

# ECONOMICIDADE DA PEQUENA CÉLULA SOCIAL

WERNER HERCKERT\*

Perante a realidade de pesquisa efetuada que 80% das pequenas empresas desaparecem no 1º ano de vida observamos que algo está mal. Toda empresa quando é constituída é para prosperar e se perpetuar através da temporalidade das funções de seus meios patrimoniais, de forma perene. Analisemos alguns fatores que podem cooperar com a pequena célula social para sua economicidade e prosperidade e assim se perpetuar como ocorre com as diversas espécies na Biologia.



Ampliar o nível de conhecimento (do empresário e do pessoal) é, parece-me um dos fatores básicos para a economicidade e prosperidade. Deixar de lado formas já ultrapassadas e arcaicas e partir para novas formas de administrar parece ser a renovação que como constante deve prevalecer na evolução dos negócios. Partir para uma administração moderna, criativa onde todos possam participar e sentir-se importantes é a chave do método transformador.

A frequência a cursos, eventos, as leituras específicas, etc. são instrumentos que a cultura empresarial reclama. "Empresários que não renovam suas organizações e não investem em tecnologia estão com os dias contados no mundo dos negócios." É o que diz John Donovan, professor adjunto do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) e presidente do Grupo de Tecnologia de Cambridge (CTG) nos Estados Unidos.

Segundo Eduardo Botelho, autor do livro a Empresa Inteligente, o principal problema na empresa está na cabeça do empresário. É preciso haver uma vontade de trocar experiências, e buscar soluções. O pequeno empresário, por estar demais envolvido nos próprios problemas, não tem tempo para ampliar sua visão. Só tem farol baixo, só olha o imediato." (Ver meu opúsculo Repensar a pequena empresa, Vilani: Três de Maio, dezembro de 1997).

A força intelectual, um bem imaterial que não se menciona e nem se registra na contabilidade tradicional, é que vai determinar a eficácia ou ineficácia do patrimônio.

Há, na atualidade, todavia, uma preocupação dos estudiosos em mensurar o poder intelectual que age na dinâmica da riqueza. Ele é uma força que modifica o capital. O patrimônio por si só não se movimenta. É necessário uma ação que o modifique. Contabilmente, movimento é transformação do meio patrimonial. Um motor que está parado tem potencialidade mas está sem função, portanto, na inércia. Por influência ambiental endógena ou exógena o motor pode sair de sua inércia e colocar-se em movimento e

assim há uma transformação no seu valor de utilidade. Na Física há movimento quando o corpo impulsionado por uma força sai da inércia.

### **FUNÇÃO E DISFUNÇÃO DO MEIO DE PAGAMENTO**

A função da liquidez é pagar em dia os compromissos com terceiros. Sempre que se paga nos prazos se exerce a economicidade. Cria-se, assim, a confiabilidade perante os fornecedores. Este ambiente de confiança que se cria pela eficácia da liquidez é um fator invisível que atua positivamente na dinâmica do meio patrimonial. A confiabilidade é um valor necessário para que se exerça a economicidade.

### **RESULTABILIDADE E ECONOMICIDADE**

Para a sanidade patrimonial é necessário que aja lucro por pequeno que seja. Quando há resultabilidade se exerce a economicidade. Quando há rédito negativo não se exerce a economicidade. Há casos em que se vende o meio patrimonial com prejuízo para atrair o cliente, para derrotar um concorrente ou atrair outras vendas.

É paradoxal admitir que a perda, às vezes, é uma necessidade. Em determinadas circunstâncias o empresário pratica-a voluntariamente para atrair clientes ou para fazer concorrência a outros empresários. Sobre o paradoxo da perda eficaz o Prof. Lopes de Sá nos ensina: "...a perda só se comprovará eficaz se e somente se resultar em elemento futuro que venha a representar um acréscimo de valor na empresa e que possa, não só anular a redução momentânea, mas superá-la". A perda em um determinado período pode ser fator de economicidade.

O lucro é um dos objetivos básicos dos empresários. Leitner da Escola reidualista alemã ensinava, como base de estudos, a maximização do lucro. Defendia ele a compra ao mais baixo preço e a venda ao mais alto preço possível. Rieger ensinava que a empresa é um instrumento de lucro e assim o rédito a coisa de maior significação. Desprezou, portanto, a concepção social da azienda. Também Hoffmann ensinava, como objeto de estudos, a obtenção dos

lucros. Na atualidade o Prof. Lopes de Sá leciona: "O rédito é um fenômeno que provém da ação humana, da natureza, do capital, pois muitos são os fatos endógenos e exógenos que influem sobre o capital é inequívoco, mas para o patrimonialismo ele é um fenômeno do capital".

Ainda diz: "O fenômeno do rédito acontece quando o capital (aqui entendido como todo o patrimônio da empresa), volvido à obtenção da finalidade lucrativa, varia, por efeito de sua movimentação, em decorrência da atividade desenvolvida para a utilização do mesmo". (pg. 205)

### **O CLIENTE E O MEIO PATRIMONIAL**

Na concepção moderna o cliente é tido como o padrão. É como uma força que faz girar o meio patrimonial. Giro é uma sucessão contínua de circulação. Circulação, ensina o Prof. Lopes de Sá: "é a simples transformação ou passagem de um estado a outro, de um componente da riqueza ou meio patrimonial".

O cliente é um agente propulsor da dinâmica patrimonial. Ele é o agente fundamental para que aja economicidade do pequeno patrimônio. Com o cliente há função do meio patrimonial. Sem o cliente não há função plena do meio patrimonial.

A clientela é uma riqueza imaterial que não se menciona e nem se registra na contabilidade tradicional. Mas é um ativo intangível cuja mensuração e registro preocupa os estudiosos. O Prof. Vogel cita como a 2ª perspectiva estratégica del *Balanced Scorecard* (BSC) - El *Tablero de Comando*.

A demonstração de honestidade por parte do empresário e do pessoal gera um clima de confiança no cliente. Esta honestidade é uma força magnética que atrai o cliente e a desonestidade é uma força que repele o cliente. Assim, também, na física existe uma força magnética que atrai o corpo e outra que repele o corpo. O aumento da clientela é importante para a dinâmica da riqueza. Aumentando-se o número de clientes aumenta-se o giro do meio patrimonial. A redução da clientela diminui o giro da mercadoria. Repito o cliente é um elemento fundamental para que a empresa tenha economicidade e prosperidade.

Citemos alguns fatores de qualidade na atração do cliente:

1. *O carisma e a criatividade intelectual do empresário.*
2. *A honestidade do empresário e do pessoal (Ética nos negócios)*
3. *O preço e qualidade dos produtos.*
4. *As promoções de mercadorias.*
5. *O atendimento ao cliente.*
6. *A espacialidade (localização)*

### **CONCLUSÃO**

O conhecimento é fundamental para que aja economicidade na pequena riqueza.

O cerne da sobrevivência e prosperidade do pequeno patrimônio está na capacidade intelectual e criativa de seu proprietário. A influência ambiental endógena exercida sobre a dinâmica do capital é que vai determinar sua eficácia ou ineficácia.

A corrente doutrinária Lope-sista, com competência, vem analisando estes fatores e se firmando como a mais avançada doutrina da contabilidade do 3º milênio e segundo a mesma a Prosperidade é a grande meta, mas, esta dependerá sempre da eficácia na gestão dos capitais.

(\*) - CONTADOR, PROFESSOR E ESCRITOR, RS.

#### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- HERCKERT, Werno. A contabilidade em face do futuro e o neopatrimonialismo. IPAT Boletim, Belo Horizonte, novembro de 2000
- HERCKERT, Werno. Ativo imaterial e força intelectual, IPAT Boletim, Belo Horizonte, novembro de 2000
- HERCKERT, Werno. Patrimônio e as influências ambientais, Megs: Horizontina, 1999
- HERCKERT, Werno. Sistema da economicidade sob a ótica do neopatrimonialismo, outubro de 2000
- HERCKERT, Werno. Sistema da liquidez sob a ótica do neopatrimonialismo, setembro de 2000
- HERCKERT, Werno. Repensar a pequena empresa, Vilani: Três de Maio, dezembro de 1997
- PABLOS, Patricia Ordóñez de. Importância estratégica de la medición del capital intelectual en las organizaciones, Internet, noviembre de 2000
- SÁ, Antônio Lopes de. Teoria da contabilidade, Atlas: São Paulo, 1998
- SÁ, Antônio Lopes de. História geral e das doutrinas da contabilidade, Atlas: São Paulo, 1997
- SÁ, Antônio Lopes de. Paradoxo contábil da perda eficaz, Internet, maio de 2000
- SÁ, Antônio Lopes de. Consciência administrativa perante o desconhecido, Internet, dezembro de 2000
- SÁ, Antônio Lopes de. Valores além e aquém do capital, Internet, novembro de 2000
- SÁ, Antônio Lopes de. Futuro das empresas e informação, Internet, dezembro de 2000
- SÊMOLA, Marcos. 7 dicas para proteger o seu negócio, www.modulo.com.br, novembro de 2000
- VOGEL, Mario Hector. Gerenciar sólo por indicadores financeiros es un suicidio, www.tablero-decomando.com, diciembre de 2000