabela 08, verifica-se que para a maioria (36%) dos gestores a principal dificuldade que a sua franquia enfrenta na atualidade a deficiência de profissionais qualificados. Além disso, 26,7% indicaram ser falta de um auxílio de um profissional contábil, 8,1% indicaram ser financeira, 9,3% indicaram ser inadimplência, 11,6% indicaram ser tributação elevada e 8,1% indicaram ser concorrência.

Corroborando com tal resultado, Colombo (2014) identificou em seu estudo uma grande rotatividade de funcionários na franquia em análise, sendo esta influenciada pelos erros cometidos durante o processo de integração entre a organização e o colaborador. Segundo o autor, a rotatividade de pessoal é uma causa de algo que esta deficiente dentro de uma organização, podendo ser um dos fatores, a falta de profissionais que atendam às necessidades de cada cargo, por isso, é importante buscar soluções, que sejam satisfatórias para ambas as partes envolvidas.

Com base nisso, pode se dizer que é importante que a empresa busque por identificar profissionais com um perfil aproximado ao da vaga aberta e trabalhar no desenvolvimento das

competências que o faltam, e além disso o profissional que está em busca de uma oportunidade deve buscar preparo técnico, se manter atualizado e se aperfeiçoar sempre.

Também foi possível observar no que se refere a necessidade de a franquia optar por alguma medida ofertada pelo governo ou implantar alguma mudança durante a pandemia, que os resultados mais relevantes foram de 66,3% que indicaram ter implantado o atendimento online, 48,8% que indicou ter optado pela suspensão do contrato de trabalho de colaboradores e 27,9% que indicou ter implantado a venda via *delivery*. Com base nisso, nota-se que em sua pluralidade as franquias em meio ao cenário econômico tiveram que optar pelo atendimento online.

Os dados obtidos vão ao encontro dos resultados encontrados no estudo de Albuquerque e Silva (2021), no qual foi possível perceber uma série de alternativas utilizadas pela empresa em análise durante a pandemia da Covid-19, todas relacionadas a questão tecnológica, como as lojas virtuais e a utilização de redes sociais para desenvolver a comercialização. Assim como, utilizar os pagamentos virtuais, cartões de débito e crédito e, as transferências bancárias.

Guimarães et al. (2020) observaram que a combinação de divulgação através de mídias sociais, com o uso de aplicativos de troca de mensagens, pagamento através de máquinas de cartão de crédito que são levadas até o cliente através de entregadores, configuram o modelo de negócio mais utilizado pelas empresas analisadas. Tal modelo de negócio tem conseguido atender as necessidades de abastecimento da população em meio a pandemia do Covid-19, auxiliando nas ações sanitárias de isolamento social. As estratégias desenvolvidas em cada segmento analisado seguem esta lógica, com pequenas variações decorrentes do público predominante de cada segmento.

Ainda, Ramos (2021) identificou que o uso ativo das redes sociais foi uma maneira unanime encontrada pelos empresários para se conectar com seus clientes. Segundo o autor foi possível perceber o quanto essa tecnologia facilita em todo o processo de compra e venda das empresas.

A partir disso, o resultado alcançado pode ser explicado, visto que, na atualidade, investir em atendimento online pode representar a sobrevivência de uma organização no mercado, pois em meio a pandemia com as restrições impostas, sem a possibilidade de sair de casa para comprar, a opção é o meio virtual. Além disso, a pandemia afeta um dos aspectos mais importantes de um negócio, a experiência do cliente.

Após analisar as principais dificuldades e mudanças enfrentadas pelas franquias na atualidade, a presente pesquisa buscou averiguar a opinião dos gestores quanto a se a pandemia mudou a maneira da sua franquia se posicionar no mercado, se esta teve a necessidade de

inovação por parte dos gestores e a opinião destes sobre empresas inovadoras garantirem maior sobrevivência no cenário atual. Os resultados estão representados na Tabela 09.

Tabela 09- A pandemia e o posicionamento no mercado.

A pandemia mudou a maneira das franquias se posicionarem no mercado	(%)
Concordo totalmente	70,9%
Concordo	15,1%
Não estou decidido	0%
Discordo	14%
Discordo totalmente	0%
	100%
Necessidade de inovação por parte dos gestores	(%)
Buscar por novas tecnologias	45,3%
Mudanças nas técnicas de marketing utilizadas	32,6%
Alteração de processos	9,3%
Buscar entender melhor o cliente através pesquisas de satisfação	7%
Melhorar seu produto	5,8%
Buscar entender melhor o cliente através pesquisas de satisfação	7%
Não ocorreu nenhum tipo de inovação	0%
	100%
Empresas inovadoras garantem maior sobrevivência no cenário atual	(%)
Concordo totalmente	62,8%
Concordo	20,9%
Não estou decidido	16,3%
Discordo	0%
Discordo totalmente	0%
	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Conforme os dados demonstrados na Tabela 09, é possível observar que 70,9% dos respondentes indicaram que concorda totalmente com a afirmação de que a pandemia mudou a maneira da sua franquia se posicionar no mercado, 15,1% indicaram que concordam e 14% indicaram que discorda da afirmação. Com isso, conclui-se que para a maioria (86%) dos gestores pandemia mudou a maneira da sua franquia se posicionar no mercado.

Os dados encontrados corroboram com os encontrados por Couto e Conceição (2021), que verificaram que a empresa em análise necessitou adaptar-se rapidamente ao cenário que trouxe a pandemia, com a adaptação do seu modelo de negócio, ofertando seus produtos por meio de plataformas digitais para que os clientes não precisem que sair de casa, modificando

suas estratégias de divulgação e vendas impulsionando-os em diversos canais online. Com isso, observou-se que as estratégias foram bem-sucedidas e fizeram com que a empresa conseguisse se manter durante a crise, mesmo com tantas incertezas e tantas outras empresas fechando as suas portas.

Com base nisso, o resultado pode ser explicado pelo fato de que em um cenário de incertezas econômicas, ocasionado pela pandemia da Covid- 19 as empresas precisaram responder rapidamente ao momento, a adaptação do modelo de negócios e consequentemente mudanças nas estratégias, para tentar driblar esse período difícil.

Quanto a necessidade de inovação por parte dos gestores em meio a esse novo cenário econômico, nota-se que 45,3% indicaram que precisaram buscar por novas tecnologias, 5,8% indicaram que precisaram melhorar seu produto, 32,6% indicaram que precisaram de mudanças nas técnicas de *marketing* utilizadas, 9,3% indicaram que precisaram de alterações de processos e 7% indicaram que precisaram buscar entender melhor o cliente através pesquisas de satisfação. Com base nisso, verifica-se que as franquias precisaram buscar por novas tecnologias durante o período de pandemia.

Corroborando com tal resultado, o estudo realizado por Ramos (2021) verificou que implantar uma inovação foi um dos meios mais buscados pelos empreendedores para garantir uma sobrevivência no mercado e amenizar os impactos causados pela crise, apesar de cada empresa ter sentido os reflexos da pandemia de maneira diferente, cada uma buscou se adaptar e se destacar em relação à concorrência.

Couto e Conceição (2021), identificaram que para enfrentar no novo cenário, a empresa pesquisada adotou diversas estratégias e novas tecnologias para manter o relacionamento com seus clientes e impulsionar suas vendas, como a ampliação da comunicação com seus clientes através dos investimentos em meios de comunicação (redes sociais, televisão), utilização de aplicativos de *delivery*, criação de conteúdo nas redes sociais, e *e-mail marketing*.

Assim, o resultado alcançado pode ter se dado em decorrência de que a crise causada pela pandemia da Covid-19 pode estar está exigindo das empresas uma mudança de comportamento, o que faz com que a relevância da busca por novas tecnologias que visem alinhar os propósitos entre empresa e consumidor seja muito maior.

Ainda, verificou-se que 62,8% dos gestores das franquias estudadas indicaram que concordam totalmente com a afirmação de que empresas inovadoras garantem maior sobrevivência no cenário atual, 20,9% indicaram que concordam e 16,3% indicaram que não estão decididos. Com isto, observa-se que em sua pluralidade os profissionais ligados a gestão

das franquias acreditam que empresas inovadoras garantem maior sobrevivência no cenário atual.

Os dados obtidos corroboram com os dados encontrados no estudo de Bittar (2018), no que identificou que a grande maioria das empresas participantes da pesquisa confirmou que a inovação traz impactos positivos na competitividade, melhorando a qualidade, a inovação de certa forma a será a base para a empresa continuar a estar no mercado.

Dessa forma, o resultado atingido, pode ser explicado pelo fato de que o processo de inovação vai além do desenvolvimento de novas tecnologias, produtos e serviços, este envolve a criação de novos modelos de negócios, novas formas de atender necessidades dos consumidores, novos meios de competir no ambiente empresarial, dessa forma a importância da inovação, de uma maneira geral, é percebida como essencial para a sobrevivência das organizações num cenário cada vez mais competitivo e globalizado.

Assim, torna-se importante verificar a utilização das informações contábeis durante a pandemia. Tais resultados são apresentados na próxima seção.

4.3 Utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias

Nesta seção são abordados os resultados encontrados sobre a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias.

No que se refere a forma de tributação das franquias, observou-se que 88,4% indicaram ser do Simples Nacional e 11,6% indicaram ser Lucro Presumido. Com isto, pode se dizer que em sua maioria as franquias participantes da pesquisa são do regime de tributação do Simples Nacional.

Conforme o Sebrae (2017), o simples Nacional é uma forma de tributação criada com o objetivo de simplificar o pagamento de tributos por Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) além de dar o tratamento diferenciado para essas empresas, possui alíquotas nominais que variam de 4,0% a 22,90% distribuídas em 6 anexos que contemplam os diversos setores e atividades econômicas.

Buscou-se ainda verificar como são desenvolvidos os serviços contábeis nas franquias estudadas. O resultado está demonstrado na Tabela 10.

Tabela 10- Desenvolvimento dos serviços contábeis nas franquias.

Como são desenvolvidos serviços contábeis da franquia	Frequência	(%)
Terceirizados com uma organização contábil	74	86%
Internamente na empresa	12	14%
Total	86	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Conforme a Tabela 10, constata-se que 86% dos respondentes indicaram que na sua franquia os serviços contábeis são terceirizados com uma organização contábil e 14% indicaram que são desenvolvidos internamente na empresa. Ou seja, a maioria das franquias utiliza da contabilidade de forma terceirizada, o que pode ser explicado pelo fato de que a terceirização de serviços contábeis pode ser uma estratégia encontrada pelas empresas, como forma de enfrentar a concorrência, reduzir as despesas e melhorar o recurso financeiro disponível, visto que a manutenção de um departamento contábil internamente pode se tornar inviável para uma empresa dependendo do seu porte.

Os dados alcançados corroboram com os encontrados no estudo de Ribeiro et al. (2012), que encontrou que a maioria das empresas analisadas optou pela terceirização da contabilidade. Além disso, obteve-se como fatores determinantes para esta terceirização a qualidade nos serviços prestados pelos escritórios e a redução de custos. Também foi verificado que a contratação dos serviços terceirizados contábeis possui vantagens e desvantagens, na qual é destacado um ponto importante, a vantagem é a redução de custos, a desvantagem é que caso o serviço seja realizado de forma inadequada, pode se tornar um risco para a empresa, que não havendo uma administração correta e decidida pode acarretar a perda de qualidade do produto e a descentralização de informações.

Após analisar como são desenvolvidos os serviços contábeis nas franquias, buscou-se avaliar os serviços oferecidos pelos profissionais contábeis e as demonstrações apresentadas anualmente. O resultado está exposto na Tabela 11.

Tabela 11- Caracterização dos serviços oferecidos pelos contadores das franquias.

Serviços oferecidos pelos contadores	(%)
Escrituração fiscal (apuração de impostos e elaboração de livros fiscais)	87,2%
Setor pessoal (admissões, rescisões, folha de pagamento e guias sociais)	82,6%
Escrituração contábil	16,3%
Constituição e alterações contratuais	16,3%
Consultorias e esclarecimentos solicitados	16,3%
Controle dos bens do ativo imobilizado	4,7%
Assessoria e/ou consultoria contábil	2,3%
Demonstrações contábeis apresentadas anualmente	(%)
Balanço patrimonial	84,9%
Demonstrativo do resultado do exercício	77,9%
Demonstração do fluxo de caixa	9,3%
Não elabora nenhuma demonstração contábil	8,1%
Demonstração do lucro ou prejuízo acumulado	7%
Demonstração das mutações do patrimônio líquido	3,5%
Demonstração do valor adicionado	0%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em conformidade com a Tabela 11, é possível observar que 87,2% dos respondentes indicou que os serviços oferecidos pelos contadores das franquias são o fornecimento de escrituração fiscal (apuração de impostos e elaboração de livros fiscais), 82,6% indicou ser setor pessoal (admissões, rescisões, folha de pagamento e guias sociais), 16,3% indicou ser escrituração contábil, 16,3% indicou ser constituição e alterações contratuais, 16,3% indicou ser consultorias e esclarecimentos solicitados, 4,7% indicou ser controle dos bens do ativo imobilizado e 2,3% indicou assessoria e/ou consultoria contábil. Assim, verifica-se que os contadores das franquias oferecem em sua maioria somente serviços relacionados a apuração de impostos, livros fiscais e setor pessoal.

O resultado obtido vai ao encontro do resultado encontrado no estudo de Ribeiro, Barella e Antonio (2012), que destacam que poucos são os contadores que ofertam serviços de contabilidade que contribuam para a tomada de decisão, estes apenas prestam serviços que possibilitem cumprir as obrigações fiscais e assessórias que a legislação impõe às empresas, levando os gestores a não se interessarem por informações gerenciais para auxiliar na administração da empresa e nas suas tomadas de decisão. Ainda, devido ao gestor não utilizar informações gerenciais e os contadores apenas fornecer informações com ênfase no aspecto tributário, legal e burocrático, não se torna possível que ele faça qualquer avaliação do desempenho e projeção de resultados da empresa.

Conforme Ferreira (2012), como se verifica com a constante mutação e direcionada para o campo social, a contabilidade exige cada vez mais do contador. Este não pode continuar a focar-se apenas no estreitamento ao fornecimento de informação, o que visa unicamente a maximização do lucro da empresa, mas sim deve acompanhar o ritmo da mudança. Ainda, a contabilidade evoluiu e é imprescindível que o contador evolua na mesma medida.

Com base nisso, de acordo com o resultado obtido nota-se que o profissional contábil das franquias está fornecendo somente serviços para atender questões burocráticas, com isso pode-se inferir que as empresas participantes da pesquisa podem estar perdendo capacidade competitiva, pois, não estão sendo oferecidos todos os serviços fornecidos pela contabilidade.

Quanto as demonstrações contábeis que os contadores das franquias apresentam anualmente, nota-se que 84,9% dos gestores indicaram ser o balanço patrimonial, 77,9% indicaram ser demonstrativo do resultado do exercício, 9,3% indicaram ser demonstração do fluxo de caixa, 8,1% indicaram que não elaboram nenhuma demonstração contábil, 7% indicaram ser demonstração do lucro ou prejuízo acumulado e 3,5% indicaram ser demonstração das mutações do patrimônio líquido. De acordo com os dados obtidos, nota-se que as demonstrações contábeis que os contadores das franquias apresentam anualmente são balanço patrimonial e demonstrativo do resultado.

Corroboram com os resultados alcançados o estudo de Boas e Morais (2014), que verificaram que os relatórios contábeis mais recebidos pelos empresários são a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), o Balanço Patrimonial (BP) e a Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC), sendo, em sua maioria, com periodicidade mensal e anual. Ainda, os autores destacam que grande parte dos empresários utiliza essas informações contábeis como instrumento de gestão, confiando que os relatórios entregues representam a realidade econômica e financeira da empresa. No entanto, uma parcela significativa não faz uso dessas demonstrações, pois não compreende os relatórios contábeis, em função de serem elaborados na forma técnica.

Mais ainda, Heissler e Vendruscolo (2018) ao realizarem um estudo sobre a percepção dos usuários da Contabilidade sobre a informação contábil, constataram que a DRE e o BP são as demonstrações contábeis mais utilizadas e mais relevantes. A relevância atribuída à DRE e ao BP pode estar relacionada às razões econômicas do processo de decisão dos usuários externos da contabilidade. Este estudo apontou auditores e analistas de investimentos como os usuários que mais utilizam as informações contábeis. Com isso, verifica-se que a informação contábil possui relevância e pode ser utilizada para auxiliar diferentes usuários.

Lima (2012) e Oliveira (2014), evidenciam que independente do formato que se apresente, a informação divulgada nos demonstrativos contábeis, precisam ser complementadas de forma qualitativa e/ou quantitativa, de modo que, forneça subsídios para interpretação dos dados publicados. Assim, a intensidade do uso destas informações, especificamente por meios destes relatórios e demonstrativos são relevantes, e apoiam as decisões das organizações.

Com base no exposto, o resultado obtido pode ser evidenciado pelo fato de todas as demonstrações contábeis são de suma importância para qualquer organização, visto que é por meio delas que diferentes partes tomam conhecimento sobre a atual situação de uma empresa, verificando se os recursos investidos estão sendo devidamente bem aplicados em torno do objetivo de trazer lucro ao negócio.

Outro dado pesquisado foi em relação a frequência em que os contadores estão disponíveis para atender os gestores das franquias. Observou-se que 70,9% dos gestores indicaram que seu contador está disponível sempre que solicitado e 29,1% indicaram ser apenas com hora marcada. Dessa forma, verifica-se que os contadores das franquias estão disponíveis sempre que solicitado por seus clientes.

Avaliou-se também a frequência em que os gestores consultam o contador antes de tomar uma decisão e a opinião destes sobre os relatórios contábeis recebidos. O resultado está demonstrado na Tabela 12.

Tabela 12- Frequência em que os gestores consultam o contador e relatórios recebidos.

Frequência em que os gestores consultam o contador antes de tomar uma decisão	(%)
Muito frequente	7%
Frequentemente	33,7%
Ocasionalmente	44,2%
Raramente	8,1%
Nunca	7%
Relatório contábil que o contador fornece à empresa	(%)
Folha de pagamento dos funcionários	91,9%
Guias de pagamento de imposto e de encargos sociais	81,4%
Balancete de verificação	14%
Notas explicativas	8,1%
Nenhuma	5,8%
Opinião dos gestores quanto aos relatórios contábeis recebidos	(%)
Não consigo compreender e nem vejo muita utilidade	11,6%
Compreendo, mas não vejo muita utilidade	9,3%
Compreendo e vejo que possui muita utilidade	44,2%
Úteis, mas não aplico na empresa	14%
Úteis e são aplicados na empresa	11,6%
Não recebo relatório contábil	9,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com a Tabela 12, no que se refere a frequência que os gestores costumam consultar a contabilidade antes de tomar alguma decisão importante, percebe-se que 7% indicaram consultar a contabilidade muito frequente, 33,7% indicaram consultar frequentemente, 44,2% indicaram consultar ocasionalmente, 8,1% indicaram consultar raramente e 7% indicaram que nunca consultam a contabilidade antes de tomar alguma decisão importante.

Com base nos dados obtidos, verifica-se que o resultado mais relevante demonstra que ocasionalmente os gestores consultam a contabilidade antes de tomar alguma decisão importante pela franquia, ou seja, a maioria dos respondentes não tem interesse em buscar apoio desse profissional e prefere tomar suas decisões com base no próprio conhecimento e experiência.

Corroboram com os dados obtidos os resultados encontrados no estudo de Ribeiro, Barella e Antonio (2012), o qual evidenciou em relação a tomada de decisão para gerenciamento das empresas, que os gestores não procuram auxílio ou esclarecimento do contador e nem utilizam a informação contábil como base para este fim, pois preferem tomar

decisões com base em seu conhecimento e suas experiências culturais. Observou-se também, que os gestores não têm utilizado as informações contábeis para avaliar o desempenho econômico obtido na empresa ao longo do tempo e nem para auxiliar na projeção de resultados futuros, os gestores conseguem avaliar o desempenho econômico e projetar resultados futuros somente com bases em informações que são geradas pela própria empresa.

No estudo de Hall et al. (2012) os dados revelaram que a maioria dos gestores utiliza de alguma forma as ferramentas contábeis, entretanto, da forma que eles entendem e não como é descrito pela literatura. Entretanto, devido ao tempo de permanência das empresas percebe-se que os gestores tomam as decisões de forma a dar continuidade a empresa, contudo não utilizando da informação contábil em sua plenitude da forma que ela poderia auxiliar.

Mendes et al. (2017) concluiu que de forma geral, os gestores com um nível de escolaridade mais alto fazem o uso mais frequente das informações contábeis. As análises também demonstraram um padrão próximo a uma curva de aprendizado em que, no início de suas carreiras buscam conhecimento e técnicas para dar suporte a suas decisões, entretanto depois de apreendidas, começam a diminuir a intensidade de uso destes recursos. Com isso, verifica-se a importância de apresentar que a contabilidade possui relevância e gera benefícios em todo o desenvolvimento do negócio.

Os dados atingidos podem ser explicados pelo fato de que muitas vezes os empresários até buscam consultar o contador antes de tomar alguma decisão, porém, somente quando surge alguma dúvida que pode ser esclarecida pelo profissional na maioria das situações estes tomam suas decisões com base na seu próprio conhecimento e opinião. Assim, é importante salientar que o profissional contábil possui conhecimento para orientar e aconselhar o gestor empresarial nas tomadas de decisões, o que pode ser considerado relevante para realizar a análise do passado da organização, o acompanhamento do seu presente e o planejamento futuro.

Quanto aos relatórios contábeis fornecidos pelos contadores das franquias, com base nos dados, observa-se que 91,9% dos gestores pesquisados indicaram ser relatórios referentes a folha de pagamento dos funcionários, 81,4% indicaram que são guias de pagamentos de impostos e encargos sociais, 14% indicaram ser balancete de verificação, 8,1% indicaram ser notas explicativas e 5,8% indicou não receber nenhum relatório contábil. Com base nos resultados alcançados, observa-se que os relatórios contábeis fornecidos pelos contadores das franquias são referentes a folha de pagamento e a guias de pagamentos de impostos e encargos sociais.

Corroborando com o resultado obtido o estudo de Faria, Azevedo e Oliveira (2012) no qual identificou-se nas empresas analisadas que os profissionais da contabilidade em geral oferecem

serviços ligados a questões fiscais e de pessoal, fazendo com que os gestores desconheçam as ferramentas da contabilidade que podem auxiliar na tomada de decisões e conseqüentemente adquirindo uma visão deturpada da contabilidade na qual está voltada quase que exclusivamente para o atendimento de obrigações legais.

Com base no exposto, o resultado obtido pode ser explicado pelo fato de que muitas vezes os profissionais contábeis oferecem somente serviços ligados a questões fiscais e de pessoal para que se consiga cumprir todas as obrigações legais. Porém nota-se que além do cumprimento das obrigações legais a contabilidade pode também auxiliar no processo de administração das empresas, tendo papel relevante na tomada de decisões, pois é através informações e relatórios que o contador compreende a empresa e orienta o empresário no melhor caminho a seguir para mais lucratividade e sucesso do negócio.

No entanto, no que se refere a opinião dos gestores quanto aos relatórios recebidos, observa-se que 11,6% dos gestores indicaram que não consegue compreender e nem vê muita utilidade nos relatórios recebidos, 9,3% indicaram que compreende, mas não vê muita utilidade, 44,2% indicaram que compreende e vê que possui muita utilidade, 14% indicaram que os relatórios são úteis, mas que não aplica na empresa, 11,6% indicaram que são úteis e são aplicados na empresa e 9,3% indicaram que não recebem relatórios contábeis.

Levando em consideração os dados obtidos, nota-se que os gestores participantes da pesquisa não compreendem os relatórios contábeis recebidos e nem percebem que os mesmos possuem muita utilidade, assim como não aplicam na empresa.

Confirma-se o resultado alcançado por meio do estudo de Mroginsk e Schwerz (2017) no qual os autores identificaram que os gestores das empresas se dizem cientes das informações, mas como fazem suas próprias análises, as informações tornam-se quase que dispensáveis, utilizando apenas aquelas de uso geral como balanços, balancetes e imposto renda.

Porém Yoshitake et al. (2019), concluiu em seu estudo que os gestores das empresas vêm notando a importância dos relatórios e informações contábeis para a gerência do seu negócio, uma vez que as informações fornecidas por este podem contribuir para o processo decisório gerencial, proporcionando escolher a melhor alternativa e contribuindo para a manutenção da empresa.

Vasconcelos (2020) através de seu estudo identificou que as percepções dos contadores e empreendedores foram similares, sendo que ambos os grupos possuem consciência da importância do envio frequente das demonstrações contábeis e de uma adequada consultoria e assessoria para a gestão das empresas. Tanto contadores quanto empreendedores concordam que as informações contábeis são úteis para o bom desempenho econômico e financeiro das

entidades e compactuam que vale a pena pagar maiores honorários para um contador que forneça assessoria e/ou consultoria contábil e que contribua no planejamento e nas decisões dos gestores.

É exatamente neste momento de mudanças, que o profissional contábil desempenha um papel estratégico nas tomadas de decisões. Nessa linha de pensamento, o contador torna-se um profissional essencial, pois é ele quem transforma todos os dados, a fim de gerar informações com qualidade para os gestores e é na informação que a contabilidade irá se embasar e demonstrar em relatórios e ferramentas contábeis sobre a situação da empresa, econômica e financeiramente (OTT; PIRES, 2008; COELHO; LINS, 2010).

Segundo Batista (2014) é reconhecida, na contabilidade, a sua aptidão de demonstrar a posição financeira da entidade, calcular os resultados da atividade e respectivo imposto a pagar, oferecer informação básica à gestão, em áreas como o planejamento, a orçamentação, o controle e a tomada de decisões, e sugerir condições para o cumprimento de obrigações existentes da entidade.

Dessa forma, o resultado obtido pode ser explicado pelo fato de que muitas vezes os gestores não utilizam corretamente as informações prestadas pelo profissional contábil, pois ao ver destes a contabilidade ainda é o gerador de impostos, e em muitos casos os empresários não possuem conhecimento destas informações e nem sabem que o profissional contábil pode estar auxiliando-os não somente no sentido fiscal, mas também no planejamento e crescimento de suas empresas.

A Tabela 13 demonstra os resultados encontrados a respeito de como os gestores avaliam os serviços prestados pelo seu profissional contábil.

Tabela 13- Avaliação do serviço prestado pelo seu profissional contábil.

Como os gestores avaliam os serviços prestados pelo seu profissional contábil	Frequência	(%)
Ótimo	16	18,6%
Bom	49	57%
Regular	21	24,4%
Ruim	0	0%
Péssimo	0	0%
	86	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com a Tabela 13, verifica-se que 18,6% dos respondentes indicaram que avalia o serviço prestado pelo seu profissional contábil como ótimo, 57% indicaram que

avaliam como sendo bom e 24,4% indicaram que os serviços prestados pelo seu profissional contábil é regular.

Corroboram com os resultados alcançados, o estudo de Nonnemacher, Silveira e Barp (2020) no qual os autores verificaram que quanto a satisfação dos clientes em relação os serviços prestados pelo seu profissional contábil no auxílio para tomada das decisões, os resultados apontaram que os mesmos se dão por satisfeitos, e ao mesmo tempo, destacaram também que se houvesse a criação de uma Lei que excluísse a obrigação de permanecer com os serviços contábeis, eles mesmo assim não abririam mão da utilização da contabilidade.

Sendo assim, através dos dados alcançados, observa-se que os gestores avaliam como bom os serviços prestados pelo seu profissional contábil, o que pode se dar levando em consideração que é relevante contar com profissionais de qualidade, pois esse profissional exerce papel fundamental nas empresas, uma vez que é a partir das informações fornecidas por ele, que os usuários da contabilidade tomam decisões empresariais.

Após analisar como os gestores avaliam o serviço prestado pelo seu profissional contábil, teve-se como objetivo avaliar em quais áreas a informação contábil tem sido mais utilizada nas franquias, a informação contábil utilizada com mais frequência para a tomada de decisão e a classificação pelos gestores da utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises. O resultado está exposto na Tabela 14.

Tabela 14- Área(s) que a informação contábil tem sido mais utilizada na empresa

Área(s) que a informação contábil tem sido mais utilizada na empresa	(%)
Fiscal	89,5%
Trabalhista	82,6%
Financeira	11,6%
Gerencial	3,5%
Nenhuma	5,8%
Informação contábil utilizada com mais frequência para a tomada de decisão	(%)
Informações referentes à tributação da empresa	57%
Balanço patrimonial	31,4%
Demonstração do resultado- DR	27,9%
Demonstrações do fluxo de caixa	15,1%
Balancete de verificação	3,5%
Não utilizo informação contábil para fins de tomada de decisão	18,6%
Classificação da utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises	(%)
Muito importante	43%
Importante	38,4%
Moderado	9,3%
As vezes importante	9,3%
Não é importante	0%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com a Tabela 14, é possível verificar que quanto as áreas em que a informação contábil tem sido mais utilizada nas franquias que 89,5% indicaram ser na área fiscal, 82,6% indicaram ser na área trabalhista, 11,6% indicaram ser na área financeira, 3,5% indicaram ser na área gerencial e 5,8 indicaram ser nenhuma. Com base nos resultados obtidos, nota-se que as áreas em que a informação contábil tem sido mais utilizada nas franquias são nas áreas fiscais e trabalhistas.

Corroboram com os dados obtidos, o estudo de Ribeiro, Barella e Antonio (2012) em que os autores concluíram que as informações fornecidas pela contabilidade são direcionadas a atender apenas as necessidades que são impostas pelo governo e deixam de ter a função gerencial. Por conseguinte, a contabilidade passa a ser um serviço necessário somente para se cumprir as formalidades legais, o que leva os empresários a não se interessarem em obter informações contábeis que possam auxiliar no gerenciamento de sua empresa, principalmente em seu processo de tomada de decisão.

Sousa et al. (2016) realizaram uma análise das características qualitativas da informação contábil na visão dos profissionais da contabilidade, com isso concluíram que a demanda dos

relatórios contábeis está vinculada aos serviços contábeis mais solicitados, como a contabilidade fiscal e departamento de pessoal das empresas (imposto de renda, escrita fiscal e departamento de pessoal) demonstrando a falta de interesse por parte dos gestores pela escrituração contábil, técnica fundamental para análise financeira das empresas. Dessa forma, observa-se a relevância de evidenciar as informações contábeis pois em grande parte elas são utilizadas apenas para atender à legislação fiscal/tributária e departamento pessoal.

Com base no resultado obtido, entende-se que os empresários das franquias utilizam as informações contábeis apenas para cumprir com as obrigações fiscais e trabalhistas da empresa, isso pode se dar pelo fato de muitas vezes os gestores desconhecem a maioria das ferramentas gerenciais oferecidas pela contabilidade, ou seja, não fazem uso dos elementos que podem ser considerados fundamentais para a sua sobrevivência, que são os dados para a tomada de decisão.

Além disso, verifica-se que quanto ao tipo de informação contábil que os gestores utilizam com mais frequência para a tomada de decisão organizacional da sua empresa que 57% indicaram ser as informações referentes a tributação da empresa, 31,4% indicaram ser balanço patrimonial, 27,9% indicaram ser demonstração do resultado- DR, 18,6% indicaram não utilizar informação contábil para fins de tomada de decisão, 15,1% indicaram ser demonstrações do fluxo de caixa e 3,1% indicaram ser balancete de verificação.

Com base nisso, observa-se que o tipo de informação contábil que os gestores utilizam com mais frequência para a tomada de decisão organizacional da sua empresa são as informações referentes a tributação da empresa.

Ribeiro, Barella e Antonio (2012) em seu estudo perceberam que os gestores dão mais prioridade em se manter regularizados perante o fisco, ao invés de priorizar seu modo de gerenciamento ou com o que a venda de seus produtos pode trazer de retornos financeiros, pois a contabilidade serve como um suporte de gerenciamento para empresa, o qual fornece informações que podem auxiliar nos acertos das tomadas de decisão e, conseqüentemente, a obter maior lucratividade.

Moreira et al. (2017) afirmam que a empresa que utiliza contabilidade externa utiliza praticamente as informações de folha de pagamento e emissão de guias de impostos para cumprir seus compromissos legais. Dessa forma, entende-se que demonstrar aos gestores que as informações contábeis são relevantes para tomar decisões gerenciais e estabelecer estratégias é um ponto fundamental para otimizar seus resultados ou evitar passar por dificuldades.

Através de seu estudo Witt (2019) constatou que em relação as informações de gerenciamento e sistemas de controle, que os relatórios sobre o faturamento, fiscais e

trabalhistas são os mais utilizados para a tomada de decisão nas empresas e aproximadamente metade dos respondentes não utiliza a contabilidade para apoio a gestão, sendo que a tomada de decisão é baseada principalmente na experiência do gestor.

Com base no exposto, pode-se dizer que o resultado obtido se deu pelo fato de que muitas vezes a contabilidade pode ser entendida pelos empresários somente para o cumprimento de obrigações legais, porém todos os relatórios contábeis são importantes para avaliar a saúde financeira da empresa e tomar decisões, afinal, são eles que resumem todas as informações de uma forma organizada e confiável. O contador deve ter amplo domínio sobre essas informações, mas o empresário também tem sua responsabilidade, e é importante que ele entenda a relevância da contabilidade para o sucesso do seu negócio.

Ainda, verificou-se que quanto a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises que 43% dos gestores indicaram que classifica como muito importante, 38,4% indicaram que classificam como importante, 9,3% indicaram que classificam como moderado e 9,3% indicaram que classificam como as vezes importante. Com base nos dados obtidos, observa-se que a maioria dos gestores indicou que classifica a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises como muito importante.

Pode-se confirmar os resultados encontrados através do estudo de Mendes (2020) que em seu estudo à cerca da importância da contabilidade no gerenciamento de crises, muito mais da metade dos respondentes declararam que é sim uma ferramenta essencial. O cenário econômico atual, fez a contabilidade ganhar destaque por possuir uma gama de informações cruciais para a tomada de decisões, ajudando as empresas a superarem os desafios de uma economia instável. Diante disso, o autor verificou que avaliar e demonstrar a importância da contabilidade para o enfrentamento de crises, contribui diretamente com o empreendedor, aumentando as chances de uma empresa sobreviver diante de uma crise ou recessão.

As mudanças ocorridas no atual cenário brasileiro de crise econômica e financeira, tornou-se um grande desafio aos empreendimentos, de modo que, a qualidade na informação contábil passou a ser vista como uma ferramenta estratégica. A instabilidade econômica faz tornar necessário um controle mais rígido sobre todas as operações, como também a gestão responsável de todos os recursos e adaptação as estratégias às novas condições de mercado (COELHO; LINS; SILVA, 2010; KRUEGER, 2020).

Dessa forma, o resultado obtido pode ser justificado pelo fato de que a contabilidade pode ser vista como uma aliada para o sucesso das empresas, pois oferece informações estratégicas para orientar o empresário na tomada de decisões, através da análise dos dados numéricos, das informações e das projeções da organização, a contabilidade é capaz de

contribuir no planejamento de ações e processos de uma empresa, com isso diante de um momento de crise a contabilidade acaba se tornando útil, e quanto mais alinhada ao contador a empresa estiver, maior a segurança e preparo terá para enfrentar uma crise.

Após analisar as áreas que a informação contábil tem sido mais utilizada nas franquias para a tomada de decisão, a presente pesquisa buscou avaliar na opinião dos gestores a importância da informação contábil para a sua empresa. O resultado está exposto na Tabela 15.

Tabela 15- Opinião dos gestores quanto a informação contábil na sua empresa.

É crucial ter um contador assessorando sua empresa	(%)
Concordo totalmente	61,6%
Concordo	19,8%
Não estou decidido	18,6%
Discordo	0%
Discordo totalmente	0%
Importância da informação contábil para a sua empresa	(%)
Importante para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa	88,4%
Importante para fins de acompanhamento da empresa	34,9%
Importante para avaliar o desempenho econômico obtido e projetar resultados futuros	9,3%
Importante para tomar decisões	7%
Não vejo importância da contabilidade para o sucesso da empresa	2,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Através da Tabela 15, nota-se que 61,6% dos respondentes indicaram que concordam totalmente com a afirmação de que é crucial ter um contador assessorando a sua empresa, 19,8% indicaram que concordam e 18,6% indicaram que não estão decididos. Com base nisso, verifica-se que em sua pluralidade os gestores concordam totalmente com a afirmação de que é crucial ter um contador assessorando a sua empresa.

A verdade é que o contador tem cada vez mais relevância no mundo dos negócios e no mundo acadêmico, no qual é imposto um conhecimento especializado em diversos temas como gestão, finanças, planejamento fiscal e contábilístico (FERREIRA, 2012).

Conforme Dias e Vasconcelos (2026), a informação contábil configura-se como uma ferramenta essencial para o sucesso de qualquer empreendimento, pois, proporciona condições para se realizar o controle patrimonial e avaliação do desempenho empresarial, de modo a atender as expectativas dos gestores e demais usuários e, sejam utilizadas por estes na tomada de decisão.

Após realizar uma análise da importância da contabilidade para a tomada de decisão, Santos (2018) verificou que esta é uma área de extrema importância no decorrer de qualquer negócio, e que o processo contábilístico produz informação de relevância para um elevado número de *stakeholders*. Visto isso, observa-se a relevância de demonstrar a importância da contabilidade nas organizações, auxiliando assim no processo de administração, orientando os gestores no melhor caminho a seguir para mais lucratividade e sucesso do negócio.

A contabilidade tem por objetivo fornecer informações fundamentadas e confiáveis para a tomada de decisão pelos seus usuários, a informação, é considerada, como um recurso efetivo e essencial para as organizações, se disponível antecipadamente, facilita as decisões, possibilitando a redução de incertezas e a probabilidade de realizar melhores escolhas e melhor desempenho nas atividades (OLIVEIRA, 2014; MANZI, 2016).

Com base nisso, o resultado alcançado pode ser explicado pelo fato de que o papel do contador dentro de uma organização vai desde questões mais operacionais, até as mais estratégicas, dessa forma a assessoria contábil traz vantagens que contribuem diretamente ao desenvolvimento de uma organização, atuando na redução dos custos e riscos, aumentando os lucros e tornando o processo decisório mais adequado e assertivo.

Além disso, observa-se na opinião dos gestores que 88,4% indicaram que a informação contábil é importante para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa, 34,9% indicaram ser importante para fins de acompanhamento da empresa, 9,3% indicou ser importante para avaliar o desempenho econômico obtido e projeta resultados futuros, 7% indicaram ser importante para tomar decisões e 2,3% indicaram não ver importância da contabilidade para o sucesso da empresa. Com isso, verifica-se que na opinião dos gestores a informação contábil é importante para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa.

Reforçando os dados obtidos, Barella e Antonio (2012) em seu estudo identificaram que para os gestores das empresas, as informações contábeis não estão sendo utilizadas como instrumento de apoio na administração de seus negócios, principalmente no processo de tomada de decisão, pois atualmente os gestores se preocupam em utilizar a contabilidade somente para fins fiscais, ou seja, para eles a contabilidade é importante para que a empresa possa cumprir com todas as obrigações legais e burocráticas e evitar possíveis multas.

Vasconcelos (2020) ao analisar as percepções sobre os serviços contábeis, concluiu que a realidade vivenciada por gestores e por contadores não representa os anseios e percepções de ambos, isso significa que, apesar de concordarem que a contabilidade é relevante, os serviços contábeis relacionados à tomada de decisão e à gestão de negócios são preteridos às obrigações

fiscais. Assim, entende-se que demonstrar que a contabilidade vai além da contabilidade fiscal pode ser relevante para a continuidade das empresas.

Dessa forma, o resultado obtido pode ser explicado pelo fato de que toda empresa deve ter contabilidade e para muitos ainda é vista como aquela que cuida exclusivamente de livros, tributos ou registros, porém está não deve ser vista apenas como exigência fiscal, mas como ferramenta de gestão, pois é importante que o empresário tenha suas decisões fundamentadas nas informações contábeis.

Conforme os dados obtidos e expostos na Tabela 15, tem-se que na opinião dos gestores é crucial ter um contador assessorando a sua empresa, estes ainda classificam a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises como sendo muito importante, porém afirmam que a informação contábil possui relevância somente para que se consiga cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa.

Sendo assim, nota-se quanto a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 nas franquias que os gestores ocasionalmente consultam a contabilidade antes de tomar alguma decisão pela franquia. Identificou-se também que a área que a informação contábil tem sido mais utilizada nas franquias é a área fiscal e a área trabalhista, e além disso, as informações contábeis utilizadas com mais frequência para a tomada de decisão organizacional são informações referentes a tributação da empresa. Além disso, na opinião dos gestores as informações contábeis são importantes na sua empresa, apenas para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa.

Porém, apesar de os gestores indicarem que ocasionalmente consultam a contabilidade antes de tomar alguma decisão, verificou-se que estes classificam como sendo muito importante a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises.

Por fim, com base nos dados obtidos, conclui-se que os gestores das franquias tomam suas decisões com base na sua própria experiência, e que estes têm ciência e valoriza o conhecimento em gestão financeira, ocasionalmente consultando a contabilidade antes de tomar alguma decisão pela franquia, somente quando surge alguma dúvida que pode ser esclarecida pelo profissional contábil e a maior dificuldade encontrada é a alta carga tributária. Na opinião dos gestores as informações contábeis na sua franquia são importantes somente para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa, sendo utilizadas com maior frequência nas áreas fiscais e trabalhistas.

Observou-se também que a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou diretamente as franquias, reduzindo consideravelmente o faturamento destas, e que conseqüentemente estas precisaram implantar alguma mudança ou optar por alguma medida ofertada pelo governo

durante a pandemia. Além disso, a pandemia mudou a maneira das franquias se posicionarem no mercado, as quais precisaram inovar e buscar por novas tecnologias.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa contou com o objetivo geral de analisar a importância da utilização da contabilidade e suas informações no sistema de franquias para o enfrentamento da pandemia da Covid-19, na tomada de decisão. Para que fosse possível alcançar tal objetivo realizou-se uma pesquisa aplicada, descritiva, explicativa, de levantamento e quanto à abordagem classificada como pesquisa qualitativa, sendo elaborado um questionário e aplicado às franquias integrantes da Associação Brasileira de *Franchising* (ABF), sendo direcionados aos profissionais interligados a gestão delas. A técnica utilizada para a análise dos dados foi análise descritiva, analisando-se e descrevendo-se como ocorre o processo de tomada de decisão, e a análise de conteúdo, analisando-se o conteúdo dos questionários e a partir disso extraiu-se as conclusões.

Como resultado do primeiro objetivo específico que foi contextualizar o processo de tomada de decisão em franquias, através da pesquisa realizada foi possível observar que em sua pluralidade os respondentes são do gênero masculino e que o responsável pela tomada de decisão nas franquias é o proprietário, possuindo pós-graduação valorizando o conhecimento em gestão financeira. Observou-se também, que a maioria dos participantes da pesquisa optou por abrir uma franquia ao invés de um negócio tradicional por ter realizado pesquisas e constatar ser o melhor negócio

O recurso mais utilizado para a tomada de decisão pelos gestores das franquias é a sua própria experiência, porém ao se deparar com uma situação na qual acreditam ser necessário, eles se aconselham com o seu contador. Além disso, verificou-se que a ferramenta gerencial mais utilizada pelos participantes da pesquisa para auxiliar na tomada de decisão é o controle de custos e despesas, e que são realizadas análises de rentabilidade na gestão das franquias.

Ainda, conclui-se que na opinião dos gestores, a maior dificuldade encontrada na condução de uma franquia é a alta carga tributária, e a solução para melhorar a gestão destes seria assessoria e/ou consultoria contábil que contribua nas decisões da sua franquia.

Com relação ao segundo objetivo específico, que foi verificar os impactos causados pela pandemia da Covid-19 nas franquias que compõem a amostra da pesquisa, concluiu-se que a crise financeira instaurada pela Covid-19 afetou diretamente as franquias, reduzindo significativamente o faturamento da maioria delas. Verificou-se também que a principal dificuldade que as franquias enfrentam na atualidade está relacionada com a deficiência de profissionais qualificados, e que em meio ao cenário econômico as franquias precisaram optar

por alguma medida ofertada pelo governo ou implantar alguma mudança, como a suspensão do contrato de trabalho de colaboradores, atendimento online e vendas via *delivery*.

Além disso, a pandemia mudou a maneira de muitas franquias se posicionar no mercado, fazendo com que os gestores tenham que buscar por novas tecnologias para inovar em alguma área na empresa para manter a sua sobrevivência no mercado, visto que na opinião dos participantes da pesquisa empresas inovadoras garantem maior sobrevivência no cenário atual.

O terceiro objetivo específico consistiu em avaliar a utilização da informação contábil durante a pandemia da Covid-19 pelos gestores das franquias, com isso concluiu-se que em sua pluralidade os serviços contábeis são desenvolvidos de forma terceirizada nas franquias. Os dados atingidos demonstraram que ocasionalmente os gestores consultam o contador antes de tomar alguma decisão importante pela franquia, alguns até consultam, porém, somente quando surge alguma dúvida que pode ser esclarecida pelo profissional. No entanto, a maioria dos gestores não tem interesse em buscar apoio desse profissional e preferem tomar suas decisões com base no próprio conhecimento e experiência.

Concluiu-se também que, os serviços oferecidos pelos contadores das franquias estão mais relacionados com a área fiscal e setor pessoal, e que as demonstrações contábeis apresentadas anualmente por estes são o balanço patrimonial e o demonstrativo do resultado, levando em conta que os gestores consideram como sendo bom o serviço prestado pelo seu profissional contábil.

Ainda, verificou-se que na opinião dos gestores as informações contábeis na sua franquia são importantes somente para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa e que as informações utilizadas com mais frequência para a tomada de decisão organizacional são informações referentes a tributação da empresa.

Porém, os gestores reconhecem a importância dos relatórios contábeis recebidos pelos seus contadores, considerando ser crucial ter um contador assessorando a sua empresa, e classificam como muito importante a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises.

Com base no exposto, nota-se que nas franquias as informações contábeis estão sendo utilizadas na maioria das vezes apenas para que se consiga cumprir com as obrigações legais e fiscais da empresa, sendo utilizadas com maior frequência nas áreas fiscais e trabalhistas e raramente para a tomada de decisão organizacional.

Dessa forma, conclui-se que ao término desse trabalho final de graduação conseguiu-se responder ao problema de pesquisa e aos objetivos do trabalho. Dessa forma, conclui-se que a pandemia afetou diretamente as franquias reduzindo consideravelmente o seu faturamento,

gerando a necessidade de os gestores optarem por medidas ofertadas pelo governo e a implantarem mudanças nas franquias. Além disso, o recurso mais utilizado para a tomada de decisão pelos gestores das franquias é a sua própria experiência e na opinião destes as informações contábeis na sua franquia são importantes somente para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa, dessa forma as informações utilizadas com mais frequência para a tomada de decisão organizacional são referentes a tributação da empresa e a ferramenta gerencial da contabilidade utilizada para auxiliar na tomada de decisão é o controle de custos e despesas, salienta-se que estes consideram ser crucial ter um contador assessorando a sua empresa.

As limitações encontradas para desenvolver o presente estudo se deram pela dificuldade de contato com as franquias, impedindo a abrangência de uma amostra maior. Além disso, outra limitação é a pouca quantidade de estudos que abordam um assunto semelhante para que seja possível a comparação dos resultados.

Como sugestão de estudos futuros recomenda-se a realização de um estudo semelhante aplicado a outros tipos de empresas ou setores, pois praticamente todos os ramos foram afetados pela pandemia. Ainda, sugere-se a realização do presente estudo com as franquias depois de passados alguns anos da pandemia, para se verificar a situação dessas e os impactos a longo prazo.

REFERÊNCIAS

ALVES, G.; COSTA, C. **Contabilidade Financeira**. 9 ed. Lisboa: Rei dos Livros, 2014.

ANTONIO, S. C. **O alisamento de resultados e a divulgação voluntária da informação**: Estudo de caso para o Grupo Portucel – Soporcel. Leiria: Instituto Politécnico de Leiria. Dissertação de Mestrado. 2012.

ANTUNES, M. T. P.; GRECCO, M. C. P.; FORMIGONI, H.; MENDONÇA, N. O. R. **A adoção no Brasil das normas internacionais de contabilidade IFRS**: o processo e seus impactos na qualidade da informação contábil. Revista de Economia e Relações Internacionais, 2012.

ASSIS, M. R. **O feedback corporativo está em xeque? um estudo de caso da percepção de um grupo de funcionários sobre feedback corporativo em uma empresa de tecnologia**. Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 2021.

ABF. **Associação Brasileira de Franchising**, 2020. Disponível em: <<https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franchising-brasileiro-2019/>> Acesso em: 30 mar. 2021.

ABF. **Associação Brasileira de Franchising**, 2021. Disponível em: <<https://www.abf.com.br/numeros-do-franchising/>> Acesso em: 10 mai. 2021.

BATISTA, C. I. **A evolução da contabilidade e o cotidiano num gabinete de contabilidade**. Relatório de Estágio de Mestrado apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar, 2014.

BITTAR, A. V.; SERIO, L. C.; VASCONCELOS, M. A. **Micro e pequenas empresas inovadoras**: evidências em empresas paulistanas. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2018.

BOAS, R.G.V.; MORAIS, M. I. **Informação contábil nas micro e pequenas empresas**: uma pesquisa de campo na cidade de Tangará da Serra-MT. Revista UNEMAT de Contabilidade, 2014.

BORGES, A.; RODRIGUES, J. **Contabilidade e Finanças para a Gestão** (5ª ed.). Lisboa: Áreas Editora, 2014.

CASTILHO, A. P.; BORGES, N. R. M.; PEREIRA, V. T.; **Manual de metodologia científica**. Itumbiara: ILES/ULBRA, 2014.

CERETTA, S. B.; FROEMMING, L. M. **Geração z: compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente**. Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar, 2011.

COSTA, C. F. J.; SILVA F. T. S.; SILVA, P. P. **As vantagens e desvantagens percebidas pelos gestores de franquias localizadas em shoppings centers de regiões periféricas**. centro universitário adventista de São Paulo, 2007.

CHERTO, M.; RIZZO, M. **Franchising na prática**. São Paulo: Makron Books, 1994.

COBRA, M. **Administração de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas 2010.

COELHO, C. U. F.; LINS, L. S. **Teoria da contabilidade**: abordagem contextual, histórica e gerencial. São Paulo: Atlas, 2010.

DARÓS, G. **O papel do contador nas micro e pequenas empresas da região de forquilhina**. Universidade do extremo sul catarinense- UNESC. Criciúma, 2013.

DE FARIA OLIVO, R. L.; CRIVELARO, E., GOZZI, S.; CAVALCANTI, M. **A criação de valor das franquias empresariais no Brasil sob a perspectiva do franqueador**. Revista de Ciências Gerenciais, 2015.

DIAS, J. C. R.; VASCONCELOS, M. T. C. As Características Qualitativas da Informação Contábil no **Desenvolvimento do Controle Social**: Uma Análise da Percepção dos Conselheiros Municipais do Recife Sobre a Utilidade das Informações Contábeis. Revista Contabilidade Vista & Revista, 2016.

PEREZ, E.; SILVA, A. P. S.; FERREIRA, E. E.; CALDAS, M. A. L. **O papel do contador como consultor nas micro e pequenas empresas**. Universidade Cidade de São Paulo – UNICID, 2019.

ESPINHA, P. G.; MACHADO, H. V. **Fatores de Fracasso de Empreendimentos no Sistema de Franchising**: um estudo exploratório. In: HOELTGABAUM, M.; MACHADO, H. V.; MACHADO, D. D. P. N. (Orgs.). Empreendedorismo em Franquias. Blumenau: Edifurb - Ed. da FURB, 2007.

EXAME. **6 números mostram o dramático impacto do coronavírus na economia**. 2020. Disponível em: <https://exame.com/economia/6-numeros-mostram-o-dramatico-impacto-do-coronavirus-na-economia/>. Acesso em: 30 mar. 2021.

FARIA, J. A.; AZEVEDO, T. C.; OLIVEIRA, M. S. **Utilização da contabilidade como ferramenta de apoio a gestão nas micro e pequenas empresas do ramo de comercio de material de construção de feira de Santana/BA**. Universidade Estadual de Ferreira de Santana, 2012.

FERNANDES, F. C.; KLANN, R. C.; FIGUEIREDO, M.S. **A Utilidade da Informação Contábil para a tomada de decisões: uma pesquisa com gestores alunos**. Contabilidade Vista & Revista, 2011.

FAVERO, L. P.; BELFIORE, P.; SILVA, F. L.; CHAN, B. L. **Análise de Dados**: modelagem multivariada para tomada de decisões. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FERREIRA, I. M. **Contabilidade de Gestão e o Papel do Contabilista nas PME**. Leiria: Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria. Dissertação de Mestrado, 2012.

FERREIRA, M. P.; SANTOS, J. C.; SERRA, Fernando A. R. **Ser empreendedor**: pensar, criar e moldar a nova empresa. São Paulo: Saraiva, 2010.

GARCIA, F. S. **Metodologia da pesquisa científica**: organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão. Revista Eletrônica Diálogos Acadêmicos, 2015.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo 2012. Curitiba: IBQP, 2012.

GERLANE P. A.; SANTOS, L. O. C. **Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios**. Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada, Recife, 2020.

GIGLIOTTI, B. S. **O funcionamento do sistema de franchising**. In: MELO, Pedro Lucas; ANDREASSI, Tales (Org.) **Franquias brasileiras**: Estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização. São Paulo, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GUERRA, A. F. Relacionamentos, incentivos e conflitos em franquias. In: MELO, Pedro Lucas; ANDREASSI, Tales (Org.) **Franquias brasileiras**: Estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização. São Paulo, 2012.

GUETTA, A. **10 perguntas sobre franchising**. In: **FILHO, Beto et al. Franchising**: aprenda com os especialistas. Rio de Janeiro: ABF-Rio, 2013.

GUIMARÃES, J. D. S.; NASCIMENTO, A. M.; SANTOS, L. O. C.; RODRIGUES, G. P. A. **Efeitos da Pandemia do COVID-19 na Transformação Digital de Pequenos Negócios**. Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada, 2020.

GOMES, L.R.; LONGHINI, T. M. **Análise de viabilidade econômico-financeira de franquia de artigos de presentes e decoração**. Revista das faculdades integradas Vianna Júnior, 2020.

GOMES, M. A. **Contabilidade como ferramenta de gestão empresarial**. Pouso Alegre, Brasil: Universidade do Vale do Sapucaí, 2013.

G1. **Desaceleração global por coronavírus será ‘muito pior’ do que crise financeira, diz FMI**. 2020. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/04/03/desaceleracao-global-por-coronavirus-sera-muito-pior-do-que-crise-financeira-diz-fmi.ghtml>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

HAIR, J. F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMUEL, P. **Fundamentos métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HEISSLER, I. P.; VENDRUSCOLO, M. I. **Percepção dos Usuários da Contabilidade Sobre a Informação Contábil**. Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul, 2018.

HALL, R. J.; COSTA, V. C.; MOURA, G. D.; HEIN, N. **Contabilidade como uma ferramenta da gestão: um estudo em micro e pequenas empresas do ramo de comércio de Dourados-MS**. Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, 2012.

IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. **Introdução à teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2002.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **O IBGE apoiando o combate a covid-19, (2020)**. Disponível em: < <https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>>. Acesso em: 10 abr. 2021.

LIMA, J. A. S.; LUNA R, M.; SOUSA, A. R. **Evolução do sistema de franquias no Brasil**. Universidade Nove de Julho. São Paulo, Brasil, 2012.

FERREIRA, J. R. R.; SANTA RITA, L. P. **Impactos da Covid- 19 na Economia: limites, desafios e políticas**. Cadernos de Prospecção – Salvador, 2020. KRUEGER, N. **Coronavírus: O papel do contador e os efeitos da pandemia na sua empresa**. Pronta serviços contábeis, 2020. Disponível em: <https://www.prontasc.com.br/coronavirus-o-papel-do-contador/>. Acesso em: 30 mar. 2021.

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2015.

LAURENTINO, A. J.; LESTENSKY, D. L.; NOGARA, J. G.; PRIA, T. D. **A importância da contabilidade gerencial para as micro e pequenas empresas no século XXI no Brasil**. Monografia (Ciências Contábeis) – FAE Centro Universitário, Curitiba, 2008.

LEOPARDI, M.T.; BECK C. L. C.; NIETSCHE, E. A.; GONZALES R. M. B. **Metodologia da pesquisa na saúde**. Santa Maria (RS): Palotti; 2001.

LEVINE, D. M.; STEPHAN, D. F.; KREHBIEL, T. C.; BERENSON, M. L. **Estatística: teoria e aplicações**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LIMA, I. G. **Aspectos qualitativos da informação contábil**: Uma visão analítica acerca da qualidade informacional introduzida a partir dos normativos contábeis estabelecidos pelo CPC, IASB e FAB. GETEC, 2012.

LIMA, W. G. **A Importância da Contabilidade na Economia das Empresas**. Araçatuba: UMSA/UNISUL, 2000.

LOPES, I. **Contabilidade Financeira**: Preparação das Demonstrações Financeiras, sua Divulgação e Análise. Lisboa: Escolar Editora, 2013.

MAIO, T. L. **A felicidade no trabalho**: o impacto na gestão das organizações. Instituto Superior de Gestão. Lisboa, 2016.

MANZI, S. M. S. **A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão**: estudo no setor de pet shop, na cidade do Recife. Dissertação apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Controladoria (PPGC) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Recife, PE, 2016.

MARION, J. C. **Contabilidade básica**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

- MARQUES, M. **7 dicas para o contador ajudar o cliente**. 2020. Disponível em: <<https://blog.fortestecnologia.com.br/dicas-para-contador-ajudar-o-cliente/>>. Acesso em: 16 mar. 2021.
- MATTAR, F. N. **Administração de varejo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- MELO, C.; CABRAL, S. **A grande crise e as crises brasileiras: o efeito catalisador da covid-19**. Revista Eletrônica Gestão & Sociedade, Belo Horizonte, 2020.
- MELO, J. A. M. M.; FIGUEIREDO, L. S. G. **Franchising como estratégia de crescimento: Um estudo de caso em uma academia de musculação em sobradinho- DF**. Revista Negócios em Projeção, 2019.
- MELO, P. L. R.; ANDREASSI, T. **Franquias Brasileiras: estratégia, empreendedorismo, inovação e internacionalização**. São Paulo, 2012.
- MELO, P. L. R. **Internacionalização das redes de franquias brasileiras: uma análise organizacional e institucional**. Tese. (Obtenção título de Doutor em Ciências) USP-SP, 2012.
- MELO, P. L. de R.; ANDREASSI, T. **Publicação Científica Nacional e Internacional sobre Franchising: Levantamento e Análise do Período 1998 - 2007**. Rac, Curitiba, 2010.
- MENEZES, A. H. N.; DUARTE, F. R.; CARVALHO, L. O. R.; SOUZA, T. E. S. **Metodologia científica e aplicação na educação a distância**. Universidade Federal do Vale São Francisco, 2019.
- MENDES, A. C. A.; MENEGAZZO, G. D.; LUNKES, R. J.; SCHNORRENBERGER, D.; LAVARDA, C. E. F. **Características observáveis dos gestores e a utilização da informação contábil: um estudo com base na teoria dos escalões superiores**. Universidade de Valência, 2017.
- MENDES, S. D. **A importância da contabilidade como instrumento de gestão nas empresas: Uma análise dos impactos do coronavírus nas micro e pequenas empresas da cidade de João Pessoa/PB**. João Pessoa, 2020.
- MONTEIRO, S. **Manual de Contabilidade Financeira**. Porto: Vida Económica, 2013.
- MOREIRA, R. C. S.; SILVA, A. S.; SILVA, P.A. A. **Importância da informação contábil para os gestores de micro e pequenas empresas de Porto Velho - RO e sua aplicabilidade na tomada de decisão**. Centro Universitário São Lucas, Porto Velho, Brasil, 2017.
- MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Ministério da Economia avalia impacto econômico do coronavírus**. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/03/ministerio-da-economia-avalia-impacto-economico-do-coronavirus-no-brasil>>. Acesso em: 16 mar. 2021.
- MROGINSKI, D. A. S.; SCHWERZ, M. **Utilização das Informações Contábeis como Suporte a Tomada de Decisão na Percepção de Empresários de Micro e Pequenas Empresas**. Universidade de Cruz Alta, 2017.

NABAIS, C.; NABAIS, F. **Prática Financeira: Análise Económica e Financeira** (7.^a ed.). Fidel edições técnicas, 2011.

NONNEMACHER, J. M. T.; SILVEIRA, M.; BARP, A. D. **Percepção dos clientes de dois escritórios de contabilidade acerca da qualidade dos serviços prestados**. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2020.

NUNES, K. P.; MIRANDA, L. C.; FERREIRA, K. A. S. **Dura lição: aprendendo com os pequenos empresários que fecharam seus negócios**. Revista da Micro e Pequena Empresa, 2010.

OLIVEIRA, F. D. C. **Características Qualitativas da Informação Contábil: Um Estudo da Percepção dos Concludentes do Curso de Ciências Contábeis da UFCG**. Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade, 2014.

PEREIRA, A.S.; SHITSUKA, D. M.; PARREIRA, F. J.; SHITSUKA, R. **Metodologia da pesquisa científica**. Universidade Federal de Santa Maria, 2018.

PEREIRA, J.E.A; LEMES, V.P.; GONZALES, A. Os novos desafios da contabilidade para micros e pequenas empresas: uma análise sobre as perspectivas de adaptação e a utilização da escrituração simplificada para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte–ITG 1000. Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos (REDECA), 2017.

PÉRSICO, J. A.; PAULA, J. **Franquias**. SEBRAE. 2013. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf. Acesso em: 10 abr. 2021.

RAMOS, I. S. **Da adaptação a sobrevivência: uma análise da percepção da inovação no contexto da pandemia em MPES**. Universidade Federal de Juiz de Fora. Governador Valadares, 2020.

RAZA, C. Informações contábeis: **o cliente não sabe pedir e o escritório contábil, na sua grande maioria, não está preparado para fornecer**. Boletim CRC SP, São Paulo, 2008.

RIBEIRO, A.; GALHARDO, M.; MARCHI, L.; IMPERATORE, L. G. **Gestão Estratégica do Franchising: Como construir redes de franquias de sucesso**. 2. ed. São Paulo: DVS Editora, 2013.

RIBEIRO, A.; GALHARDO, M.; MARCHI, L.; IMPERATORE, L. G. **Gestão estratégica do franchising – como construir redes de franquias de sucesso**. 2. ed. São Paulo: DVS, 2013.

RIBEIRO, A. F.; BARELLA, E. J.; ANTONIO, L. **A informação contábil como instrumento de apoio às micro e pequenas empresas: percepção dos gestores de micro e pequenas empresas de Paranaíta–MT, quanto à utilização de informações da contabilidade no processo de tomada de decisão**. Paranaíta–MT, 2012.

ROCHA, F. B. **Impacto da postura comportamental do franqueado e de sua relação com o franqueador no desempenho da franquia**. Dissertação (Mestrado em Administração).

Programa de Pós-graduação em Administração. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2010.

SALOMÉ, F. F. S.; SOUSA, R. M. N.; SOUSA, R. E. A.; SILVA, V.G.M. **O impacto da pandemia do COVID- 19 na gestão financeira das micro e pequenas empresas do setor varejista de Cláudio- MG.** Minas Gerais, 2021.

SANTOS, A. L.; KREIN, J. D.; CALIXTRE, A. B. **Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento.** Brasília: Ipea, 2012.

SANTOS, C. J. O. D. **A importância da Contabilidade para a tomada de decisão.** Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra. Coimbra, 2018.

SCIENZA, C. **Sistemas de franquias e seus subsistemas: um estudo de caso em franquias de alimentação.** EnANPAD, Curitiba, 2018.

SEBRAE- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Pequenos negócios em números.** Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

SEBRAE- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** 2011. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD#>. Acesso em: 30 mar. 2021.

SEBRAE- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Critérios de classificação de empresas: MEI - ME – EPP.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 01 abr. 2021.

SEBRAE- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Anuário do trabalho nas micro e pequena empresa.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/MPE_conceito_emp_regados.pdf> Acesso em: 12 nov. 2021.

SEBRAE- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS. **Como saber qual o enquadramento tributário para minha empresa.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-saber-qual-o-enquadramentotributarioparaminhaempresa,2ae2ace85e4ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 01 dez. 2021.

SILVA, A. C. R.; Pimentel, I. G.; Araújo, F. C. **Princípios e Normas Brasileiras de Contabilidade: Percepções dos Empresários das Organizações Contábeis de Cidade De Salvador/Bahia.** Ciências Sociais Aplicadas em Revista, 2011.

SILVA, V. L. S.; AZEVEDO, P. F. **Formas plurais no franchising de alimentos: evidências de estudos de caso na França e no Brasil.** Revista de Administração Contemporânea, Edição Especial, 2007.

SOARES, J. **Sistema de Normalização Contabilística** – Questões e Casos Práticos. Lisboa: Plátano Editora, 2010.

SOUSA, S. N.; SOUZA, E. C.; SILVA, A. R. P.; GONÇALVES, T.J.C. A. **As características qualitativas da informação contábil a partir da percepção dos profissionais de contabilidade.** Universidade Federal do Pará, 2016.

SOUZA, G. C.; LOURENZANI, A. E. B. S. A Importância do perfil do franqueado para o sucesso das franquias: uma análise da capacidade empreendedora. Revista Brasileira de Estratégia, 2011.

SOUZA, M. A. M.; TEIXEIRA, R. M. **Competências empreendedoras em franquias: estudo de multicasos em Sergipe.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2013.

SOUZA, M. R.; JUNQUEIRA, L. A. P.; LAS CASAS, A. L. **O perfil do franqueado divulgado pelos franqueadores na fase de prospecção de candidatos.** 2014.

TÁVORA, F. L. **Impactos do novo coronavírus (Covid-19) no agronegócio brasileiro.** Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, n. 274, 2020.

VASCONCELOS, A. F. M. C. **Percepções sobre os serviços contábeis: um confronto entre visões de empresários e contadores.** Universidade Federal de Uberlândia, 2020.

VIER, H.; GUENA, P. Empreendedorismo e Franchising: Uma combinação que garante a sobrevivência? São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2010.

YOSHITAKE, M.; PEREZ, E.; SILVA, A. P. S.; FERREIRA, E. E.; CALDAS, M. A. L. **O papel do contador como consultor nas micro e pequenas empresas.** Universidade Cidade de São Paulo – UNICID, 2019.

KUAZAQUI, E.; KANAANE, R.; SOIDA, I. A. I. **Micro e pequenas empresas e o período da pandemia na cidade de São Paulo.** Congresso Latino- Americano de Varejo, 2020.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

A CONTABILIDADE PODE SALVAR MINHA FRANQUIA? UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA DA COVID- 19 NO SISTEMA DE FRANQUIAS

Você está sendo convidado a participar da pesquisa intitulada, a contabilidade pode salvar minha franquia? Uma análise dos impactos causados pela pandemia da Covid- 19 no sistema de franquias, que conta com o objetivo de verificar os impactos causados pela pandemia neste setor. Este estudo está sendo conduzido pela acadêmica Jéssica Teixeira da Costa, do curso de Ciências Contábeis da Universidade Franciscana da cidade de Santa Maria- RS. A pesquisa não oferece riscos nem constrangimento aos participantes, e os dados coletados serão utilizados somente para fins acadêmicos. A pesquisa em questão proporcionará conhecimento e expansão da temática abordada por se tratar de um cenário recente.

Orientadora: Prof. Jaqueline Carla Guse- (55) 99182-0868

Bloco 1: Perfil do entrevistado

1) Gênero:

- Masculino
- Feminino

2) Faixa etária:

- Até 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- Acima de 54 anos

3) Grau de Escolaridade:

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós graduação

4) Qual a sua ocupação na empresa?

- Proprietário
- Administrador
- Sócio
- Gerente
- Supervisor

5) Qual o seu grau de conhecimento em gestão financeira de negócios?

- Muito importante
- Importante
- Moderado
- Às vezes importante
- Não é importante

6) Qual o ramo de atividade da sua franquia?

- Alimentação
- Casa e construção
- Comercial (venda de produtos)
- Construção e imobiliárias
- Saúde e beleza
- Prestação de serviço

7) Tempo de atuação da sua franquia no mercado:

- Menos de 2 anos
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 5 e 10 anos
- Entre 10 e 15 anos
- Acima de 15 anos

8) Qual o número de funcionários da sua franquia?

- Até 10 pessoas
 - De 11 a 20 pessoas
 - De 21 a 30 pessoas
 - De 31 a 40 pessoas
 - Acima de 40 pessoas
-

Bloco 2: Tomada de decisões**9) Por que você optou por uma franquia ao invés de um negócio tradicional?**

- Falta de experiência em abrir um negócio novo
- Pura intuição
- Fiz pesquisa e constatei ser o melhor negócio
- Indicação de amigos
- Indicação de consultoria

10) Quem é o responsável pela tomada de decisões na sua franquia?

- Proprietário
- Administrador contratado pela empresa
- Sócio
- Gerente
- Supervisor

11) Qual o recurso mais utilizado por você para a tomada de decisão?

- Sua própria experiência
- Informações fornecidas pela contabilidade
- Relatórios elaborados por você
- Intuição

12) Com quem você se aconselha antes de tomar alguma decisão pela franquia?

- Familiares
- Administradores
- Economistas
- Amigos
- Contador
- SEBRAE
- Advogados
- Ninguém

13) Na sua gestão você costuma realizar alguma dessas análises sob os indicadores econômicos e financeiros na franquia?

- Análise de liquidez (capacidade de pagamento da empresa frente a suas obrigações)
- Análise de rentabilidade (retorno sobre os investimentos, retorno sobre as vendas e retorno sobre o capital próprio)
- Análise de endividamento (dimensão da dívida total de uma instituição em comparação ao seu ativo)
- Análise das demonstrações contábeis (estudo da situação financeira e patrimonial de uma empresa)
- Nenhuma

14) Com que frequência você tem realizado feedbacks com a equipe para buscar saber como está o andamento dos processos durante a pandemia?

- Muito frequente
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

15) Na sua franquia você faz uso de alguma ferramenta gerencial, para te auxiliar na tomada de decisão?

- Planejamento estratégico de vendas
- Planejamento de marketing
- Orçamento de compras
- Previsões de faturamento
- Balanço patrimonial e/ou Demonstração do resultado do exercício
- Controle de custos e despesas
- Não utilizo nenhuma ferramenta gerencial

16) Na sua percepção, qual a maior dificuldade que o gestor enfrenta na condução de uma franquia? (Permitida mais de uma alternativa).

- Alta carga tributária
- Controle das despesas
- Separar financeiro pessoal do financeiro da entidade
- Concorrência
- Crises de mercado
- Sem dificuldades
- Falta de apoio/informação dos contadores sobre a situação da empresa
- Necessidade de assumir várias responsabilidades na empresa

17) Referente as dificuldades, no seu ponto de vista qual seria a solução para a melhorar a sua gestão nesta franquia?

- Assessoria e/ou consultoria contábil que contribua nas decisões da sua franquia
 - Obter maior conhecimento em gestão
 - Organização
 - Planejamento
-

Bloco 3: Impactos causados pela pandemia da covid-19

18) A crise financeira instaurada pela covid-19, afetou diretamente o seu negócio?

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não estou decidido
- Discordo
- Discordo totalmente

19) Qual é a principal dificuldade que a sua franquia enfrenta na atualidade? (Escolher somente uma)

- Financeira
- Falta de auxílio de um profissional contábil
- Deficiência de profissionais qualificados
- Inadimplência
- Tributação Elevada
- Concorrência
- Não enfrenta nenhuma dificuldade

20) Em meio a esse novo cenário econômico, sua franquia optou por alguma medida ofertada pelo governo ou implantou alguma mudança? (Permitida mais de uma alternativa)

- Suspensão do contrato de trabalho de colaboradores
- Redução do contrato de trabalho de colaboradores
- Férias antecipadas
- Férias coletivas
- Atendimento online
- Home Office
- Delivery
- Empréstimos para custear a folha de pagamento
- Rescisões Contratuais
- Parcelamento de Impostos
- Nenhuma

21) Ocorreram alterações quanto ao faturamento da sua franquia, em decorrência da crise causada pela pandemia da covid-19?

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não estou decidido
- Discordo
- Discordo totalmente

22) Se você respondeu “sim” na questão nº 22, qual foi o nível da redução do faturamento na sua franquia?

- Reduziu de 1% a 40%
- Reduziu de 41% a 60%
- Reduziu de 61% a 80%
- Reduziu de 81% a 99%
- Reduziu de 100%
- Sem alterações

23) Para você, a pandemia mudou a maneira da sua franquia se posicionar no mercado?

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não estou decidido
- Discordo
- Discordo totalmente

24) Você acredita que a pandemia incentivou, de alguma forma, a implantação de inovação pelos gestores das franquias?

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não estou decidido
- Discordo
- Discordo totalmente

25) Você acredita que empresas inovadoras garantem maior sobrevivência no cenário atual?

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não estou decidido
- Discordo
- Discordo totalmente

26) Você, gestor, precisou inovar em alguma área da sua empresa no período de pandemia?

- Buscar por novas tecnologias
 - Melhorar seu produto
 - Mudanças nas técnicas de marketing utilizadas
 - Alteração de processos
 - Buscar entender melhor o cliente através pesquisas de satisfação.
 - Não ocorreu nenhum tipo de inovação
-

Bloco 4: Utilização das informações contábeis

27) Qual a forma de tributação da sua franquia?

- Simples Nacional
- Lucro Presumido
- Lucro Arbitrado
- Lucro Real

28) Como são desenvolvidos serviços contábeis da empresa?

- Internamente na empresa
- Terceirizados com uma organização contábil

29) Você costuma consultar a contabilidade antes de tomar alguma decisão importante? (Ex.: Tentar um empréstimo, admitir novo funcionário, abertura de alguma filial, etc.)

- Muito frequente
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Raramente
- Nunca

30) Quais são os serviços oferecidos pelo seu contador? (Permitido mais de uma alternativa)

- Escrituração fiscal (apuração de impostos, elaboração livros fiscais)
- Setor Pessoal (admissões, rescisões, folha de pagamento e guias sociais)
- Escrituração Contábil (elaboração Livro Diário e Demonstrações Contábeis)
- Constituição e alterações contratuais
- Controle dos bens do ativo imobilizado
- Consultorias e esclarecimentos quando solicitados.

31) Quais destas demonstrações contábeis contador da sua franquia apresenta anualmente? (Permitido mais de uma alternativa)

- Balanço Patrimonial (BP)
- Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE)
- Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL);
- Demonstração do Lucro ou Prejuízo Acumulado (DLPA)
- Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC)
- Demonstração do Valor Adicionado (DVA)
- Não elabora nenhuma demonstração contábil

32) Com que frequência seu contador está disponível para lhe atender?

- Sempre que solicitado
- Apenas com hora marcada
- Raramente está disponível

33) Assinale o relatório contábil que o contador fornece à sua empresa (Permitido mais de uma alternativa)

- Balancete de verificação
- Folha de pagamento dos funcionários
- Guias de pagamento de impostos e encargos sociais
- Notas Explicativas.
- Nenhuma

34) Qual é a sua opinião quanto aos relatórios contábeis recebidos?

- Não consigo compreender e nem vejo muita utilidade
- Compreendo, mas não vejo muita utilidade
- Compreendo e vejo que possui muita utilidade
- Úteis, mas não aplico na empresa
- Úteis e são aplicados na empresa
- Não recebo relatório contábil

35) Como você avalia a qualidade do serviço prestado pelo seu profissional contábil?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

36) Indique qual(is) área(s) a informação contábil tem sido mais utilizada na sua empresa? Se necessário, assinalar mais de uma opção.

- Fiscal
- Trabalhista
- Gerencial
- Financeira
- Nenhuma

37) Qual a importância da informação contábil para a sua empresa? (Permitido mais de uma alternativa)

- Importante para fins de acompanhamento da empresa
- Importante para conseguir cumprir com todas as obrigações legais e fiscais da empresa
- Importante para avaliar o desempenho econômico obtido e projetar resultados futuros
- Importante para tomar decisões
- Não vejo importância da contabilidade para o sucesso da empresa

38) Qual é o tipo de informação contábil que você utiliza com mais frequência para a tomada de decisão organizacional da sua empresa? Se necessário, assinalar mais de uma opção.

- Informações referentes à tributação da empresa
- Balancete de verificação
- Balanço patrimonial
- Demonstração do resultado do exercício - DRE
- Demonstrações do fluxo de caixa
- Não utilizo informação contábil para fins de tomada de decisão

39) Como você classifica a utilização das informações contábeis para o enfrentamento de crises?

- Muito Importante
- Importante
- Moderado
- As vezes importante
- Não é importante

40) Você acredita que é crucial ter um contador assessorando sua empresa?

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não estou decidido
- Discordo
- Discordo totalmente