

A literacia financeira e digital dos empresários de micro, pequenas e médias empresas (PME's) da região Centro



LILIANA MARQUES PIMENTEL*
BRUNA RODRIGUES**

As PME's são responsáveis por cerca de 95% do tecido empresarial mundial sendo, assim, as maiores fundadoras de postos de trabalho. No que respeita a Portugal, segundo dados do Pordata, os últimos dados disponíveis, em 2020, existiam 1.314.944 PME's num universo total de 1.316.256, ou seja, as PME's representavam 99,90% do tecido empresarial português. Na mesma linha de pensamento, e de acordo com o referido banco de dados, no mesmo ano, as empresas em estudo empregavam 3.293.582 indivíduos do total da população activa de 5.034.500. Desta forma, pode-se perceber que as PME's têm um papel fulcral no desenvolvimento económico, contribuindo com inovação, combate à pobreza, distribuição e criação de riqueza e competitividade de um país (Arribas & Vila, 2007).

Consequentemente, os gestores dessas mesmas empresas têm de ser portadores de múltiplas capacidades para tomar as melhores decisões de forma a ampliar a sua vida útil e o seu potencial. Neste sentido Calvino et al. (2015), afirmam que cerca de metade das PME's não sobrevivem mais do que cinco anos após a sua constituição. Graña-Alvarez et al. (2022) atribuem este fenómeno à falta de Literacia Financeira (LF), uma vez que perceberam, através dos seus estudos, que a LF tem influência nas atitudes e comportamentos financeiros, bem como nas capacidades organizacionais e no desempenho das PME's. Portanto, torna-se essencial o estudo desta temática, na medida em

que estas empresas são um dos pilares da economia e devem, por isso mesmo, ser fortalecidas com conhecimento para garantir a sua longevidade.

Mais recentemente o conceito de literacia financeira foi alargado à literacia financeira digital. De acordo com Morgan et al. (2019), os países pertencentes ao G20 devem cooperar entre si para definirem o âmbito da literacia financeira digital, e após isto devem criar e implementar programas para a promoção de literacia financeira digital como fizeram aquando da promoção da literacia financeira tendo como principal objectivo a protecção dos grupos vulneráveis: os idosos, os menos instruídos, proprietários de pequenas e médias empresas (PME) e empresas iniciantes e as mulheres.

Este artigo resulta de um pequeno estudo exploratório que analisou a problemática da literacia financeira e digital dos gestores/empresários das micro, pequenas e médias empresas da Região Centro, saliente-se que 20% da amostra é constituída por empresários da região das Terras de Sicó.

Neste estudo, a metodologia usada para responder aos objectivos inicialmente definidos, foi a realização de um inquérito tendo por base o 1.º relatório do Plano Nacional de Literacia Financeira no ano de 2021. O inquérito foi estruturado em cinco secções: caracterização do perfil da empresa, tipos de produtos financeiros utilizados e conhecimento das suas características, como é feita a gestão e planeamento das finanças da empresa, avaliação do impacto da crise da Covid-19 e o nível de digitalização na empresa, e dados demográficos sobre o inquirido.

Com base numa amostra de 105 respostas os resultados obtidos revelaram que o nível de LF dos inquiridos se situava em 69,65%. De igual modo, verificou-se que as habilitações literárias e o volume de negócios são os principais factores que influenciam o nível de LF. Os resul-

tados demonstram que a maior parte dos respondentes utilizam contas bancárias em banco físico, não existindo tendência nem preferência por canais digitais e 89,9% afirma que têm contas separadas para o seu agregado familiar e para a sua empresa e que são geridas de forma separada, embora 6% considere que por vezes é muito difícil gerir de forma completamente separada ambas as contas (familiar versus empresa) e que em situações de falta de liquidez imediata da empresa recorrem às poupanças familiares. Em termos de produtos financeiros a maioria dos inquiridos utiliza como principal fonte de financiamento os empréstimos bancários, e não têm grande interesse nem conhecimento de outro tipo de produtos e serviços financeiros, como por exemplo, o financiamento ou aplicações financeiras no mercado de capitais. A grande maioria dos inquiridos recorre ao contabilista para os ajudar a tomar as decisões financeiras. Em termos de impacto da Covid-19 a maioria dos inquiridos refere que não existiu qualquer alteração no que se refere aos produtos financeiros usados e às suas práticas financeiras e de financiamento. Em termos da literacia digital (LD) pode-se constatar que a maioria dos respondentes têm actualmente um sítio na internet para apresentar os seus produtos e serviços, sendo a única actividade digital que têm no momento. Por fim, refira-se que a maioria dos respondentes foram do sexo masculino e no grupo etário entre 40-49 anos.

* Professora universitária na Faculdade de Economia de Coimbra. Residente em Anobra (Condeixa)

** Licenciada em Contabilidade e Auditoria e mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial pela Coimbra Business School (ISCAC) – Instituto Politécnico de Coimbra. Residente em Anobra (Condeixa).