



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Ciências Sociais

Faculdade de Administração e Finanças

Miladys Noemi Crespo Buelvas

**Empreendedorismo e o uso da contabilidade: a visão dos micro e pequenos
empreendedores de favelas da Cidade do Rio de Janeiro**

Rio de Janeiro

2021

Miladys Noemi Crespo Buelvas

**Empreendedorismo e o uso da contabilidade: a visão dos micro e pequenos
empreendedores de favelas da Cidade do Rio de Janeiro**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Controle de Gestão

Orientadora: Prof.^a Dra. Branca Regina Cantisano dos Santos e Silva
Coorientadora: Prof.^a Dra. Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia

Rio de Janeiro
2021

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CCS/B

B928 Buelvas, Miladys Noemi Crespo.

Empreendedorismo e o uso da contabilidade: a visão dos micro e pequenos empreendedores de favelas da Cidade do Rio de Janeiro / Miladys Noemi Crespo Buelvas. – 2021.
104 f.

Orientadora: Prof^a Dr^a Branca Regina Cantisano dos Santos e Silva.
Coorientadora: Prof^a Dr^a Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia.
Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Finanças.
Bibliografia: f. 91-99.

1. Contabilidade gerencial – Brasil – Teses. 2. Empreendedorismo – Teses. 3. Pequenas e médias empresas – Teses. 4. Favelas– Teses. I. Terra, Branca, 1954- II. Gouveia, Tânia Maria de Oliveira Almeida. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Administração e Finanças. IV. Título.

CDU 657.4

Bibliotecária: Luciana Zöhner CRB7/5643

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação.

Assinatura

Data

Miladys Noemi Crespo Buelvas

**Empreendedorismo e o uso da contabilidade: a visão dos micro e pequenos
empreendedores de favelas da Cidade do Rio de Janeiro**

Dissertação apresentada, como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre, ao Programa
de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, da
Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área
de concentração: Controle de Gestão

Aprovada em 04 de novembro de 2021.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dra. Branca Regina Cantisano dos Santos e Silva (Orientadora)
Faculdade de Administração e Finanças - UERJ

Prof^a. Dra. Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia (Coorientadora)
Faculdade de Administração e Finanças - UERJ

Prof^a. Dra. Herminia Castro Silva
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Prof^a. Dra. Daniella Munhoz da Costa Lima
Universidade Federal Fluminense

Prof^a. Dra. Mariza Costa Almeida
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Dr. David Nunes Resende
Universidade de Aveiro

Rio de Janeiro

2021

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha mãe (*in memoriam*), a meu pai, meus irmãos, meus sobrinhos e sobrinhos-netos, ao Carlos Alberto, meu amigo e companheiro por 20 anos.

AGRADECIMENTOS

Tenho de agradecer muito. Agradeço a Deus por abrir-me portas, poder entrar por elas, aproveitar as oportunidades e desenvolver os projetos acadêmicos com que sonhei desde adolescente para ajudar as pessoas.

À minha família, minha mãe Graciela (*in memorian*) e meu pai Pedro Julio por apoiarem-me em meus projetos acadêmicos, sempre acreditando que, por meio da educação, seria possível transformar minha vida e a vida dos meus próximos. Por ensinarem-me a acreditar e lutar pelos meus sonhos. A não desistir. A meus irmãos Edgardo Antônio, Martha Lucia, Silvia Elena, Leonor María, Manuel Esteban, Jairo Antônio e Graciela Isabel, muito obrigada.

Ao Carlos Alberto, meu companheiro e cúmplice, pela sua paciência quando me ausentei para dedicar-me a este projeto de vida.

A Magda (*in memorian*) e Antônio, amigos queridos, minha família brasileira.

À minha orientadora, a professora doutora Branca pela orientação, pela força, pelo ânimo e pelas aulas. Ademais, pela inspiração de que tudo é possível quando existem esforço e dedicação.

À minha coorientadora, a professora doutora Tânia, pela sugestão do tema, pelo apoio e pela disposição para ajudar-me.

A meus companheiros de mestrado, pela amizade, pelo companheirismo e carinho.

A meus professores de mestrado. Ao professor Cláudio Ulyses (*in memorian*) quem foi meu professor do curso de graduação e mais tarde do mestrado.

À UERJ por brindar-me a oportunidade de realizar o mestrado, um sonho de longa data.

A todos os amigos que me ajudaram e me indicaram empreendedores para minhas entrevistas, Darana, Deize, Jefferson, Juliana, Nilton, Nathalia, Tânia e Yasmin; muito obrigada pela disposição e solidariedade.

Em especial, a todos os micro e pequenos empreendedores que, gentilmente, compartilharam suas experiências para esta pesquisa.

A todos os leitores deste trabalho.

[...] Na verdade, na verdade vos digo que, se o grão de trigo, caindo na terra, não morrer, fica ele só; mas se morrer, dá muito fruto. João 12:24

RESUMO

BUELVAS, Miladys Noemi Crespo. *Empreendedorismo e o uso da contabilidade: a visão dos micro e pequenos empreendedores de favelas da Cidade do Rio de Janeiro*. 104f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Administração e Finanças, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

Nos últimos anos o empreendedorismo ganhou notoriedade sendo visto como um instrumento que possibilita o desenvolvimento de uma região por meio da criação de micro e pequenas empresas. A presença dessas organizações se faz evidente em regiões de favelas impactando na economia do local, contudo os micros e pequenos negócios apresentam deficiências no uso da contabilidade. Nesse sentido, este trabalho teve por objetivo principal investigar a importância da contabilidade para os micro e pequenos empreendedores, na gestão de seus negócios, localizados em favelas; e como objetivos secundários: analisar as características empreendedoras dos micro e pequenos empreendedores; identificar a importância da educação financeira como ferramentas para os micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios; identificar os conceitos e as práticas contábeis aplicadas à gestão dos micro e pequenos negócios dos empreendedores da favela. Nesse sentido, foi desenvolvida uma pesquisa de abordagem qualitativa com entrevista em profundidade, semiestruturada, com onze proprietários de micro e pequenos negócios que utilizavam os serviços de um contador, os entrevistados foram escolhidos por acessibilidade e provenientes de Favelas da Vila Cruzeiro, Morro do Alemão e Maré. As considerações finais da pesquisa podem ser ressaltadas: ainda que reconhecidas a importância do contador e o uso da contabilidade, esta se limita ao atendimento das responsabilidades de caráter trabalhista e fiscal cujo objetivo é principalmente o burocrático e não exatamente para a gestão do negócio. O contador não é visto como alguém que pode ajudar ao empreendedor em aspectos referentes à gestão do negócio, perdendo assim um campo de atuação. Pesquisas futuras podem ser realizadas visando explorar a relação entre o contador e o empreendedor visando obter informações para uma melhor prestação do serviço ao cliente e valorizar o trabalho do contador.

Palavras-chave: Contabilidade. Educação Financeira. Empreendedorismo. Favela. Micro e Pequena Empresa.

ABSTRACT

BUELVAS, Miladys Noemi Crespo. *Entrepreneurship and the use of accounting: the view of micro and small entrepreneurs in Rio de Janeiro City slums*. 104f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Administração e Finanças, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

In recent years entrepreneurship has gained notoriety being seen as an instrument that enables the development of a region through the creation of micro and small businesses. The presence of these organizations is evident in slum areas, impacting the local economy; however, micro and small businesses present deficiencies in the use of accounting. In this sense, the main objective of this study was to investigate the importance of accounting for micro and small entrepreneurs in the management of their businesses located in slums; and as secondary objectives: to analyze the entrepreneurial characteristics of micro and small entrepreneurs; to identify the importance of financial education as tools for micro and small entrepreneurs in the management of their businesses; to identify the concepts and accounting practices applied to the management of micro and small businesses of slum entrepreneurs. In this sense, a qualitative approach research was developed with in-depth, semi-structured interviews with eleven micro and small business owners who used the services of an accountant, the interviewees were chosen by accessibility and from the Favelas of Vila Cruzeiro, Morro do Alemão and Maré. The final considerations of the research can be highlighted: although the importance of an accountant and the use of accounting is recognized, it is limited to the fulfillment of labor and tax responsibilities whose objective is mainly bureaucratic and not exactly for the management of the business. The accountant is not seen as someone who can help the entrepreneur in aspects related to business management, thus losing a field of action. Future research can be conducted to explore the relationship between the accountant and the entrepreneur in order to obtain information for better customer service and to enhance the value of the accountant's work.

Keywords: Accounting. Financial Education. Entrepreneurship. Slum. Micro and Small Enterprise.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Escolas do Pensamento Econômico sobre o Empreendedorismo.....	20
Quadro 2 - Definições de empreendedor e empreendedorismo	21
Quadro 3 - Definições de empreendedor e empreendedorismo a partir do critério GEM e OECD.....	24
Quadro 4- Atitude empreendedora	27
Quadro 5- Motivações para empreender de acordo com o GEM.....	29
Quadro 6 - Classificação das empresas de acordo com o número de pessoas	34
Quadro 7 - Classificação das empresas de acordo com a receita bruta anual	35
Quadro 8 - Resultados da Pesquisa Fórum Favela Brasileira	40
Quadro 9- Conceitos e dimensões que envolvem a alfabetização financeira	43
Quadro 10 - Habilidades da alfabetização financeira	44
Quadro 11- Marco referencial para avaliação de programas de educação financeira	45
Quadro 12- Marco conceitual de educação financeira para micro e pequenos negócios do G20 junto com a Rede Internacional de Educação Financeira da OECD.....	46
Quadro 13- Marco conceitual de educação financeira para micro e pequenos negócios de acordo com a ACCA.....	47
Quadro 14- Resumo dos resultados das pesquisas (Continua).....	49
Quadro 14- Resumo dos resultados das pesquisas (Conclusão).....	50
Quadro 15- Exigências legais e fiscais	51
Quadro 16- Importância das informações contábeis na gestão dos micro e pequenos negócios	54
Quadro 17- Gestão utilizada nas pequenas empresas	55
Quadro 18- Perfil dos Entrevistados	63
Quadro 19- Detalhamento das categorias	67
Quadro 20- Correlação entre os objetivos específicos e as categorias identificadas – Resumo das descobertas por meio das entrevistas (Continua)	84
Quadro 20- Correlação entre os objetivos específicos e as categorias identificadas – Resumo das descobertas por meio das entrevistas (Conclusão)	85

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Charges Os Empreendedores (2020)	33
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Sigla	Definição
ACCA	<i>Association of Chartered Certified Accountants</i>
CEI	<i>Carland Entrepreneurship Index</i>
EIP	<i>Entrepreneurship Indicators Programme</i>
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MEI	Microempreendedor Individual
OECD	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
ONU	Organização das Nações Unidas
PME	Pequena e Mediana Empresa
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TEA	Taxa de Empreendedorismo Inicial

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1 REFERENCIAL TEÓRICO	18
1.1 Empreendedorismo: Definição e Abordagem	18
1.2 Atitudes Empreendedoras.....	25
1.3 Motivação dos empreendedores para iniciar os seus negócios	28
1.4 Empreendedorismo e a precarização do trabalho	31
1.5 Micro e pequenas empresas (MPEs) e o desafio da administração	33
1.6 Local da pesquisa, as Favelas da Cidade do Rio de Janeiro	36
1.7 Empreendedorismo na favela	39
1.8 Educação financeira	41
1.9 Conceitos e práticas contábeis para micro e pequenos negócios	51
2 MÉTODO DE PESQUISA	57
2.1 Caracterização da pesquisa.....	57
2.2 Coleta de dados.....	57
2.2.1 <u>Entrevista em profundidade</u>	57
2.2.2 <u>Limitação da entrevista em profundidade</u>	58
2.3 Local da Pesquisa	58
2.4 Os sujeitos pesquisados	60
2.5 Acesso aos respondentes.....	60
2.5.1 <u>Perfil dos respondentes</u>	62
2.5.2 <u>Método para tratamento e análise dos dados</u>	64
3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	66
3.1 Categorização	66
3.2 Iniciativa para empreender.....	68
3.3 Atitudes para empreender	73
3.4 Educação financeira	76
3.5 Uso da contabilidade	81
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
REFERÊNCIAS.....	91
APÊNDICE A – Ficheiro de Recrutamento.....	100
APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	101

APÊNDICE C – Roteiro de Entrevista	102
---	------------

INTRODUÇÃO

As décadas de setenta e oitenta foram marcadas pelas crises econômicas mundiais e pela estagnação da economia (WENNEKER; THURIK, 1999). Como uma solução para estabilizar a crise, os governos optaram por adotar políticas neoliberais, que incluíam, entre outras medidas, a privatização das empresas estatais, abertura do mercado e a desregulamentação das leis trabalhistas, trazendo como consequências o aumento do desemprego e a precarização do trabalho da população (DORNELAS, 2001; NOGUEIRA, 2017; WENNEKER; THURIK, 1999).

Nesse contexto, o empreendedorismo ganhou destaque, sendo visto como um impulsionador na criação da riqueza financeira por meio do aumento do emprego e da renda como combate à desigualdade social (AHMAD; HOFFMAN, 2012). Desse modo, o empreendedorismo alcançou tanta importância que é apontado como uma solução capaz de impulsionar os países pobres ou emergentes na corrida tecnológica (LEITE; MELO, 2008).

Por esse motivo, o assunto empreendedor e empreendedorismo tem sido estudado por acadêmicos a partir de diversas óticas – econômico, psicológico e social, e, subsequentemente, trazendo definições e associando-as com risco, inovação e criação de negócios, assim como as diversas motivações que impulsionam os empreendedores a iniciarem seus empreendimentos, uma vez que o empreendedorismo tem sido tema de pauta na agenda de fazedores de políticas públicas em diversas partes do mundo.

No Brasil, nos últimos anos, o empreendedorismo contribui de modo significativo para o mercado brasileiro. Segundo o Relatório Global sobre Empreendedorismo (GEM), há um crescimento no número de pessoas que estão procurando uma atividade independente ao sistema de emprego.

Assim, o GEM caracteriza o Brasil como um dos países mais empreendedores do mundo, contudo aponta não ser um empreendedorismo inovador, no sentido estrito da palavra, ou seja, que cria um novo mercado que desestabiliza os concorrentes que antes o dominavam, e, sim, em sua grande maioria, composto por micro e pequenos negócios voltados para serviços e comércio, empresas familiares ou como uma forma de auto emprego, consideradas de pouco valor agregado e baixo conteúdo tecnológico (GEM BRASIL 2001; GEM BRASIL 2020; IBGE, 2021).

As micro e pequenas empresas são importantes na explicação do desenvolvimento econômico social e político de uma nação (FILION, 1999). No Brasil, elas representam 99%

dos negócios e são responsáveis por 30% da produção nacional, gerando 55% dos empregos no país (GOVBR, 2020). As micro e pequenas empresas têm características particulares, sendo necessários estudos diferenciados para suas respectivas gestões, sobressaindo a heterogeneidade delas em aspectos que vão desde a importância do papel empreendedor no que tange a suas aspirações, suas motivações e seus objetivos pessoais; limitação de recursos; a fraca organização e especialização da mão de obra acompanhada da tomada de decisão intuitiva e, além disso, a alta carga tributária, o acesso ao crédito e em especial a prática e entendimento dos assuntos financeiros e contábeis do negócio (LEONE, 1999; STROEHER, 2005; MOREIRA *et al*, 2013).

Dessa forma, essas organizações pequenas e médias com uma estrutura simples, com gestão centralizada, com ausência de planejamento formal e com projeções de curto prazo não utilizam, em sua potencialidade, o contador e as informações que ele produz ou poderia produzir, tomando decisões que não estão em linha com os resultados do negócio comprometendo a gestão da empresa e deixando-a exposta ao risco.

Para Moreira *et al* (2013), as informações preparadas pelo contador não são aproveitadas ao máximo pela falta de conhecimento de seus usuários, que acabam por utilizá-las para um simples cumprimento burocrático. Para Stroehrer (2005), os proprietários de micro e pequenas organizações não percebem a contabilidade como uma continuidade de seus negócios, mas como uma ferramenta imposta pelo governo para fins de arrecadação, deixando-os mais focados por atender à Receita Federal e planejar pagar menos impostos ao invés de organizar e planejar seu negócio para o crescimento e continuidade.

Embora as micro e pequenas empresas sejam importantes para a economia brasileira, observam-se pouco interesse em analisar, conhecer e sugerir alternativas que ajudem a solucionar os problemas mais recorrentes dessas entidades (VAZ *et al*, 2015), especialmente, quando se trata de organizações localizadas em lugares mais vulneráveis da cidade, como a região de favelas, apesar de serem regiões onde existe um potencial econômico, social e cultural e com uma população de mais de 14 milhões de habitantes (IBGE, 2010) com um mercado considerável de consumidores.

PROBLEMÁTICA

De acordo com o descrito, observa-se a importância do empreendedorismo na economia e o resultado pode ser percebido na criação das micro e pequenas empresas. Além disso, por meio de pesquisas de acadêmicos brasileiros, pode ser constatado, entre outros aspectos, que a falta de conhecimento que os empreendedores têm sobre os assuntos contábeis e a complexidade dos assuntos fiscais e tributários fazem com que os proprietários dos negócios se preocupem mais em atender a esse tema que utilizar as informações contábeis na gestão de seus negócios. Por outro lado, a maioria dos negócios estabelecidos nas favelas é micro e pequenos empreendimentos. Por ser um problema recorrente nas micro e pequenas empresas, como esse assunto pode ser visto nos negócios instalados em regiões de favelas. Frente a esse cenário, surge a seguinte pergunta de pesquisa:

Qual é a importância da contabilidade para os empreendedores, de micro e pequenas organizações, localizadas em favelas, na gestão de seus negócios?

OBJETIVO DA PESQUISA

Para responder à pergunta da pesquisa proposta, estabelece-se o seguinte objetivo geral do trabalho, nesse sentido:

investigar a importância da contabilidade para os micro e pequenos empreendedores, na gestão de seus negócios, localizados em favelas.

Para alcançar o objetivo geral, será necessário desenvolver os seguintes objetivos específicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar as características empreendedoras dos micro e pequenos empreendedores.
- Identificar a importância da educação financeira como ferramentas para os micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios.
- Identificar os conceitos e as práticas contábeis aplicadas pelos micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios.

JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Este trabalho serve para conhecer os empreendedores de micro e pequenos negócios em aspectos relacionados a iniciativas para empreender, atitudes empreendedoras e aspectos relacionados à educação financeira, assim como os conceitos e as práticas da contabilidade que são aplicados pelos micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios. Entende-se que esses conhecimentos podem servir para ajudar os formuladores de políticas públicas interessados em facilitar ou incentivar o empreendedorismo, desse modo podem proporcionar o desenvolvimento e o crescimento, visando aperfeiçoar a atuação dos empreendedores em seus empreendimentos, por exemplo, por meio de cursos de capacitação, qualificação, acesso ao crédito e ao mercado.

Outra razão pontuada é que as micro e pequenas empresas constituem os potenciais clientes dos prestadores de serviços contábeis, frisando a importância de conhecer as características desse público, suas dificuldades na organização e o entendimento dos termos contábeis para fins da tomada de decisões baseadas em informações do negócio, sendo que a maioria de estudos faz referência a organizações de maior porte e, para os leigos ou estudantes incipientes nos estudos na área, não fica claro como é possível colocar em prática os conceitos apresentados nas práticas contábeis para micro e pequenos negócios (STROEHER, 2005; VAZ *et al* 2015; CAVALCANTI *et al*, 2018).

DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo teve como objeto de pesquisa os proprietários de micro e pequenos negócios que utilizam os serviços de um contador. Por ser a favela um lugar de difícil acessibilidade apresenta-se um número maior de entrevistados da Favela da Vila Cruzeiro por ser um lugar onde a pesquisadora realiza um trabalho social possibilitando-lhe o acesso aos empreendedores. Quanto aos demais empreendedores localizados fora dessa região foram selecionados por aceitação do convite quando abordados através de rede social e por recomendação.

ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta pesquisa está organizada em 5 capítulos. No capítulo primeiro, apresentam-se uma contextualização, o problema de pesquisa, os objetivos e a delimitação do trabalho.

No segundo capítulo, é apresentado o referencial teórico, levando em consideração à abordagem acerca do empreendedorismo quanto à sua origem e às diversas definições, seguido da abordagem das atitudes empreendedoras; as motivações para empreender na gestão dos micro e pequenos negócios, e ainda no referencial teórico são tratados assuntos quanto à educação financeira dos micro e pequenos empreendedores seguido do item que trata dos conceitos e das práticas contábeis na gestão de micro e pequenos negócios.

No terceiro capítulo, apresenta-se o método de pesquisa, quanto à sua caracterização e à coleta de dados. Na sequência, no capítulo quarto, abordam-se análise e discussão dos resultados deste estudo. Por fim, no capítulo quinto, apontam-se as conclusões deste trabalho assim como as sugestões para futuras pesquisas.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Empreendedorismo: Definição e Abordagem

A origem do termo empreendedorismo vem do francês *entre-preneur*, que, ao longo da história, tomou vários significados. No século XII, o termo era utilizado para referir-se àquele que comprava brigas; no século XVII, descrevia uma pessoa que tomava a responsabilidade e dirigia uma ação militar; no final do século XVII e início do século XVIII, passou a referir-se àquele que criava e conduzia projetos e empreendimentos (FILION, 1999).

O conceito de empreendedorismo apareceu na literatura econômica no século XVIII e foi apresentado, inicialmente, na França, pelo banqueiro e economista Richard Cantillon (1680-1734) (AHMAD; SEYMOUR, 2012). Cantillon, em seus estudos, distinguia três classes de agentes econômicos: os proprietários de terras, os empresários (empreendedores) e os funcionários (SAUCIER; THORNTON, 2010). Com base nessa distinção, Cantillon definiu o empreendedorismo como qualquer tipo de autoemprego e o empreendedor como aquele que toma e gerencia riscos devido às incertezas das demandas do mercado (AHMAD; SEYMOUR, 2012; FILION, 1999, SAUCIER; THORNTON, 2010).

Desde então, outros economistas desenvolveram teorias sobre o empreendedorismo baseado nas ideias de Cantillon, incluindo Jean Baptiste Say, Adam Smith, Alfred Marshall, Joseph Schumpeter, Israel Kirzner e Frank Knight (AHMAD; SEYMOUR, 2012; FILION, 1999; THURIK; WENNEKERS, 1999).

Jean-Baptiste Say, por exemplo, começou a construir as bases para o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo a partir da segregação dos conceitos de capitalista e empreendedor (FILION, 1999). Para Say, o capitalista ou burguês era aquele que perseguia um objetivo, obtido a qualquer preço, isto é, o lucro, seja explorando, seja usurpando; enquanto o empreendedor representa um agente de mudanças por meio da inovação (MARTES, 2010; FILION, 1999).

Mais adiante, em 1934, Joseph Schumpeter, da escola austríaca, trouxe a definição mais moderna e, atualmente, dominante do empreendedorismo (OECD, 2007). Schumpeter associa empreendedor à inovação e ao desenvolvimento econômico, categorizando-o não somente como um tomador de risco ou criador de um novo negócio, mas como o que toma

vantagem de novas combinações (AHMAD; SEYMOUR, 2012; OECD, 2007). Entre as novas combinações a que se refere Schumpeter, há: i) introdução de um novo bem; ii) introdução de um novo método de produção; iii) abertura de um novo mercado; iv) conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada; v) estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio ou a fragmentação de uma posição de monopólio (AHMAD; SEYMOUR, 2012; FILION, 1990; OECD, 2007).

As teorias do empreendedorismo podem ser agrupadas em três grandes escolas- a Escola Alemã, a Neoclássica e a Austríaca. Entre elas, apesar de haver tradições compartilhadas de herança e linguagem comuns, a partir do pensamento do francês Cantillon, apontaram uma linguagem diferente em relação à função do empreendedor (THURIK; WENNEKERS, 1999). Segundo Thurik e Wennekens (1999), as seguintes características das escolas podem ser ressaltadas:

- i. Na Escola alemã ou schumpeteriana, representada por Von Thünen, Schumpeter e Baumol, os economistas se concentram no empresário como um criador de instabilidade e destruição criativa.
- ii. Na Escola Neoclássica, representada por Marshall, Knight e Schultz, é enfatizado o papel do empreendedor na liderança dos mercados para equilibrar por meio de suas atividades empreendedoras.
- iii. Por fim, na Escola austríaca, representada por Menger, von Mises, e Kirzner, a ênfase é dada às habilidades do empreendedor para perceber o lucro e oportunidades, geralmente, depois de alguns choques exógenos. O empreendedor definido pelos austríacos combina recursos para atender às necessidades atualmente insatisfeitas ou para sanar as ineficiências ou deficiências do mercado.

A seguir, é apresentado um resumo das escolas do pensamento econômico sobre o empreendedorismo.

Quadro 1 - Escolas do Pensamento Econômico sobre o Empreendedorismo

Escola	Representantes	Pensamento
Francesa	Richard Cantillon (1680-1734) Jean-Baptiste Say (1767-1832)	O empreendedor é um tomador de risco.
Alemã	Joseph Schumpeter (1883-1950) William Baumol (1922-2017) Johann von Thünen (1783-1850)	O empreendedor é um inovador da vida econômica. O empreendedor é improdutivo e destrutivo.
Neoclássica	Alfred Marshall (1842-1924) Frank Knight (1885-1972) Theodore Schultz (1902-1998)	O papel do empreendedor baseia-se na liderança de mercados em equilíbrio por meio de seus empreendimentos e atividades primordiais.
Austriaca	Carl Menger (1840-1921) Eugen von Bohm-Bawerk (1851-1914) Friedrich von Wieser (1851-1926) Ludwig von Mises (1881-1973) Paul Rosenstein-Rodan (1902-1985) Friedrich von Hayek (1899-1992) Fritz Machlup (1902-1983) Oscar Morgenstern (1902-1977)	O empreendedor identifica oportunidades sem menosprezar seus concorrentes.

Fonte: A autora, 2021, adaptado de THURIK E WENNEKERS (1999, págs. 31 e 34). Tradução livre.

Ahmad e Hoffman (2012) afirmam que, no decorrer do tempo, o empreendedor teve muitas facetas a serem destacadas. Na visão de Thurike Wennekens (1999), os empreendedores podem ser caracterizados como: i) tomadores de risco; ii) fornecedores de capital financeiro; iii) inovadores; iv) tomadores de decisões; v) líderes industriais; vi) gestores; vii) organizadores e coordenadores dos recursos econômicos; viii) proprietários de um empreendimento; ix) empregadores de fatores de produção; x) empreiteiros; xi) árbitros; xii) alocadores de recursos. Para Vale (2014, p. 875), o conceito dado para o empreendedor estava associado ao momento histórico e ao papel que teve de representar nesse momento, sendo assim:

(...) o nascimento e as alterações no conceito de empreendedor revelam, de certa maneira, as transformações da própria sociedade e sua evolução, de uma base de produção agrária para uma economia mercantil e, finalmente para uma sociedade industrial, que precedeu ao mundo contemporâneo, no qual impera a figura do empreendedor.

Nesse sentido, o Quadro 2 apresenta uma linha do tempo com os diversos conceitos de empreendedor e empreendedorismo apresentados ao longo da história.

Quadro 2 - Definições de empreendedor e empreendedorismo

Publicação	Definição
Cantillon, 1755/1931	Os empreendedores compram a determinados preços no presente e vendem a preços incertos no futuro. O empreendedor é um portador de incerteza.
Defoe, 1887/2001	Os empreendedores são visionários.
Knight, 1921, 1942	Os empreendedores tentam prever e agir de acordo com as mudanças nos mercados. O empreendedor suporta a incerteza da dinâmica do mercado.
Schumpeter, 1934	O empreendedor é o inovador que implementa a mudança nos mercados por meio da realização de novas combinações. Estas podem assumir várias formas: - a introdução de um novo bem; - a introdução de um novo método de produção; - a abertura de um novo mercado; - a conquista de uma nova fonte de matérias ou de bens semimanufaturados e - a realização da nova organização de qualquer indústria.
Von Mises, 1949/1996	O empreendedor é sempre um especulador. Ele lida com a incerteza. O seu sucesso ou fracasso depende da rapidez para corrigir e se antecipar aos acontecimentos incertos. Se ele não compreender as coisas que estão por vir, ele estará condenado.
Weber, 1947	O empreendedor é a pessoa que mantém a imunidade do controle de conhecimentos burocráticos racionais.
Walras, 1954	O empreendedor é coordenador e árbitro.
Penrose, 1959/1980	O empreendedorismo envolve a identificação de oportunidades dentro do sistema econômico.
Drucker, 1985	O empreendedorismo é o ato de inovação que consiste em dotar os recursos existentes para uma nova capacidade de produção de riqueza.
Kirzner, 1973	O empreendedor reconhece e atua com base em oportunidades que gerem lucro, essencialmente, em arbitragem.
Gartner, 1989	Empreendedorismo é a criação de organizações. O que diferencia empreendedores de não empreendedores é que os empreendedores criam organizações enquanto os não empreendedores, não.
Lumpkin & Dess, 1996	A essência do empreendedorismo são as novas entradas, nesse sentido, entrada de novos operadores em mercados novos ou já estabelecidos. A entrada de novos operadores refere-se ao ato de lançar um novo empreendimento, seja por meio de uma empresa em fase de inicial, ou uma empresa existente, ou por meio de internal corporate venturing .

Shane & Venkataraman,2000	O campo de pesquisa do empreendedorismo envolve o estudo da origem dos processos de descoberta, avaliação e exploração das oportunidades; assim como o conjunto de indivíduos que as descobrem, avaliam e exploram.
Ireland, Hitt, & Sirmon,2003	O empreendedorismo é um processo social dependente do contexto. Por meio dele, os indivíduos e equipes criam riqueza para juntar “fontes” de recursos para explorar as oportunidades do mercado.

Fonte: Adaptado de AHMAD E SEYMOUR (2012,p. 35). Tradução livre.

Por meio do quadro anterior, observa-se a evolução e a transformação dos conceitos de empreendedorismo. Na visão de Ahmad e Seymour (2012), a definição de Schumpeter segue sendo moderna e atual, associando empreendedorismo à inovação, um processo de criação destruidora permitindo o pioneirismo e transformação. Nesse sentido, a entrada no mercado de empresas com propostas inovadoras ajuda no crescimento da economia e na qualidade de vida, por meio de novos concorrentes, copiando ou melhorando a iniciativa empreendedora (DIAMOND, 2006; AGHION; HOWITT, 1992).

Na abordagem de Schumpeter, destacado por Martes (2010), empreender não significa simplesmente adaptar ou administrar eficientemente a rotina de uma empresa. Sua visão vai mais, quando afirma que o empreendedor inova para sobressair entre os concorrentes e ganhar mercado, enquanto o capitalista ou dono de negócio se adapta para sobreviver entre os concorrentes, o que implica não considerar o capitalista ou dono de negócio como um empreendedor. Com essa abordagem, Schumpeter coloca o empreendedor como um herói, salvador da pátria ou super-homem (MARTES, 2010).

Na presente pesquisa, não foram utilizados os conceitos de empreendedor e de empreendedorismo considerados por Schumpeter, uma vez que o perfil dos empreendedores do presente estudo é voltado para criar, administrar e expandir negócios, sem o elemento da inovação no sentido pragmático de Schumpeter, que permite desenvolver soluções que impactem uma sociedade, mudando até costumes ou conceitos (MARTES, 2010).

Para fins do presente estudo, será utilizado o conceito de empreendedorismo segundo Gartner (1989, p. 47): “Empreendedorismo é a criação de organizações. O que diferencia empreendedores de não empreendedores é que os empreendedores criam organizações enquanto os não empreendedores, não.”

Essa definição justifica-se a partir da realidade dos micro e pequenos empreendedores de favelas que criam negócios como uma saída para subsistir. Conseqüentemente a criação de negócios, possibilita a criação de vagas de emprego, permitindo o desenvolvimento da

economia e a geração de um impacto social (SEELOS; MAIR, 2005). Uma vez que as atividades econômicas acontecem dentro de um contexto social, conseqüentemente, as atividades econômicas de uma empresa são afetadas pelo contexto cultural em que ela está enraizada (Gandhi; Raina, 2018).

Compreender o fenômeno do empreendedorismo é um desafio e é por meio de seu entendimento que diversos atores envolvidos com o assunto terão o embasamento necessário para desenvolver seus trabalhos (GEM BRASIL, 2019; OECD, 2012). Entre esses atores, podem ser citados pesquisadores e acadêmicos, formuladores de políticas públicas, empreendedores, organizações internacionais, entre outros (GEM BRASIL, 2019).

Visando entender o empreendedorismo no Brasil e no mundo, algumas organizações se aprofundaram em compreender esse fenômeno, como o programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) e o *Entrepreneurship Indicators Programme* (EIP), ambos de abrangência mundial.

O projeto GEM teve início em 1999, com a participação de 10 países, por meio de uma parceria entre a *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos, e tem o objetivo de avaliar o nível da atividade empreendedora de todos os países participantes, publicando, anualmente, uma série de relatórios globais, nacionais e de “tópicos especiais” sobre o tema (GEM BRASIL, 2019). O GEM é um consórcio composto por diversas equipes de pesquisadores ligados a renomadas instituições acadêmicas que trabalham com projetos de pesquisa relacionados com empreendedorismo em mais de 100 países (GEM BRASIL, 2019).

Desde o ano 2000, o Brasil participa da pesquisa do GEM, cujo núcleo nacional se chama GEM Brasil, contando com o apoio permanente do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), a parceria permanente do SEBRAE e a colaboração pontual de centros acadêmicos (GEM BRASIL, 2018). Na visão de Amarós (2011, p.20), “(...) os próprios autores da pesquisa destacam a grande oportunidade para a comunidade científica latino-americana analisar o empreendedorismo sob seus próprios contextos culturais, aproveitando a alta participação dos países da região no GEM”.

Já o *Entrepreneurship Indicators Programme* teve início em 2006, com a iniciativa da *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) e EUROSTAT. O objetivo principal do projeto consiste em compilar e publicar dados internacionais, sobre o empreendedorismo, a partir de fontes de dados existentes, por exemplo, registros estatísticos oficiais de negócios, ao invés de desenvolver *surveys* sobre novos negócios (OECD, 2012).

Na visão de Ahmad e Seymour (2007), a partir dessas informações, é possível construir indicadores que sejam internacionalmente comparáveis.

O Quadro 3 apresenta as definições de empreendedor e empreendedorismo utilizadas pelo GEM e OECD.

Quadro 3 - Definições de empreendedor e empreendedorismo a partir do critério GEM e OECD

<p>Eurostat, 2012 p. 15</p> <p>Ahmad & Hoffman, 2007</p>	<p>Empreendedores: são as pessoas (donos de empresas) que procuram gerar valor, por meio da criação ou expansão da atividade econômica; da identificação e de exploração de novos produtos, processos ou mercados.</p> <p>Atividade empreendedora: ação humana empreendedora na prossecução da geração de valor, por meio da criação ou expansão da atividade econômica, identificando e explorando novos produtos, processos ou mercados.</p> <p>Empreendedorismo: fenômeno associado com a atividade empreendedora.</p>
<p>Global Entrepreneurship Monitor –Relatório Global 2019/2020, p. 10, 2020.</p>	<p>Atividade empreendedora: é determinada por valores sociais e atributos individuais, e cria valor agregado e empregos.</p> <p>O empreendedorismo é um motor essencial da saúde e da riqueza da sociedade;é um formidável motor do crescimento econômico. Promove a inovação necessária não só para explorar novas oportunidades, promover a produtividade e criar emprego, mas também para ajudar a enfrentar alguns dos desafios mais difíceis da sociedade, tal como afirmado pelas Nações Unidas em seus objetivos de desenvolvimento sustentável, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) erradicação da pobreza em todas as suas formas e em todos os lugares iii) trabalho decente e crescimento econômico inclusivo e sustentável para todos iii) reduzir a desigualdade nos países e entre os países
<p>Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil 2019,p. 8, 2019.</p>	<p>O empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa seja a expansão de um empreendimento existente.</p>

Fonte: A autora, 2021, adaptado de EUROSTAT (2012), GEM (2019/2020) e GEM Brasil 2019.

1.2 Atitudes Empreendedoras

Até agora se tem explorado o empreendedorismo do ponto de vista histórico, seu desenvolvimento, as diversas definições e, ainda, a proliferação de termos derivados do empreendedorismo clássico, como o definido por Schumpeter.

Para empreender, são necessárias algumas características pessoais (CARLAND *et al*, 1984). Pode-se dizer que a atitude empreendedora é a que movimenta uma pessoa a sair de sua zona de conforto, a empreender e ainda manter um negócio ao longo do tempo (CARLAND *et al*, 1998). De acordo com o dicionário Aurélio *on-line*, atitude é definida como “maneira de se comportar, agir ou reagir, motivada por uma disposição interna ou por uma circunstância determinada; comportamento, objetivo, postura, propósito, gesto”. Na visão de Kazemi e Madandar (2012), atitude é uma postura de preparação e tendência que, geralmente, causará a situação de aceitação ou negação em relação ao próprio objeto da atitude. De acordo com essa definição, os acadêmicos entendem a atitude empreendedora como uma postura na qual as pessoas mostrarão um comportamento empreendedor (KAZEMI; MADANDAR, 2012).

Entretanto, acadêmicos têm trabalhado o tema de atitude empreendedora a partir de diferentes abordagens, por exemplo, as características psicológicas, as quais causam alguns bons resultados ao preverem a atitude das pessoas em relação ao espírito empreendedor (KAZEMI; MADANDAR, 2012). As abordagens desses estudos estão firmadas nas teorias da personalidade, trazendo, assim, dois problemas básicos: primeiro - essas teorias não estavam voltadas para o empreendedorismo e - segundo - não descreviam os efeitos humanos e ambientais (KAZEMI; MADANDAR, 2012). Outros pesquisadores tentaram definir as atitudes empreendedoras com base em fatores demográficos, tais como: gênero, raça ou ordem de nascimento (KAZEMI; MADANDAR, 2012). Assim, em 1991, um grupo de pesquisadores foi um dos primeiros a utilizar o conceito de atitude, a partir da cognição, do comportamento e da sensação (KAZEMI; MADANDAR, 2012).

Na visão de Dewi e Christian (2017), a inserção com sucesso de micro, pequenos e médias empresas no mercado moderno depende da atitude e espírito empreendedor para mostrar a sua presença no mercado, gerir as finanças, capacitar as suas forças de trabalho em termos de quantidade e qualidade e aumentar a produtividade para obter os melhores resultados.

Existem PME que podem desenvolver-se sem assistência financeira, no entanto esse vazio deve ser preenchido pelas boas capacidades de gestão, habilidade altamente necessária

para competir em um mercado cada vez mais caracterizado pela imprevisibilidade, em parte porque o sucesso em um ambiente altamente competitivo e imprevisível depende muito do chamado empreendedorismo (DEWI; CHRISTIAN, 2017).

Quanto à análise da atitude empreendedora de micro e pequenos empreendedores, considerou-se a visão de acadêmicos, como Lopes Júnior e de Souza (2005); Inácio Júnior e Gimenez (2004) e Piteira *et al* (2018), que utilizaram, em seus estudos, a metodologia de *Carland*, melhor conhecida como o *Carland Entrepreneurship Index (CEI)* (CARLAND; CARLAND; HOY, 1992). Piteira *et al* (2018) afirmam que o CEI tem sido utilizado em estudos que tentam compreender e explicar o empreendedorismo de uma forma mais pragmática e aplicada, isso no que tange à identificação e exploração do potencial empreendedor. Quanto à metodologia, o objetivo é criar um instrumento de medida para entender o potencial empreendedor dos indivíduos que é determinado por meio de quatro vertentes ou componentes: i) traços de personalidade (referindo-se à necessidade de autorrealização e criatividade); ii) propensão à inovação; iii) propensão ao risco; e v) propensão à postura estratégica.

Pode-se dizer que o CEI é um instrumento de medida criado em forma de questionário de autorrespostas, contemplando 33 pares de frases afirmativas e no formato de escolha forçada. As respostas são 0 para um perfil não empreendedor e 1 para perfil empreendedor e ainda os respondentes são qualificados com valores de zero a 33 pontos e segregados em três faixas: o indivíduo micro empreendedor (0 a 15), o indivíduo empreendedor intermediário (16 a 25) e indivíduo macro empreendedor (26 a 33), existindo uma subjacência entre o perfil empreendedor e o desenvolvimento do negócio (INÁCIO JÚNIOR; GIMENEZ, 2004; PITEIRA *et al*, 2018).

Ainda na visão de Piteira *et al* (2018), o CEI não tem por objetivo estabelecer tipologias dicotômicas, no sentido de classificar o indivíduo com perfil empreendedor ou não, e sim partindo-se do princípio que todos são empreendedores contínuos em presença de maior ou menor das características avaliadas.

Ainda, o CEI identifica a tendência na atitude empreendedora dos indivíduos (INÁCIO JUNIOR; GIMENEZ, 2004; PITEIRA *et al*, 2018). Nesse sentido, realiza-se o seguinte agrupamento:

i) O indivíduo macro empreendedor: é aquele que quer fazer uma mudança no mundo de negócio no qual atua pretende tornar-se uma referência em seu campo e ser uma força

dominante. Ele mede seu sucesso pelo desenvolvimento e o impacto do seu negócio na sociedade; e vê seu negócio como o centro do universo.

ii) O indivíduo micro empreendedor: é quem cria um negócio que nunca cresce e seu impacto é limitado à região onde atua. O foco principal pelo qual foi criado o negócio é atender às suas necessidades imediatas, gerando renda para seu sustento, como são seus ingressos primários, porém não aspira ser uma referência. Esse tipo de empreendedor apresenta baixas características de realização pessoal, inovação e postura estratégica. A diferença do macro empreendedor é que o micro empreendedor enxerga em seu negócio uma parte importante da vida, porém não, a essencial.

iii) O indivíduo empreendedor: é o ponto intermédio (intermediário) entre o macro empreendedor e o micro empreendedor e refere-se a um *continuum* evoluir empreendedor. Esse indivíduo chega a estar em um nível acima do micro empreendedor, de acordo com Piteira *et al* (2018, p. 137),

“[...] os objetivos do empreendedor são mais ousados comparativamente aos do micro empreendedor, mas, quando atinge o seu foco, poderá mudar para outros interesses externos ao próprio negócio [...] Nesta dimensão, procuram-se a inovação e a melhoria para os produtos, serviços e procedimentos já estabelecidos, e não tanto a construção de algo totalmente novo.

A viabilidade de medição do potencial empreendedor por meio do CEI possibilita um maior alcance e compreensão, e não somente dos traços de personalidade empreendedora, como também das variáveis relevantes do processo empreendedor, tais como a inovação, a gestão do risco e a postura/visão estratégica do empreendedor. Esse instrumento utilizado em pesquisas acadêmicas pode ajudar na ajuda de políticas públicas para elaboração e implementação de programas que dinamizem o empreendedorismo por contribuírem para o crescimento econômico a nível regional e nacional (PITEIRA *et al*, 2018).

Com o objetivo de apresentar um resumo das atitudes empreendedoras, apresenta-se o seguinte quadro.

Quadro 4- Atitude empreendedora

Atitude empreendedora	Descrição
Traço de personalidade	Busca de oportunidades, iniciativa, persistência, persuasão, liderança, comprometimento, estabelecimento de redes e independência.
Propensão à inovação	Criatividade e inovação
Propensão ao risco	Aceitação de risco

Propensão a postura estratégica	Estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e acompanhamento sistemático.
---------------------------------	--

Fonte: A autora, 2021, adaptado do estudo de CARLAND et al (1998).

No quadro acima, observa-se a descrição das atitudes empreendedoras que, na visão de Carland *et al* (1998), são de vital importância para a saúde e o desenvolvimento do negócio, pois visam ao seu bem-estar econômico e geram um impacto da região onde atua. Assim, cada empreendedor tem uma motivação para iniciar seus empreendimentos e, sobre esse assunto, desenvolve-se o seguinte subitem.

1.3 Motivação dos empreendedores para iniciar os seus negócios

A tendência a pensar que os empreendedores são pessoas atentas às oportunidades é uma definição própria do pensamento econômico neoclássico. Visando identificar novas possibilidades, o empreendedor sempre está atento para explorar situações que possam representar oportunidades e obter mais lucros em seus negócios. Esse foco no negócio e estado de atenção sempre em alerta constituem uma das características principais dos empreendedores de saberem o melhor momento de compra e venda (VALE; CORREA; DOS REIS,2004).

Esse conceito do empreendedor estar em estado de atenção é oriundo do pensamento de Kirzner. O estado de alerta permite que o empreendedor esteja preparado para agir, motivado em cumprir suas aspirações pessoais, necessidade de autorrealização, procurando realizar seus projetos da melhor forma e buscando desafios moderados, autonomia e independência no que faz. Pode-se dizer que esses são traços distintos que impulsionam os indivíduos ao empreendedorismo (VALE; CORREA; DOS REIS,2004).

Quanto às motivações para empreender, a pesquisa GEM entendia, desde seu início, que existiam diversas motivações para os empreendedores iniciarem um negócio, contudo a GEM (2020) optou por segregar essas motivações em dois principais grupos, “por oportunidade” ou “por necessidade”. Desse modo, para fins de pesquisa e análise, foram consideradas as seguintes definições de acordo com o Quadro 5.

Quadro 5- Motivações para empreender de acordo com o GEM

Tipo de empreendedorismo	Motivação
Por oportunidade	“(…) atividades relacionadas com a criação de novas empresas que têm por objetivo explorar uma oportunidade específica de negócio, muitas vezes por iniciativa de indivíduos que mantêm ao tempo um vínculo normal de emprego”.
Por necessidade	“é representado por atividades que são iniciadas pelo fato de o indivíduo não encontrar opções melhores de trabalhos”.

Fonte: A autora, 2021, adaptado do GEM (2001, p. 12).

Posteriormente, observa-se que, na pesquisa GEM (2020), não é mais utilizada essa segregação, ampliam-se, assim, as opções de respostas para o empreendedor. Dessa forma, tal pesquisa optou por abordar essa questão por uma perspectiva ampla, visando conhecer quais eram as principais razões pelas quais os empreendedores começavam seus negócios, baseando-se nas seguintes afirmações, de modo que os empreendedores podiam manifestar-se positiva ou negativamente frente às seguintes opções: i) para fazer a diferença no mundo; ii) para construir uma grande riqueza ou lucros muito elevados; iii) para continuar uma tradição familiar; e iv) ganhar a vida, porque os empregos são escassos (GEM, 2020).

Observa-se que houve uma mudança discursiva do empreender “por necessidade” para “ganhar a vida, porque os empregos são escassos”, que parece ser mais uma iniciativa a partir do conceito do neoliberalismo quando na visão de Gaulejac (2007), o empreendedorismo está na agenda neoliberal como uma solução ao desemprego, desse modo não é mais visto como um problema social, mas como um fracasso dos cidadãos pela falta de adaptação às organizações. Como afirmou Arendt (2010, p. 6), “(…) o que temos diante de nós é a perspectiva de uma sociedade de trabalhadores sem trabalho, ou seja, privados da única atividade que lhes resta. Não podemos imaginar nada pior”.

Os resultados da pesquisa permitem observar que as condições de cada país influenciam nas motivações para empreender, assim países em desenvolvimento terão mais iniciativas empreendedoras (GEM, 2010; BLOCK; WAGNER, 2010). Ainda se observa que diferentes economias tendem a ter perfis únicos de motivações, embora existam algumas motivações classificadas como fracas e altas por regiões e países (GEM, 2020).

Procurando pesquisas brasileiras com o objetivo de identificar as principais razões para empreender, ressalta-se a pesquisa de Vale, Correa, dos Reis (2004), que aconteceu em dois momentos. No primeiro, uma pesquisa qualitativa a partir de uma coleta de dados junto a 45 empreendedores do setor industrial presente em Belo Horizonte, e, em seguida, foi

possível, a partir da análise de discurso, conhecer os motivos que levaram os empreendedores à criação de seus respectivos negócios. Além desses motivos levantados no campo da pesquisa, os acadêmicos elencaram outros motivos trazidos da literatura, a seguir relacionam-se os motivos, para empreender, apresentados pelos pesquisadores:

Motivos para empreender identificados na pesquisa de campo:

i) dar continuidade ou ampliar os negócios da família; ii) possibilidade de usar experiência ou influência familiar; iii) possibilidade de usar relacionamentos e contatos na área (pesquisa de campo); iv) desejo de dar ocupação a membros da família (pesquisa de campo).

Motivos para empreender identificados na literatura pelos pesquisadores:

i) identificação de uma oportunidade de negócio; ii) desemprego; iii) convite para participar como sócio da empresa; iv) desejo de ter um negócio próprio/tornar-se independente; v) insatisfação com emprego; vi) presença de capital disponível; vii) tempo disponível; viii) acesso a recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço; ix) inserção em programa de demissão voluntária; x) aumentar renda; xi) influência de terceiros.

Na segunda etapa da pesquisa, 170 empreendedores representavam uma amostra de 50% do setor industrial de Belo Horizonte que compreendia 98% micro e pequenas empresas. Sendo assim, o estudo partiu de duas hipóteses: H0) oportunidade e necessidade abarcam o conjunto de motivações para a criação de uma empresa; e H1) oportunidade e necessidade não abarcam o conjunto de motivações para a criação de uma empresa. A coleta dos dados deu-se por meio de questionários estruturados e entrevista com os sócios-proprietários dos negócios. Trabalhou-se com nível de confiança de 97% e erro de 10 pontos (VALE; CORREA; DOS REIS, 2004).

A pesquisa foi realizada partindo da seguinte definição: “empreendedor é aquele que cria uma empresa”, baseada no pensamento de Gartner (1989, p. 47).

Os quinze motivos listados foram agrupados em seis conjuntos de componentes. São eles: 1º componente: dar continuidade ou ampliar os negócios da família; dar ocupação a familiares; possibilidade de usar experiência/influência familiar; 2º componente: facilidade ou possibilidade de usar relacionamentos na área; desejo de ter seu próprio negócio/tornar-se independente; presença de tempo disponível; necessidade/vontade de aumentar renda; 3º componente: demissão com FGTS; desemprego; presença de algum capital disponível; 4º componente: convite para participar como sócio da empresa; influência/pressão de outras

pessoas; 5º componente: insatisfação com emprego; 6º componente: identificação de uma oportunidade de negócio; usufruto de programa de demissão voluntária. A análise da pesquisa sugeriu motivações que extrapolam a lógica binária de oportunidade/necessidade, dessa forma foi identificado o agrupamento (VALE; CORREA; DOS REIS, 2014, p. 322).

Os resultados da pesquisa permitiram observar que H_0 - oportunidade e necessidade- abarca o conjunto de motivações para abrir uma empresa, desse modo é aceita a H_1 - oportunidade e necessidade- não abarca o conjunto de motivações para abrir uma empresa. Ainda, os pesquisadores comentam que outras observações podem ser realizadas a partir dos resultados. Nesse caso, as motivações - necessidade ou oportunidade - não são excludentes no caso de empreendedores que têm de abrir um negócio por necessidade ou por falta de oportunidades e podem ter tempo tomado para pesquisar antes o melhor local e preços mais competitivos para abrir o próprio negócio (VALE; CORREA; DOS REIS, 2014).

Por fim, em suas conclusões, os autores salientam que o fator influência familiar não havia sido identificado na literatura prévia, ainda que autores, como Ummahand Gunapalan (2012), introduzissem o elemento família, considerando de modo pontual o *background* familiar, e, por outro lado, Pozin (2013) ressalta a motivação para empreender justamente pela flexibilidade que permite a conciliação com o trabalho doméstico. Ainda, os autores complementam que nenhum desses acadêmicos aborda o assunto família como identificado na pesquisa, sendo este um assunto importante, visto que foi identificado na pesquisa que 15% dos respondentes criavam empresas por visarem à ocupação dos membros da família em dificuldade. Vale, Correa e dos Reis (2014), utilizando Barber (1995), chamam isso de um tipo de redistribuição, isto é, de pai para filho.

1.4 Empreendedorismo e a precarização do trabalho

O empreendedorismo tem sido fortemente incentivado desde a década de 1990, devido às crises econômicas da década de 1970, às demissões em massa decorrentes da privatização das empresas estatais, às crises econômicas do *subprime* em 2008, à crise política no Brasil, iniciada em 2013, com o *impeachment* da Presidente Dilma Rousseff, e à crise econômica e sanitária decorrente da pandemia do COVID-19. Essas crises intensificaram o desemprego já estrutural e, dessa forma, o empreendedorismo é

propagandeado no Brasil e no mundo, especialmente, em campanhas de Estado, como uma alternativa ao desemprego (TAVARES, 2017).

Segundo Tavares (2017), a propaganda do empreendedorismo com ênfase nas oportunidades de autonomia e de independência abre brechas para os cidadãos acreditarem que podem ser sócios do capital, surgindo, assim, o incentivo à pequena empresa em tempos de concentração e centralização de capital, o que torna o mercado mais agressivo, resultando numa tarefa difícil para o empreendedor enfrentar esse mercado, sem ferramentas, ainda sem nenhuma proteção social e sem possibilidade para lutar contra a luta de classe, uma vez que ele é o empresário, o dono do capital, como bem relata Tavares (2017, p. 119):

Contudo, ironicamente, o empreendedor é chamado a experimentar a mesma lógica que move os capitalistas: ganhar dinheiro com o trabalho alheio. Dados os poucos recursos do empreendedor, é como se lhe fosse oferecida uma ínfima porção de uma poderosa droga que garante prazer imediato e, portanto, vicia, mas ele não dispõe de recursos para manter o vício. Ante a impossibilidade de consumir a droga na medida das sensações desejadas, o empreendedor, numa luta inglória, aplica toda a sua força de trabalho, contrai dívidas e, por vezes, ocupa os membros da família, na tentativa de alcançar o que lhe fora prometido. Contudo, na maioria dos casos, só consegue contribuir para a precarização do trabalho, o seu e o de outros trabalhadores.

O cenário descrito por Tavares (2017), acerca da realidade do empreendedor com a ilusão de ser um empresário com liberdade e sem patrão, insere-se em uma dimensão desconhecida e inicia-se na cara e na coragem (ou seja, com pouco ou nenhum conhecimento técnico e planejamento prévio), deixando o empreendedor vulnerável social e economicamente, sem ganhos fixos e sem nenhum tipo de segurança trabalhista. Além disso, utiliza os ganhos do negócio para despesas pessoais e não para reinvestimentos, comprometendo a continuidade do negócio.

Assim, toda iniciativa, para gerar sustento, pode ser chamada de empreendedora, ou melhor, de sustento cotidiano. Nas charges abaixo, é possível observar a questão da precarização do trabalho, que sem empregador a luta social pelo direito trabalhista é inexistente. Isso vai justamente ao encontro da política neoliberal objetiva, a livre iniciativa e livre mercado sem amparo social do Estado. Por outro lado, observa-se que o empreendedor pode estar convencido do engano que qualquer iniciativa que resulte em alguma receita é empreendedorismo, ainda que seja trabalho escravo ou precário, o indivíduo se sente empreendedor de qualquer forma.

Figura 1- Charges Os Empreendedores (2020)



Fonte: TONI D'AGOSTINHO (A Caricatura, 2020).

1.5 Micro e pequenas empresas (MPEs) e o desafio da administração

As atividades econômicas de pequeno porte não estiveram na agenda de políticas públicas dos governos até a promulgação da Constituição Cidadã, de 5 de outubro de 1988. Com isso, foi atribuída uma importância por parte do governo a uma legislação estatal para formalização dos micro e pequenos empreendedores. A Constituição Federal em seu artigo nº 170 abre espaço para conceder um tratamento que favoreça as empresas de pequeno porte constituídas de acordo com as leis brasileiras com administração local. Nesse cenário, surgiu a Lei 9.317, de 5 de dezembro de 1996, que registra uma série de regulamentações para as pequenas empresas em que se destaca o regime tributário de simples (HAMMES, 2015).

Seguida à lei antes mencionada, surgiu o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, a dizer a Lei Complementar nº 123 de 2006, posteriormente, reformada pela Lei Complementar nº 128 de 2008 e, subsequentemente, alterada por meio da Lei Complementar nº 147 de 2014. Nesta última alteração, destaca-se o Artigo 18E, o qual expressa que “o instituto do MEI é uma política pública que tem por objetivo a formalização de pequenos empreendimentos e a inclusão social e previdenciária”, assim os MEI têm uma carga previdenciária e tributária menor e com os mesmos direitos segurados da Micro Empresa e da Empresa de Pequeno Porte para acesso à justiça, ao crédito, à licitação, a encargos trabalhistas (HAMMES, 2015).

Embora as Leis permitissem a legalização de empreendedores que estavam na informalidade, podem ser observadas mudanças de comportamentos de aqueles que estavam com carteira assinada para micro empreendedor individual, porque os custos e os benefícios esperados foram alterados (CORSEUIL; NERI, ULYSSEA, 2014). Sendo assim, muitos

Adicionalmente com o advento do Estatuto Nacional da Micro e Pequena Empresa, houve uma diminuição da burocracia para abrir MPEs, podendo-se ressaltar a tributação simplificada, acesso ao crédito e à justiça, a promoção do associativismo e o estímulo a o empreendedorismo (LEMES JÚNIOR; PISA, 2010).

Cabe ressaltar o impacto das MPEs na economia, sendo impulsionadoras, não somente no Brasil como no mundo do desenvolvimento econômico, social e político; e, por meio delas, o acesso a diversos negócios desde os mais sofisticados com base tecnológica, até os de caráter mais artesanal possibilita oportunidades de trabalho para indivíduos de mais baixa qualificação (FERREIRA *et al*, 2011; MOREIRA *et al*, 2013; NOGUEIRA; OLIVEIRA, 2013).

Na visão de Caneca *et al* (2009), esses negócios são relevantes, porque são uma fonte de criação de emprego, assim como de produção de bens e serviços, atendendo ao cotidiano que movimenta a economia.

Analisando o empreendedorismo brasileiro e a capacidade de geração de emprego, a pesquisa GEM Brasil de 2018 revelou uma forte característica de autoemprego, uma vez que 80% dos empreendedores iniciais e estabelecidos, quer dizer, os que administram um negócio com pelo menos 3.5 anos de existência declararam “não possuir empregados”.

É mais comum observar a informalidade dos negócios no Brasil no comércio e serviços, tais como: oficinas de reparação e restaurantes, que representam respectivamente 26% e 33% do valor acrescentado gerado pela economia informal. Quanto à produtividade, o setor informal contribui com um quarto da produtividade média do trabalho no setor formal (NOGUEIRA, 2019).

A classificação das empresas é baseada de acordo com o número de empregados, tipo de negócios e faturamento. Este último de acordo com a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, conforme os quadros 6 e 7 a seguir.

Quadro 6 - Classificação das empresas de acordo com o número de pessoas

Tipo de empresa	Comércio e serviços	Indústria
Microempresa	Até 9 empregados	Até 19 empregados
Pequena	De 10 a 49 empregados	De 20 a 99 empregados

Média	De 50 a 99 empregados	De 100 a 499 empregados
Grande	100 ou mais empregados	500 ou mais empregados

Fonte: SEBRAE (2013, p. 17).

Quadro 7 - Classificação das empresas de acordo com a receita bruta anual

Tipo de empresa	Receita bruta anual
Microempresa	Igual ou inferior a R\$ 360.000
Pequena	Superior a R\$ 360.000 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000
Micro empreendedor individual	Igual ou inferior a R\$ 81.000

Fonte: SEBRAE (2020).

Sobre a classificação do tamanho de empresa por faturamento, as micro e pequenas empresas possuem características diferenciadas em relação às grandes empresas. Nota-se que as empresas de pequeno porte têm desafios quanto à gestão pela dificuldade de desenvolver as tarefas administrativas pela não compreensão de aspectos contábeis do negócio (STROEHER; FREITAS, 2008).

A literatura acadêmica sobre o assunto aponta que um dos desafios dos gestores das micro e pequenas empresas é conhecer e utilizar as informações que ajudem no acompanhamento de seus negócios, a principal delas é a de contábeis. Entretanto, os gestores ressaltam que as contribuições dos contadores se restringem a informações de exigência fiscal e tributária, além da preparação do imposto de renda e demonstrações financeiras, negligenciando a cessão de informações que ajudem na tomada de decisões para gestão adequada de seus negócios (STROEHER; FREITAS, 2008). Com a falta de informações para a tomada de decisões, as empresas podem morrer. Na visão de Vaz *et al* (2015), a mortalidade das empresas, qualquer que seja seu tempo de vida, representa impactos na economia, mudanças nos níveis de renda e de emprego.

A pesquisa GEM Brasil de 2002 ressalta que o nível da atividade empreendedora de um país é também explicado pela capacidade demonstrada para administrar uma empresa. No Brasil, a pesquisa identificou que os empreendedores têm uma baixa habilidade quanto à administração de seus negócios, em todos seus estágios, consolidação e expansão, contrário à habilidade de articular para criar e organizar uma nova empresa. A pesquisa ainda complementa que a ausência dessas habilidades é decorrente da falta de treinamento especializado que permita equipar os empreendedores com as ferramentas necessárias para

estruturar seus negócios em todas as fases, possibilitando-os ter conhecimento suficiente que os auxilie em aspectos relativos à negociação e à visão de longo prazo.

Outra característica identificada na mesma pesquisa da GEM Brasil é que o empreendedor somente assume risco quando conhece o negócio e sabe como administrá-lo. Essa segurança possibilita que os empresários aumentem seu grau de risco, o que permite que seu negócio cresça. Entretanto, os empreendedores afirmam que um dos motivos pelos quais não têm ambição para crescer é o receio de perder o controle do negócio, constatando que “(...) o desconhecimento de modernas técnicas e modelos de gestão inibe a propensão ao crescimento e à expansão de novos empreendimentos.” (GEM BRASIL, 2002).

Finalmente, a mesma pesquisa identifica que, no Brasil, os empreendimentos não são explorados até o limite de suas possibilidades, desse modo a contribuição ao desenvolvimento social econômico não é o que se espera. Esse fato nos permite compreender a razão pela qual os empreendimentos de origem brasileira não vão além das fronteiras e não se expandem no mercado internacional (GEM Brasil, 2002).

1.6 Local da pesquisa, as Favelas da Cidade do Rio de Janeiro

Este item foi desenvolvido considerando a pesquisadora, Valladares (2018), em seu Livro “A invenção da favela: do mito de origem *afavela.com*”. Na obra de Valladares, relata-se o fenômeno das favelas do Rio de Janeiro desde sua origem, a partir de um olhar social. Sendo assim, a autora começa relatando desde a instalação dos soldados que retornam da Guerra de Canudos, no Morro da Providência, conhecido na época como o Morro da Favela, até a favela do século XXI. Valladares (2018, pág14) ressalta que o objetivo do texto não é somente discutir acerca da historicidade da favela, e sim “as representações sociais suscitadas ao longo dos últimos 100 anos pela favela carioca”.

No século XIX, os estudos sociais, no Brasil, foram voltados para o entendimento dos primeiros cortiços, que, segundo o conhecimento da época, eram lugar de moradia para família e malandros em geral. Eram vistos como lugares de vagabundagem e ninho de enfermidades, destruídos no final do século XIX. A partir dessa demolição, ficou no radar a favela, um novo território de pobreza que crescia, lentamente, com os olhares voltando-se para o Morro da Favela ou Morro da Providência, ainda que existissem outros locais com as mesmas características, tais como: o Morro de Santo Antônio, Quinta do Caju, Mangueira, Serra Morena. Esses espaços foram povoados por soldados que voltaram da guerra dos

canudos com autorização dos chefes militares embora não eram lugares de moradia permitidos pelas autoridades municipais (VALLADARES, 2018).

Posteriormente, surge um debate acerca de como tirar esse conjunto de moradias ilegais que não favorecem a paisagem da cidade maravilhosa, uma vez que a favela se torna uma ameaça à estética e sanidade da cidade do Rio de Janeiro, já que, naquela época, a Cidade do Rio era a capital do Distrito Federal. Paralelamente, enquanto um grupo de profissionais na área de engenharia, medicina e das ciências sociais se debruçava para entender a favela, surgiam projetos para eliminar as favelas com a construção de casas populares no lugar das construções irregulares, porém esse projeto nunca saiu do papel (VALLADARES, 2018).

A autora relata que diversos atores estavam envolvidos na discussão acerca da remoção da favela, como pessoas influentes do governo, instituições filantrópicas patrocinadas por empresários da região, intelectuais e políticos. O projeto de remoção de favelas se deu, em parte, com a derrubada de uma delas no centro do Rio de Janeiro, entretanto tais remoções não eram acompanhadas da construção de novas moradias para os cidadãos, agora desalojados, uma vez que o governo não tinha projetos pontuais para acesso a moradias (VALLADARES, 2018).

Com a chegada de Getúlio Vargas ao poder, a criação de um código de obras deixa em aberto o assunto, de forma ambígua, no sentido que as favelas seriam removidas e substituídas por novas moradias, porém, enquanto isso não acontecia, seria interdita a expansão delas. Entretanto, visando ter um conhecimento da favela, foram realizados censos com abordagem de tipo social. Posteriormente, a Sociedade de Análises Gráficas e Mecanográficas Aplicadas aos Complexos Sociais (SAGMACS) realizou um estudo sobre favelas, que seria citado e utilizado por muitos estudiosos do assunto (VALLADARES, 2018).

A criação de parques proletários e, posteriormente, conjuntos habitacionais, foi realizada para aliviar as tensões sociais, sinalizadas como perigosas para a ordem social, oriunda dos interesses e reivindicações dos trabalhadores pobres. Essa demanda era tida como prioritária, e, ainda, seguida de pressões de companhias construtoras que estavam interessadas nos terrenos da Zona Sul onde estavam instaladas as Favelas (ZALUAR, 1985).

No entanto, a população das favelas cariocas explodiu com a chegada de migrantes rurais, ameaçando os bairros ricos do Rio de Janeiro. Posteriormente, com a construção de Brasília, que passou a ser a nova capital do país, os governos da cidade do Rio de Janeiro não mais se preocuparam com a pauta das favelas, porém o Brasil estava aberto a dialogar, pedir

ajuda a especialistas estrangeiros para poder desenvolver projetos inovadores e sair do desenvolvimento em que se encontrava (VALLADARES, 2018).

Assim, uma vez mais, a favela virou assunto de pesquisa e estudiosos de diversas áreas sociais se dedicaram à análise do fenômeno favela. Nesse sentido, foram produzidos diversos estudos dando resultado a programas, entre outros, o Favela Bairro (VALLADARES, 2018).

Adicionalmente, a autora salienta três dogmas que podem ser observados nas favelas, a partir de pesquisas, sendo eles: i) a especificidade da favela, que nasceu e cresceu de modo peculiar, desorganizado e irregular; ii) um segundo dogma, diz que a favela é o lócus da pobreza, lugar de pobres; e iii) o terceiro dogma, a unidade da favela seja na análise científica ou no plano político (VALLADARES, 2018).

A antropóloga Alba Zaluar (1985) realizou uma pesquisa etnográfica na Cidade de Deus que aborda a vida na favela, a pobreza, o trabalho, a política, entre outros assuntos. Zaluar identifica o perfil dos moradores da favela como pessoas integradas em todos os níveis da sociedade, socialmente bem organizadas e coesas, fazendo um amplo uso do ambiente urbano e de suas instituições, são pessoas altamente trabalhadoras, ótimos consumidores, perseverantes e com fortes valores. Os moradores enfatizam seu perfil trabalhador, fazendo diversos serviços para sobreviver e não cair na ociosidade ou na vagabundagem, como é comum chamar, com orgulho de dizer que são trabalhadores, para não serem confundidos como malandros ou qualquer outro apelativo para alguém que não tem cuidado com sua própria vida e sua família.

Na visão de Zaluar (1985), a família é enxergada como núcleo e unidade de renda em que todos trabalham e um ajuda outro. Na família, todos os membros colaboram seja de uma forma ou outra, comprando algum item que falta no cotidiano familiar. A pesquisadora enfatiza que “entre as 45 famílias pesquisadas (...) notei claramente o padrão ou hierarquia de consumo que revelava a associação entre a comida e a pobreza, entre a falta de alguns bens altamente valorizados e a situação de privação por que passam os trabalhadores” (ZALUAR, 1985, p. 100). Os filhos trabalham desde cedo para ajudar no sustento da casa ou para comprar algum item, especialmente, de vestuário ou algum complemento extra na dieta diária. A roupa é objeto de consumo e parece ser um distintivo entre os moradores, em especial, os jovens, para escapar do rótulo de “pobre”.

A favela é um lugar de realidades diferentes ao que foi observado em sua gênese. Nesse sentido, um lugar de turismo, de comércio e de um lugar onde se comercializam drogas ilícitas e ainda se observa a presença de grupos paralelos que determinam a pauta no que

tange à ordem e ao controle do monopólio de alguns serviços e produtos para a vida dos moradores da favela (VALLADARES, 2018).

1.7 Empreendedorismo na favela

Quase 1 bilhão de pessoas, ou 32% da população urbana mundial, vive em favelas. A maioria delas em países em desenvolvimento (ONU, 2003). Prevê-se que o número de habitantes das favelas no mundo inteiro aumente para cerca de 2 bilhões nos próximos 30 anos, se não houver uma ação coordenada por parte das autoridades municipais, dos governos nacionais, dos representantes da sociedade civil e da comunidade internacional. Segundo a ONU (2003), “(...) as favelas representam o “pior da pobreza urbana e da desigualdade” (...) com maior determinação e conhecimento, no nosso esforço comum, para ajudar os habitantes de favelas do mundo a alcançar vidas de dignidade, prosperidade e paz”.

No Brasil, 12,3 milhões de pessoas moram em favelas. Se esses moradores se juntassem, formariam o quinto maior estado do país. Desse grupo, 88% estão em regiões metropolitanas, uma vez que as favelas estão concentradas, sobretudo, nas capitais. O Rio de Janeiro é o único Estado da Região Sudeste como mais de 10% da população vivendo em favelas (DATA POPULAR, 2015).

No Brasil, as favelas compreendem um conjunto de moradias informais construídas por aqueles que não têm moradias formais. Justamente nesses espaços, abrem-se um espaço para o desenvolvimento e a troca de atividades econômicas informais com o objetivo de atender às demandas dos moradores informais e dos moradores formais, os do asfalto.

Entre as principais atividades econômicas, encontram-se comércios no que tange à venda de alimentos e bebidas, a comércio de material de construção e de roupas, *pet shop*, mercearias, serviços como cabeleireiro (NOGUEIRA, 2019).

O fenômeno do empreendedorismo permeia todas as classes sociais. Mike Davis, em seu livro “Planeta Favela” (2006), realiza uma análise sobre a proliferação das favelas e seus aspectos demográficos e econômicos, identificando as favelas como lugares em que os negócios informais abundam e o empreendedorismo é como um sofisma do neoliberalismo. Em suas próprias palavras, “(...) o empreendedorismo, uma micro acumulação de subsistência, a dicotomia simples da economia urbana nos países menos desenvolvidos entre setor formal e setor informal é claramente inadequados.” (DAVIS, 2006, p. 180). Ainda sobre o empreendedorismo nas favelas, o autor descreve:

O sector informal pode ser dividido pelo menos em dois subsectores: um intermediário, que surge como reservatório de empreendedores dinâmicos, e a **comunidade dos pobres, que contém grande corpo de mão-de-obra residual e subempregada.**(...) O impacto geral do PAEs e da neoliberalização na estrutura urbana de classes de América Latina, a partir de 1970, fizeram uma distinção cuidadosa entre a pequena burguesia informal (“soma dos donos de microempresas que empregam menos de cinco trabalhadores com os profissionais e técnicos que trabalham por conta própria”) e o proletariado informal (“soma dos trabalhadores autônomos, menos profissionais liberais e técnicos que trabalham por conta própria”) e o proletariado informal (“soma dos trabalhadores autônomos, menos profissionais liberais e técnicos, com empregados domésticos e trabalhadores pagos e não pagos de microempresas”) Em praticamente todos os países encontraram forte correlação entre a expansão do setor informal e o encolhimento do emprego no setor público e do proletariado formal: os “microempresários” heroicos de Hernando Soto costumam ser profissionais desalojados do setor público e trabalhadores especializados demitidos. Desde a década de 1980, cresceram cerca de 5% para mais de 10% da população urbana economicamente ativa, tendência que reflete “o empreendedorismo forçado [destaque deles] imposto aos ex-assalariados pelo declínio do emprego no sector formal. Em segundo lugar, os empregados pagos e não pagos do sector informal têm sido quase tão invisíveis nos estudos do mercado de trabalho do terceiro mundo quanto os locatários. (DAVIS, 2006, p. 180, grifos do pesquisador).

O morador informal desce para o asfalto como trabalhador informal para atender aos moradores formais nas demandas de serviços domésticos, construção civil (reformas e pequenos reparos) e outras iniciativas, como vendedor ambulante, guardadores de carros, serviços de reparos automotivos e artista de rua (NOGUEIRA, 2019). Tal morador encontra inúmeras barreiras para acessar ao mercado formal, e, por essa razão, aproveita os espaços para desenvolver atividades econômicas que o ajudem em seu sustento familiar (NOGUEIRA, 2019).

Ainda sobre o empreendedorismo nas favelas brasileiras, segundo o Fórum Nova Favela Brasileira, foram entrevistados 2000 moradores de 63 favelas de todas as regiões do Brasil (DATA FAVELA, 2018) para que houvesse informações a respeito do perfil de cada entrevistado em relação à faixa etária, cor/ raça, classe econômica, sexo e estado civil. A seguir, apresenta-se o resultado desse estudo o qual visava obter uma fotografia da favela.

Quadro 8 - Resultados da Pesquisa Fórum Favela Brasileira

Itens da Pesquisa	Resultados
O perfil dos moradores das favelas	<p>Sexo (49% Masculino, 51% Feminino)</p> <p>Cor/Raça (2% Amarela, 73% Preta/Parda, 26% Branca)</p> <p>Classe Econômica (38% classe baixa, 56% classe média, 7% classe alta)</p> <p>Faixa Etária (15% [14-18 anos]; 17% [19-24 anos]; 29% [24-34 anos]; 28% [35-49 anos]; 11% [50 anos ou mais])</p> <p>Estado Civil [3% viúvo (a); 4% separado(a)/divorciado (a); 42% solteiro (a); 51% casado (a).</p>

% dos moradores de favela com vontade de empreender por regiões brasileiras	55% - Região Norte; 41% - Região Nordeste; 38% - Região Sudeste; 21% - Região Sul; 35% - Região Centro Oeste.
% de moradores com intenção de abrir um negócio	24% sim, com certeza; 16% sim, provavelmente; 56% não; 4% n/s n/r desses percentuais 24% em até 1 ano; 31% entre 1 e 3 anos; 18% entre 3 e 5 anos; 11% entre 5 e 10 anos; 3% mais de 10 anos; 12% n/s n/r.
% de moradores que tomaram iniciativa nos últimos 12 meses para começar o próprio negócio	10% sim; 87% não, 3% n/s n/r Iniciativas: 30% começaram a economizar dinheiro; 28% trabalharam no planejamento do negócio; 25% procuraram equipamento local; 19% buscaram recursos de terceiros; 17% organizaram uma equipe de trabalho inicial; 12% outros; 4% n/s n/r.
Principal vantagem de ter um negócio próprio	29% não ter chefe; 22% ter uma fonte de renda; 20% poder ganhar mais; 11% fazer o que eu gosto; 8% ter liberdade de horário; 1% outro; 4% nenhuma; 5% n/s n/r.
Principal motivo para abrir o seu próprio negócio	48% para aproveitar uma oportunidade de negócio; 35% por necessidade; 16% ambos; 2% n/s n/r.
Onde pretende abrir seu próprio negócio	63% dentro da comunidade; 19% fora da comunidade, em um bairro próximo; 15% fora da comunidade, em um bairro distante; 3% n/s n/r.

Fonte: A autora, 2021 adaptado do Fórum Nova Favela Brasileira (IBGE, 2018).

1.8 Educação financeira

A educação financeira tem sido considerada pelas organizações internacionais uma ferramenta importante para ajudar os consumidores na administração de seus recursos por meio da poupança e dos investimentos, de modo que as pessoas não sejam vítimas de fraudes (Atkinson, 2008; Birochi; Pozzbon; 2015). Profissionais do setor financeiro veem na educação financeira o meio mais eficaz para a inclusão financeira para a economia doméstica (do cotidiano) e empresarial (dos negócios), uma vez que a inclusão financeira é importante para o desenvolvimento e redução da pobreza (World Bank, 2014). Com esse intuito, organizações como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), Banco Mundial e os Bancos Centrais realizam ações com o objetivo de conscientizar a população sobre a necessidade da educação financeira para garantir o funcionamento do mercado financeiro e da economia (OECD, 2005).

De acordo com o Banco Mundial (2014), nas economias em desenvolvimento, 35% das micro e pequenas empresas relatam que o acesso ao financiamento é um grande obstáculo para suas operações, em comparação com 25% das grandes empresas nas economias em desenvolvimento e 8% das grandes empresas nas economias desenvolvidas.

As micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) constituem o maior número de empresas no mundo. Elas são um instrumento que possibilita criar empregos e, desse modo, contribuir expressivamente para a renda nacional. Por esse motivo, exercem um papel importante no que tange ao crescimento e ao desenvolvimento econômico de modo sustentável e inclusivo assim como na melhoria financeira. Esse cenário descrito é possível quando são dadas as condições e o suporte necessário para geri-las de modo adequado (ATKINSON, 2017).

Entretanto, muitas dessas MPMEs enfrentam uma série de desafios, incluindo obstáculos regulatórios ou encargos fiscais, dificuldades de acesso a finanças e à falta de orientação ou apoio geral. Nesse contexto, a educação financeira pode ser uma ferramenta importante por ajudar as MPMEs e os potenciais empreendedores a obter acesso a financiamento e fortalecer dinheiro e habilidades gerenciais (ATKINSON, 2017).

Além disso, as micro e pequenas empresas, particularmente, as empresas informais dos mercados emergentes enfrentam significativas restrições ao acesso a financiamento, minando a sua contribuição para a criação de empregos, crescimento da produtividade e inovação. No Brasil, as micro e pequenas empresas (MPEs) constituem uma parte essencial da economia brasileira, respondendo por 98,5% do total das empresas legalmente constituídas (OECD, 2020).

Na literatura, identificamos que os termos “educação financeira” e “alfabetização financeira” são frequentemente utilizados como se fossem sinônimos. Entretanto, a partir da abordagem do documento da OECD de “Recomendação sobre os princípios e as boas práticas de educação e conscientização financeira”, observa-se que as definições são diferentes, e, na visão de Potrich *et al* (2018), usá-las como sinônimos pode levar a problemas, porque a alfabetização financeira vai além da educação financeira:

- i) **Alfabetização financeira:** abrange conceito que vai desde a **consciência** e de o conhecimento monetário, inclusive de produtos financeiros, instituições e conceitos; até as **habilidades** financeiras, tais como: gestão de dinheiro e planejamento financeiro (OECD, 2005).
- ii) **Educação financeira:** é o processo pelo qual os consumidores/investidores financeiros melhoram sua compreensão do mundo financeiro produtos, conceitos e riscos e,

por meio de informações, instruções e/ou conselhos objetivos desenvolvem as habilidades e a confiança para tornarem-se mais conscientes dos riscos e oportunidades financeiras, fazerem escolhas informadas, saberem para onde ir em busca de ajuda e tomarem outras ações eficazes para melhorarem seu bem-estar financeiro (OECD, 2005).

Embora a abordagem trazida aqui sobre alfabetização financeira e educação financeira refira-se ao assunto a partir do treinamento da pessoa física, de acordo com Xu e Lia (2012), o reflexo dessa instrução individual pode ser observado nos resultados dos micro e pequenos negócios quando esses indivíduos treinados acompanham seus negócios.

Ainda a OECD (2005) enfatiza que a educação financeira é um processo contínuo, especialmente, a fim de levar em conta a complexidade crescente dos mercados, necessidades variadas em diferentes estágios da vida e informações cada vez mais complexas.

O conceito da alfabetização financeira da OECD considera uma combinação de consciência, habilidade e capacidade. Nesse sentido, aborda três dimensões: conhecimento financeiro, financeiro comportamento e atitude financeira (POTRICH; VIEIRA; KIRCH, 2015; ATIKINSON; MESSY, 2012). Pessoas alfabetizadas financeiramente terão algum conhecimento básico dos principais assuntos financeiros, o que as qualifica para colocar em práticas esses conhecimentos em situações que assim os demande. Por ser o comportamento financeiro um elemento essencial e o mais importante na alfabetização financeira, espera-se que as pessoas optem por um comportamento que as ajude a ter um bem-estar financeiro e optar por menos crédito. Por fim, o empreendedor opta por economizar agora e ter segurança no futuro com base na atitude ou preferência financeira (ATIKINSON; MESSY, 2012).

No Quadro 9, apresentamos a visão de diversos autores sobre os conceitos e dimensões que envolvem a alfabetização financeira.

Quadro 9- Conceitos e dimensões que envolvem a alfabetização financeira

Conceitos de alfabetização financeira	Dimensões	Autores
O conhecimento financeiro e a aplicação desse conhecimento, com autoconfiança na tomada de decisões financeiras.	Conhecimento financeiro e aplicação do conhecimento.	Huston 2010
A capacidade de utilizar os conhecimentos e habilidades adquiridos para uma melhor gestão.	Conhecimento financeiro e habilidades.	Hung, Parker & Yoong (2009)
A capacidade de compreender informações financeiras e tomar decisões eficazes, utilizando estas informações.	Compreensão e tomada de decisões	Robb, Babiarz e Woodyard (2012)
Vai além da ideia primária de educação financeira, onde a influência do conhecimento financeiro sobre o comportamento é mediada por atitudes.	Conhecimento, comportamento e atitude	Norvilitis e MacLean (2010)

A escolha de numerosas alternativas para o estabelecimento de metas financeiras.	Escolha efetiva	Criddle (2006)
Tomar decisões financeiras embasadas em informações.	Conhecimento financeiro	Remund (2010)
O capital humano mais específico, medido por questões de alfabetização financeira.	Conhecimento financeiro	Robbe Sharpe (2009)
Medido através de um conjunto de perguntas que medem os conceitos financeiros primários, tais como capitalização de juros, inflação e diversificação de riscos.	Conhecimento financeiro	Lusardi & Mitchell (2014)
Abrange educação financeira em três dimensões: conhecimento financeiro, comportamento financeiro e atitude financeira.	Conhecimento financeiro, comportamento financeiro, atitude financeira	Atkinson & Messy (2012); OECD (2013)

Fonte: A autora, 2021, adaptado de POTRICH, *et al* (2015).

De acordo com os conceitos listados no quadro anterior, pode-se observar que a alfabetização financeira vai além de conhecimentos financeiros, cobrindo dimensões do comportamento e atitude. Contudo, a alfabetização financeira permite o desenvolvimento de habilidades para a tomada de decisões. No próximo Quadro, apresenta-se um resumo acerca das habilidades que podem ser obtidas por meio de alfabetização financeira.

Quadro 10 - Habilidades da alfabetização financeira

Alfabetização Financeira	Habilidades obtidas
<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimento de conceitos financeiros - Capacidade de comunicação sobre conceitos financeiros - Aptidão na gestão das finanças pessoais - Habilidade na tomada de decisões financeiras adequadas às circunstâncias 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidade de acesso aos serviços financeiros - Capacidade de acesso a aconselhamento e serviços de apoio - Motivação e confiança para aplicar as habilidades de alfabetização financeira às necessidades financeiras futuras - Capacidade de trabalhar em torno de preconceitos cognitivos ao tomar decisões financeiras

Fonte: A autora, 2021, adaptado de ACCA (2014, p. 4).

A importância da educação financeira por parte dos empreendedores, na visão da *Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA, 2020), contempla os seguintes aspectos:

A compreensão dos fundamentos de ferramentas financeiras que permitem que as empresas operem com sucesso ajuda os empreendedores, não somente, a formular sua estratégia geral e equilibrar o investimento a longo prazo com as decisões orçamentárias periódicas, mas também a ficar em dia com detalhes minuciosos, como a gestão de seus clientes e provedores.

O verdadeiro desafio que esses empreendedores enfrentam é ganhar escala posteriormente. Além disso, as micro empresas precisam crescer lucrativamente para ter sucesso, e para que um negócio seja bem sucedido e sustentável exige

alfabetização financeira, desse modo, a alfabetização financeira permite que os empreendedores assumam a responsabilidade de cada centavo mantendo um foco nos custos e nos fluxos de caixa, sendo estes fatores críticos para maximizar a chance de sobrevivência de uma empresa.

Os pesquisadores Fox e Bartholomae (2005) desenvolveram um estudo com o objetivo de determinar um *framework* para avaliação da efetividade dos programas sobre alfabetização e educação financeira nos Estados Unidos. Embora exista uma grande quantidade de programas oferecidos, não somente pelo governo, há uma alarmante taxa de falência declarada pelos indivíduos, alto consumo, poucas pessoas economizando, o que acarreta resultados negativos que podem ser o resultado de uma deficiente gestão financeira familiar e de baixos níveis de alfabetização financeira.

Nesse contexto, os autores entendem que os programas de educação financeira pelo menos devem surtir efeito; para isso, eles devem ser avaliados e acompanhados constantemente em aspectos, tais como: o desenvolvimento do programa, a entrega, a efetividade e a transparência, assim podem melhorar a efetividade dos mesmos programas (FOX; BARTHOLOMAE, 2005).

No Quadro 11, é apresentada a abordagem acerca da avaliação dos programas de educação financeira utilizada pelos autores na pesquisa.

Quadro 11- Marco referencial para avaliação de programas de educação financeira

Itens de avaliação	Definições
Pré-implementação	Descrição da informação que justifique a necessidade para estabelecer um programa de educação financeira. Através da coleta de informação com a comunidade.
Transparência	Descrição da informação que justifique a viabilidade e utilização do programa. Coletar informação acerca dos usuários do programa e a utilização do programa.
Programa de clarificação	Coletar informação usada pelos desenvolvedores e participantes do programa visando melhorar o programa.
Progresso em direção ao objetivo	Coletar informação que documente a efetividade dos programas e proporcione informações, pelo <i>staff</i> e administração, para melhorar o programa.
Impacto do programa	Proporcionar informação que contribua para as áreas de conhecimento e/ou avaliação permitindo documentar a efetividade do programa quando comparado com outros.

Fonte: A autora, 2021, adaptado de FOX, BARTHOLOMAE e LEE (2005)

Acerca do marco referencial sobre os aspectos que devem ser considerados nos treinamentos de educação financeira especificamente para micro empreendedores, foi realizado um levantamento a partir da abordagem de entidades OECD e ACCA, por serem referência. O levantamento incluiu as diversas visões sobre as habilidades necessárias que um empreendedor deveria ter em termos de educação financeira procurando criar uma consciência sobre os riscos e oportunidades financeiras, realizar escolhas assertivas, saber onde pedir ajuda e adotar um comportamento que ajude na tomada de decisões mais assertivas.

O G20 (grupo dos 20 países mais desenvolvidos) e a OECD se uniram para desenvolver o *Global Partnership for Financial Inclusion* (GPII), o qual desenvolve iniciativas em educação financeira visando à inclusão financeira da população de modo que os reflexos dessa educação possam observados no mercado. Entre as iniciativas desenvolvidas, estava a criação de um marco referencial no que tange à educação financeira para empreendedores de micro e pequenos negócios. No Quadro 12, apresenta-se o marco conceitual de educação financeira proposto pelo G20 e OECD para esses tipos de negócios.

Quadro 12- Marco conceitual de educação financeira para micro e pequenos negócios do G20 junto com a Rede Internacional de Educação Financeira da OECD

Marco conceitual
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer a interação entre finanças pessoais e comerciais; ▪ Saber para onde ir em busca de ajuda; ▪ Melhorar sua compreensão do cenário financeiro, produtos e conceitos de relevância; ▪ Desenvolver as habilidades, conhecimentos, atitudes e confiança para: <ul style="list-style-type: none"> - Tornar-se mais consciente das oportunidades de financiamento e dos riscos e oportunidades financeiras; - Fazer planos de negócios e escolhas relacionadas; - Gerenciar seus registros financeiros, planejamento e riscos de forma eficiente a curto e longo prazo; e - Tomar outras ações eficazes para maximizar o potencial de seus negócios em benefício de sua empresa e da economia em geral.

Fonte: OECD (2017).

Por outro lado, a ACCA (2014) define um marco conceitual sobre a abordagem que deve ser considerada na alfabetização financeira e sinaliza aspectos que vão desde a segregação das finanças pessoais e do negócio até ter uma gestão mais avançada de forma organizada por meio de informações de tipo financeiro, possibilitando tomadas de decisões, como se pode observar no quadro a seguir:

Quadro 13- Marco conceitual de educação financeira para micro e pequenos negócios de acordo com a ACCA

Marco Conceitual
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distinguir entre finanças pessoal e finanças do negócio ▪ Ser um comprador competente de serviços ▪ Compreensão financeira dos produtos, seus custos e riscos, e selecionando o que é adequado para os negócios ▪ Antecipar o futuro do negócio necessidades financeiras sob alternativos cenários ▪ Avaliar os riscos aos quais os negócios são expostos e preparados respostas apropriadas ▪ Compreender a tomada de decisões processo de fornecedores de financiamento, e assim apreciar como o negócio pode tornar-se digno de crédito ou pronto para investimento ▪ Relacionar as finanças da empresa ao marco regulatório e fiscal ▪ Exercer a gestão financeira, por exemplo, usar informações financeiras para analisar o desempenho comercial e criar políticas e controles que otimizar isto.

Fonte: ACCA (2014).

Entretanto, Brunhn; Zia (2011) desenvolveram uma pesquisa com jovens empreendedores de Bósnia e Herzegovina, com os objetivos de: i) estudar os efeitos da alfabetização e educação financeira não apenas nos empreendedores existentes, mas também nos potenciais empreendedores; ii) analisar as empresas de um nível um pouco superior das microempresas, com funcionários e que realizem investimentos; iii) analisar os empréstimos e as taxas de inadimplência.

A amostra da pesquisa constituía-se de 445 empreendedores que tinham empréstimos no *Partner Microcredit Foundation*. A *Partner* é uma instituição que oferece serviços financeiros à população economicamente ativa com dificuldade ou nenhum acesso a fontes de financiamento comerciais, para o início e desenvolvimento de negócios e melhoria na qualidade de vida. Assim, desses 445 empreendedores estudados, dois terços deles receberam treinamento em educação empresarial e financeira em um centro de treinamento considerado de alto nível acadêmico na região. Os resultados da pesquisa apontaram que, embora o programa de treinamento não influencie na sobrevivência dos negócios, melhora significativamente as práticas comerciais e de investimentos entre as empresas sobreviventes.

Especificamente, as empresas do teste são significativamente mais propensas a implementar novos processos de produção e injetar novos investimentos no negócio, de acordo com o tema central do treinamento, que era incentivar mais crescimento de capital. Além disso, os pesquisadores constataram que esse grupo de empreendedores apresentou melhora no seu comportamento com relação à administração dos negócios, sendo mais propensos a separar contas pessoais e comerciais, refinanciar seus empréstimos por prazos mais favoráveis e obter novos empréstimos com parcelas de amortização mais baixas.

Assim como a pesquisa de Bruhne; Zia (2011), outros acadêmicos realizaram pesquisas semelhantes, em diversos países em desenvolvimento. As pesquisas focaram na

educação financeira e na injeção de recursos nos negócios de micro e pequenos empreendedores em situação vulnerável. As pesquisas visavam conhecer o comportamento dos empreendedores quanto à gestão administrativa e financeira de seus negócios e aos resultados após haver recebido algum tipo de treinamento ou orientação quanto a esse assunto. Para isso, alguns dos pesquisadores segregavam a amostra de empreendedores em dois grupos: os que recebiam treinamento especializado em educação financeira e os que não recebiam. A partir dessa segregação, puderam constatar os resultados de cada grupo, como observado no Quadro 14, um resumo dos resultados dessas pesquisas, destacando os pesquisadores, a amostra, tipo de treinamento e o impacto que essas iniciativas tiveram nos empreendedores, desde o ponto de vista pessoal, na gestão administrativa e financeira do negócio assim como no desenvolvimento dos negócios e sua permanência no tempo.

Entre as amostras escolhidas, estavam micro e pequenos empreendedores em idade adulta, dos gêneros feminino e masculino, todos eles em situação vulnerável e de países em desenvolvimento, tais como: Peru, República Dominicana, Gana, Índia, Tanzânia; Quênia, Vietnã, México rural, Chile, Sri Lanka, Paquistão rural, El Salvador, Guatemala, Nicarágua entre outros países. Entre os treinamentos, destacam-se sessões quinzenais e mensais, em módulos, abordando temas diversos como práticas comerciais básicas, estratégias de investimentos, crescimento empresarial, empreendedorismo.

Uma das pesquisas visava comparar dois grupos de empreendedores: um que recebia treinamento por meio de um módulo de contabilidade tradicional e outro que recebia um treinamento com módulo simplificado de contabilidade. Foi observado que os empreendedores que recebiam treinamento tinham práticas adequadas em relação aos que não receberam treinamento.

Entre as pesquisas da amostra observa-se que uma mesma pesquisa/treinamento foi realizada em dois países, como foi o caso de Gana e Quênia, apresentando resultados e impactos diferentes. Assim, o treinamento oferecido consistia em três semanas em sala de aula sobre empreendedorismo, produção e gestão de qualidade, e manutenção de registros e custos. Em Gana, por exemplo, foi observado um impacto positivo nas práticas comerciais e no desempenho. Já no Quênia, foi observada uma melhoria nas práticas comerciais, aumento do valor agregado e do excedente do produtor. Isso permite inferir que treinamentos, seja em educação financeira, seja em aspectos contábeis que visem à melhoria dos negócios ou à injeção de capital nos micro e pequenos negócios dão resultados na maioria das vezes positivos, como pode ser observado no Quadro 14 a seguir.

Quadro 14- Resumo dos resultados das pesquisas (Continua)

Estudo	Amostra	Treinamento	Impacto
Karlan & Valdivia (2011)	300 mulheres microempreendedoras	Sessões de treinamento semanais ou quinzenais de 30 a 60 minutos destinadas a ensinar práticas comerciais básicas.	+Conhecimento comercial, manutenção de registros e retenção de clientes <> Nenhuma mudança nos lucros comerciais, receitas ou emprego.
Bruhn and Zia (2011)	445 jovens clientes de microfinanças masculinas e femininas (18-35) na Bósnia-Herzegovina	Seis módulos abrangentes sobre conceitos comerciais básicos, habilidades contábeis e estratégias de investimento e crescimento empresarial.	+Práticas comerciais, investimentos e condições de empréstimo para empresas sobreviventes +Desempenho e vendas comerciais, para aqueles com maior alfabetização financeira ex-ante <> Nenhum efeito na sobrevivência do negócio, ou entrada de negócios por clientes com empréstimos exploratórios.
Berge <i>et al.</i> (2011)	644 male and female microfinance clients in Tanzania	Comparação entre: 1) 21 sessões semanais de 45 minutos sobre empreendedorismo, administração e marketing 2) Subsídio comercial à vista equivalente a 50% do investimento médio anual	+O treinamento empresarial aumentou os lucros (através do aumento das vendas, não das margens de lucro), apenas para os empresários do sexo masculino <> Nenhum impacto da subvenção comercial, tanto para homens quanto para mulheres <> Nenhum impacto para as empresárias para nenhum dos tratamentos. A experiência de laboratório de acompanhamento sugere restrições comportamentais e sociais.
Drexler <i>et al.</i> (2010)	1.200 clientes de microfinanças na República Dominicana	Comparação entre: 1) Treinamento com o módulo de contabilidade tradicional 2) Treinamento com módulo simplificado de contabilização de regras de conduta	+A intervenção segundo a regra de minimis aumentou significativamente a prática de separar contas, manter registros e calcular a receita mensal, em relação à intervenção tradicional + Aumento das vendas em semanas ruins.
Field <i>et al.</i> (2010)	597 clientes de microfinanças femininas hindus e muçulmanas na Índia	Módulo de treinamento de dois dias sobre alfabetização financeira básica e treinamento de habilidades comerciais, incentivo para identificar metas financeiras concretas e aspirações comerciais	+Aumento de empréstimos e renda empresarial para mulheres hindus de casta superior, que enfrentam mais restrições sociais do que as mulheres de casta inferior <> Nenhum impacto para as mulheres muçulmanas, que enfrentam as maiores restrições. Assim, os resultados podem indicar não-monotonicidade no impacto das restrições sociais.
Mano <i>et al.</i> (2010)	167 empreendedores no cluster metalúrgico em Gana	Três semanas de treinamento em sala de aula sobre empreendedorismo, produção e gestão de qualidade, e manutenção de registros e custos	+Impacto positivo nas práticas comerciais e no desempenho, mas o impacto é altamente heterogêneo.

Quadro 15- Resumo dos resultados das pesquisas (Conclusão)

Estudo	Amostra	Treinamento	Impacto
Mano <i>et al.</i> (2010)	115 empreendedores do setor metalúrgico no Quênia	Treinamento similar sobre empreendedorismo, produção e gestão de qualidade, e manutenção de registros e custos	+ Práticas comerciais melhoradas + Aumento do valor agregado e do excedente do produtor.
World Bank (2011)	Quatro grupos de 100-180 pequenas empresas na Etiópia, Tanzânia e Vietnã (dois locais)	Treinamento sob medida sobre técnicas de gestão de produção KAIZEN e treinamento padrão em sala de aula, incluindo um módulo sobre KAIZEN	+ Impacto positivo nas práticas comerciais nos quatro locais, embora os aspectos específicos afetados variassem entre os locais. A análise do impacto sobre os resultados comerciais está próxima.
Bali Swain & Varghese (2011)	841 clientes de microfinanças pertencentes a grupos de auto-ajuda (SHG) na Índia	Treinamento de formação de habilidades para membros de SHGs, fornecido por ONGs ou funcionários do governo, fornecido em média durante 2-3 semanas	+ Impacto positivo sobre os ativos, particularmente para clientes em vilarejos com melhor infra-estrutura, e para treinamento liderado por ONGs em vez de funcionários do governo ◊ Nenhum impacto sobre a renda ◊ A duração do treinamento (número de semanas) não tem impacto.
Klinger & Schündeln (2007)	655 empresários e empresárias com pequenas empresas na Guatemala, Nicarágua e El Salvador	Dois rodadas: 1) Programa de treinamento para refinar o plano de negócios, para candidatos aceitos 2) Prêmio em dinheiro de US\$ 6.000 a US\$ 15.000 aos participantes mais bem-sucedidos no treinamento	+ O programa de treinamento tem efeito significativo no início de um novo negócio ou na expansão de um negócio existente + Ganhar prêmio em dinheiro aumenta a probabilidade de iniciar um negócio muito mais para as mulheres do que para os homens.
Giné & Mansuri (<i>forthcoming</i>)	4.000 clientes de microfinanças masculinas e femininas no Paquistão rural	Comparação 2x2 entre: 1) Curso de treinamento empresarial de oito dias 2) Empréstimo por loteria	+ O treinamento levou a melhores resultados comerciais e domésticos, particularmente para os homens + Treinamento aumentou a demanda por empréstimos maiores sem afetar o reembolso + Impacto mais fraco da loteria de empréstimos ◊ Efeito de tratamento insignificante ou mesmo negativo para as fêmeas. A análise da alocação de tempo sugere que isto pode ser porque as mulheres gastam significativamente mais tempo em atividades domésticas/familiares versus atividades comerciais do que os homens.
McKenzie <i>et al.</i> (<i>forthcoming</i>)	1.256 empresárias atuais e potenciais no Sri Lanka	1) Curso de oito dias da OIT sobre geração e início de negócios para empresários potenciais; curso de seis dias para melhorar os negócios para os empresários atuais 2) Subsídios em dinheiro à metade, condicionados à conclusão do treinamento	+ O treinamento tem um impacto significativo nas práticas comerciais dos empresários atuais; o treinamento e a subvenção juntos também têm um impacto significativo nos lucros + O treinamento e o treinamento e a doação juntos para potenciais empreendedores aceleram o início de uma empresa, embora não melhorem a taxa de entrada final.
Calderon <i>et al.</i> (<i>forthcoming</i>)	850 microempresárias do sexo feminino no México rural	Quatro horas de aula por seis semanas com lição de casa	+ Impacto grande na receita, número de clientes, lucros e contabilidade formal, 7-8 meses após a intervenção.

Fonte: A autora, 2021, adaptado de XU e LIA (2012). Tradução livre.

1.9 Conceitos e práticas contábeis para micro e pequenos negócios

O novo arcabouço da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, trouxe uma mudança em termos fiscais, abrindo novas possibilidades para os empreendedores de legalizarem-se e de outros iniciarem empreendimentos. No quadro a seguir, apresenta-se um resumo com as exigências legais e fiscais dos MEIs e das Micro, Pequenas e Médias Empresas.

Quadro 16- Exigências legais e fiscais

Tipo de empresa	Obrigatoriedade
MEI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emitir documento fiscal quando o destinatário for empresa, salvo se o destinatário emitir nota fiscal de entrada de mercadorias. ▪ Manter Relatório Mensal de Receitas Brutas para comprovação das receitas, onde deverão ser anexadas as notas fiscais de entrada de mercadorias e serviços tomados, bem como as notas fiscais de vendas ou prestação de serviços emitidas. ▪ Apresentar Declaração Anual para o MEI - DASN-SIMEI. ▪ Prestar informações de seus empregados nos casos de admissão e demissão. ▪ O MEI fica dispensado da escrituração dos livros fiscais e contábeis, da Declaração Eletrônica de Serviços e da emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e).
Micro, Pequenas e Médias Empresas	<p>São obrigadas a possuir contabilidade completa, com as formalidades previstas na legislação societária.</p> <p>Resolução CFC N.º 1.418/12 - Aprova a ITG 1000 – Modelo Contábil para Microempresa e Empresa de Pequeno Porte.</p> <p>Novo Código Civil Brasileiro para constatar esse dever.</p> <p>Art. 1.179 - O empresário e a Sociedade empresária são obrigados a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o Balanço patrimonial e o de resultado econômico.</p>

Fonte: a autora, 2021, a partir de informações do Portal do Empreendedor e do Conselho Regional de Contabilidade (2020).

Por meio do quadro anterior, observa-se que os MEIs são dispensados de escrituração dos livros fiscais e contábeis, assim como da Declaração Eletrônica de Serviços e da emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e); já as PMEs devem seguir o Pronunciamento Técnico Contábil PME – Contabilidade para Pequenas e Médias Empresas, baseado nas normas internacionais de contabilidade (IFRS), entretanto em versão simplificada. De acordo com a

dissertação de Riva (2013) acerca dos principais grupos externos, estão: i) os bancos que oferecem créditos às PMEs; ii) os fornecedores; iii) agências de classificação de crédito; iv) os clientes; v) os acionistas que, às vezes, são os gerentes-administradores das PMEs.

As micro e pequenas empresas são fundamentais para a economia brasileira, uma vez que representam 99% de todas as companhias no país e são responsáveis por 66% dos empregos (UNCTAD, 2016). De acordo com Kassai (1997), a grande maioria dos empreendedores são os gerentes-administradores de seus negócios que, em muitos casos, têm conhecimento técnico e dominam o assunto em que trabalham, entretanto não têm conhecimento no que tange à administração e contabilidade. Em alguns casos, podem ter conhecimento, adquirido pela experiência em cargos gerenciais em grandes ou pequenas empresas e administrando sua própria empresa, podendo deparar-se com problemas de administração de talento humano, produção, compras, capital de giro e outros. No entanto, de acordo com a autora, o empreendedor evita a ajuda de especialista, como ela relata a seguir:

(...) muitas vezes, evita a ajuda de especialistas, porque acha que não haveria interesse por parte destes em estudar problemas de uma pequena empresa, ou então, porque obterá uma economia de recursos, uma vez que a ajuda de especialistas geralmente estará associada a algum custo. O empreendedor, dessa forma, passa a dedicar seu tempo à solução de problemas rotineiros e acaba perdendo a visão do negócio, a dimensão do planejamento e até abandonando a busca de oportunidades. (KASSAI, 1997, p. 3).

As micro e pequenas empresas estão em evolução constante e, por essa razão, precisam de informações contábeis que sirvam para avaliar a situação do negócio e possam servir para a tomada de decisões e análise da situação financeira da empresa de acordo com as informações recebidas (CHRISTAUSKAS; MISEVICIENE, 2012).

Estudos de Kassai, 1997; Stroher, 2005; Kos *et al*, 2014; Callado e Melo, 2018; sobre a utilização das informações contábeis na gestão de micro e pequenos negócios apontando entre outros resultados, a preparação de informações contábeis, como um requisito legal e fiscal. Essas atividades não devem ser o único objetivo dos profissionais da contabilidade. Por uma parte, o contador deve ser visto como o consultor que agrega e orienta os gestores na tomada de decisões e, por outra parte, os gestores devem agir de forma proativa visando à continuidade do empreendimento. Os empreendedores enxergam os contadores como fontes de informações e, em especial, a sua contratação é mais para atividades ao que tange a assuntos fiscais e tributários. Ainda a autora conclui que poucos dos gestores entrevistados ressaltaram a importância das informações contábeis com fins gerenciais,

ressaltando que os contadores conhecem essa limitação de certo modo pela complexidade do arcabouço fiscal e burocrático. Ainda o estudo de Belarmino, 2020 sobre o *compliance* na percepção de micro e pequenos empresários, verificou, entre outros, que seus pontos fracos residem em temas que envolvem conformidade com a legislação tributária assim como a falta de pessoal qualificado em contabilidade.

Quando se refere à ciência contábil, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), no Manual de contabilidade para micro e pequenas empresas, descreve:

A Ciência da Contabilidade tem sido entendida e difundida pelos estudiosos como processo, ferramenta e instrumento de gestão empresarial, muito embora nem sempre praticada com submissão àquelas finalidades. Não se pode afastar a conclusão de que a Contabilidade é uma ciência com fundamental importância na vida econômica das nações, das empresas, das pessoas naturais. **Mesmo nas economias pouco desenvolvidas ou então nas empresas de pequeno porte, é necessário manter o controle de gastos, despesas, receitas, ativos, dívidas, negociações, posicionamento sobre fatos ou tendências mercadológicas.** É papel da Contabilidade realizar esses controles ou então evidenciar os desvios em relação aos objetivos pretendidos pelos gestores empresariais (CFC, 2012, p. 12, grifos da pesquisadora).

Nesse sentido, o uso das informações contábeis gera impacto na administração de um negócio. Na visão de Stroehrer e Freitas (2008), em seu estudo acerca do uso das informações contábeis, os autores identificaram o seguinte viés: por um lado os contadores não apresentam a seus clientes o relevante auxílio que podem oferecer a seus negócios, uma vez que os micro e pequenos empreendedores não valorizam a relevância que as informações contábeis têm para uma adequada tomada de decisão e gestão de seus negócios, isso ocorre devido à falta de conhecimento contábil, que os empresários possuem.

Além disso, o próprio dono participa da gestão e o responsável pela parte contábil é um terceirizado. Ainda o estudo levanta que as informações puramente contábeis são as menos utilizadas e demandadas, ressaltando o Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Balancete de Verificação. Entretanto, a pesquisa de Kos *et al*, 2014 que visou verificar se os gestores das MPEs recebem, compreendem e utilizam informações contábeis em seu processo de gestão apontou que os gestores têm dificuldades dos termos da Receita e Despesa Contábil e maior entendimento no que tange a Custo, a Lucro Contábil e a Balanço Patrimonial. Por outra parte, os gestores manifestam utilizar as informações, porém não recebem os relatórios oriundos da contabilidade considerados úteis e necessários.

Além disso, as informações contábeis são utilizadas quando requeridas, como é o caso das informações fiscais. Adicionalmente, existe a prática recorrente da tomada de decisões a

partir da experiência passada e de maneira intuitiva, reiteradamente os gestores afirmam que utilizariam ferramentas contábeis quando fossem conscientes da importância que elas têm para uma adequada gestão e crescimento dos negócios (STROEHER; FREITAS, 2008).

Outros estudos demonstram a importância das informações relevantes nos processos de gestão pelas micro e pequenas empresas, como observa-se no Quadro 16 no qual apresenta-se um resumo desses estudos.

Quadro 17- Importância das informações contábeis na gestão dos micro e pequenos negócios

Estudo	Aspectos relevantes
Babatunde, 2020	<ul style="list-style-type: none"> - Informação contábil como uma ferramenta de controle - Assistência em operações de crédito - Auxiliar em questões tributárias - Assistência na determinação do lucro
Nwou <i>et al</i> , 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Melhor prestação de contas - Correta determinação do lucro - Ajuda as empresas a atualizar as metas e objetivos estabelecidos - Exigências tributárias - Elaboração do orçamento - Eficiência da gestão
Hall <i>et al</i> , 2012	<ul style="list-style-type: none"> - Acompanhamento dos estoques - Acompanhamento das vendas - Acompanhamento do orçamento - Acompanhamento do fluxo de caixa
CFC, 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Apuração do custo dos produtos, das mercadorias e dos serviços vendidos - Formação dos preços de venda - Estabelecer necessidades de capital de giro - Apuração de indicadores econômicos e financeiros - Planejamento empresarial ou fiscal para a empresa - Eficiência e segurança nas tomadas de decisão

Fonte: A autora, 2021.

Nas pesquisas realizadas, os empresários ressaltam a importância do acompanhamento, principalmente, do fluxo de receitas e despesas, formação dos preços de venda e as necessidades de acompanhamento do capital de giro de modo que consigam pagar seus compromissos de modo que possa contar com um grupo de fornecedores.

De acordo com Kassai, 1997 em sua pesquisa, de acordo com o Quadro 17, introduz as seguintes informações contábeis úteis para gestão das pequenas empresas. A autora baseia-se na experiência prática de trabalhos de consultoria junto ao Laboratório de Pequenas Empresas (PMLab) do Departamento de Contabilidade da FEAUSP. Nesse caso, considera informações que atenda aos gestores de pequenas empresas, a informações úteis para administração do negócio e à tomada de decisões.

Quadro 18- Gestão utilizada nas pequenas empresas

Aspectos	Características
Plano de gastos	Refere-se a um plano de contas elaborado de modo simplificado. Contemplando um mínimo de contas com nomenclatura simples e fácil de compreender. A dinâmica de montar este plano de contas permite ao empreendedor conhecer o negócio e sua dimensão, enquanto, objetivos, metas e eventos econômicos envolvidos.
Plano de responsabilidades	Consiste na identificação das principais partes da empresa e que têm autonomia ou condição de provocar dispêndios ou gerar resultados e sua associação com códigos para acumulação de gastos/resultados.
Posição patrimonial	Representa quanto a empresa tem em um determinado momento. Para isso é elaborado um Balanço Patrimonial, levando em consideração as contas mais relevantes, como por exemplos os valores de Caixa, Bancos, Valores a Receber e a Pagar, de acordo com a autora esses valores obtidos diretamente dos controles específicos. Já os Estoques e Ativos Fixos são apurados através dos inventários e valorizados a preços de mercados. O Patrimônio Líquido seria apurado por equivalência contábil", e os lucros em relação com o capital investido até então.
Estrutura de custos fixos	Todo negócio para diferenciar-se de seus concorrentes deve ser competitivo e é através de uma boa estrutura de custos fixos que o empreender consegue essa competência. Justamente essa boa estrutura de custos que torna a empresa mais ágil em relação ao mercado e o modo como vai tomar as decisões do dia a dia. Nesse sentido, os empreendedores procuram parcerias e outras estratégias a fim que esses custos sejam diminuídos.
Estrutura de resultado e preços de venda	Esta demonstração de resultado permite conhecer a apuração do lucro. Através desta estrutura é possível compreender e avaliar todas as variáveis que influenciam o resultado da empresa, como é a política de preços, volumes de produção e de vendas, impostos devidos, os custos variáveis e os custos variáveis e fixos, imposto de renda e magnitude do lucro final em relação ao lucro desejado.
Posição financeira ou fluxo de caixa	Através da demonstração financeira do fluxo de caixa é o modo como empreendedor entenderá melhor a Demonstração de Resultados. O lucro ou resultado pode ser interpretado através da geração de caixa afetando não somente a situação financeira da empresa como a ganância do empreendedor. Na visão da autora, outra ferramenta que ajuda ao empreendedor a conhecer seu negócio é o fluxo de caixa futuro, comumente chamado de Fluxo de Caixa Prospectivo.

Fonte: A autora, 2021 adaptado de KASSAI (1997).

A falta de informações sobre o negócio devido ao pouco planejamento administrativo por parte de seus proprietários foi uma das causas apontadas nos resultados do estudo de Bonacim, Cunha e Correa (2009) acerca da mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. Além disso, os autores empreendedores são cientes da necessidade, antes da abertura de qualquer negócio, de procurar ajuda profissional

visando conhecer sobre o mercado e os riscos enfrentados, e proceder à análise da concorrência e realizar uma estimativa, mais próxima da realidade, do capital necessário para abertura do negócio assim como o capital de giro.

Na visão de Ferreira *et al* (2011), para as pequenas empresas, a administração de capital de giro exige atenção especial devido a diversos fatores, dentre eles, a crescente complexidade da economia brasileira, a expansão, a sofisticação do mercado financeiro e do elevado custo de crédito. Justamente o capital de giro é uma das questões fundamentais das finanças de curto prazo, quando precisamos conhecer o nível razoável de caixa a ser mantido no banco para pagamento de contas.

Outra questão fundamental citada pelos próprios empreendedores como os motivos de *causa mortis* das empresas está no fato de como precificar os produtos ou os serviços que produziam ou quanta matéria-prima deve ser encomendada.

2 MÉTODO DE PESQUISA

2.1 Caracterização da pesquisa

Pesquisa é uma atividade básica da Ciência na sua indagação e construção da realidade e, embora seja uma prática teórica, vincula pensamento e ação – ou seja, um problema transcende além do intelectual, porque primeiro foi um problema da vida prática (MINAYO, 2011). Uma pesquisa é realizada quando não há informações suficientes para resolver um problema, desse modo um conjunto de ações é proposta para encontrar a solução de tal problema (SILVA; MENEZES, 2001).

A definição dos objetivos gerais, específicos e o estabelecimento da pergunta-problema são alguns dos princípios que norteiam qualquer pesquisa científica. Entretanto, para responder à pergunta-problema, a presente pesquisa científica utilizará um viés qualitativo por meio de entrevista em profundidade. Na visão de Bauer e Gaskell (2008), a pesquisa qualitativa serve para poder dar voz às pessoas ao invés de tratá-las como objeto, quando seu comportamento é quantificado e modelado estatisticamente. Para Gil (2008), esse tipo de pesquisa permite analisar a realidade de forma indutiva, sendo a análise do pesquisador o que prevalecerá.

2.2 Coleta de dados

Neste subitem, descreveremos o método que foi utilizado para a coleta de dados desta pesquisa, e, de igual modo, as suas limitações e os critérios para a seleção do objeto de pesquisa e o perfil dos entrevistados.

2.2.1 Entrevista em profundidade

Este trabalho de pesquisa será possível por meio da utilização da entrevista em profundidade, ou seja, dialogando “cara a cara” e de forma aberta com o sujeito de pesquisa, apoiando-nos em um roteiro de perguntas abertas com o intuito de conhecer o pensamento

do pesquisado de forma livre e espontânea por meio de suas experiências, valores e ideias sobre o objeto de pesquisa (PALACIOS; RUBIO, 2003).

Para Bauer e Gaskell (2008), a entrevista em profundidade serve para mapear e compreender o *modus vivendi* do sujeito de pesquisa e fornecer os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre esse sujeito e a sua realidade, visando a uma compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos. Na entrevista em profundidade, a conversação dura normalmente entre uma hora e uma hora e meia. Para realizar a entrevista, recomenda-se que o entrevistador prepare um roteiro ou um guia abrangendo os temas centrais e o problema da pesquisa.

Sobre a análise de conteúdo das falas do sujeito-objeto, Bauer e Gaskell (2008) afirmam que as falas devem ser analisadas a partir de transcrições bem detalhadas, o que requer um cuidado especial quanto aos seguintes tópicos práticos: i) Planejamento da entrevista; ii) Registro ou gravação da entrevista; iii) Transcrição, neste aspecto, de acordo com o autor, este aspecto inclui clímax, sonoridade, ritmo, respirações audíveis e cronometragem; iv) Análise, de preferência uma escuta atenta à gravação da entrevista junto com transcrição dos textos; v) Relatório, neste item, devem ser descritos trechos da entrevista, não sendo recomendadas transcrições completas da entrevista, pois estas podem não ser claras e os entrevistados, ao lê-las, podem ficar decepcionados.

2.2.2 Limitação da entrevista em profundidade

Nos projetos de pesquisas qualitativas, a entrevista em profundidade é uma das técnicas mais utilizadas na obtenção de dados (FISHER; CASTILHOS; FONSECA, 2014). Entretanto, nesse tipo de pesquisa, podem ser observados alguns pontos restritos, entre eles: a intensidade do tempo utilizado no que se refere ao roteiro de entrevista; o tempo da pesquisa; transcrição e análises das entrevistas; as respostas dos entrevistados podem ser muito parecidas ou podem apontar tendências; a preparação do entrevistado de modo que este consiga obter informações mais profundas (KIM, 2015).

2.3 Local da Pesquisa

- Favela da Vila Cruzeiro

Quanto à Favela da Vila Cruzeiro, pode-se dizer que está situada no complexo de Favelas da Penha. Esse lugar, no final do século XIX, foi albergue de escravos libertos, surgindo assim um quilombo. Esse fato demarca a diferença entre a Favela da Vila Cruzeiro e as demais favelas do Rio de Janeiro que surgiram na década dos anos sessenta e setenta como consequência do crescimento populacional. A Favela da Vila Cruzeiro é uma das mais conhecidas no Rio de Janeiro, em parte pela violência apresentada no lugar e por ser uma das favelas mais negras da Cidade (VEJARIO, 2020).

- Maré

A Favela da Maré é uma favela localizada entre a Avenida Brasil e a Linha Vermelha. Essa região, que, até os anos 40, era um enorme manguezal, teve diversos impactos pela ampliação da Avenida Brasil e pela construção da Cidade Universitária, campus da Universidade Federal do Rio de Janeiro, atraindo um significativo número de trabalhadores para o local. Entretanto, a Maré foi reconhecida como conjunto de bairros e área administrativa em 1988, mas isso não diminuiu a caracterização histórica de conjunto de favelas, devido à precária condição das vivendas, aos serviços públicos e à presença de grupos dedicados ao tráfico de drogas. A Maré caracteriza-se pela intensa mobilização de organizações civis que oferecem uma variada oferta gratuita de educação não formal, ajudando com o progresso de seus habitantes e gerando um impacto na sociedade onde atuam (CABANZO; RODRIGUES, 2021).

- Favela Morro do Alemão

O Morro do Alemão está localizado na zona norte do município do Rio de Janeiro. Compõe o conjunto de favelas do Complexo do Alemão. Igual à Maré, o Complexo do Alemão foi oficializado bairro em 1993, mas não houve mudanças nas condições do local. O lugar costuma ser associado à pobreza e à criminalidade; e, em 2010, ganhou destaque nas manchetes pela ocupação do exército quando se implantaram as Unidades de Polícia Pacificadoras (UPP) (COUTO; RODRIGUES, 2015).

2.4 Os sujeitos pesquisados

Neste subitem, definem-se os sujeitos da pesquisa. Sendo eles: as pessoas que serão entrevistadas e por meio das quais se obtiveram as informações necessárias para a análise (VERGARA, 2016). Sendo assim, os sujeitos de pesquisa do presente foram micro e pequenos empreendedores localizados em Vila Cruzeiro, Alemão e Maré proprietários de um negócio e usuários de os serviços de um contador.

2.5 Acesso aos respondentes

A princípio, a presente pesquisa visava estudar os micro e pequenos empreendedores da Favela Vila Cruzeiro com negócios formais ou informais com qualquer tempo de atuação no mercado. Nesse sentido, foi preparado um roteiro e realizada uma entrevista piloto com um empreendedor da favela com um negócio informal e com um ano de mercado.

Posteriormente, com a qualificação do trabalho, a banca sugeriu considerar empreendedores com negócios formais de maior porte que utilizassem, em suas práticas de negócios, os serviços de um contador. Além disso, a banca deixou aberta a possibilidade de serem levados em consideração empreendedores de outras favelas, estendendo para o complexo de Favelas do Alemão, por ser a favela mais próxima à Vila Cruzeiro.

Foi seguida a orientação da banca por meio da rede de contato da pesquisadora e, na Vila Cruzeiro, foi possível o acesso inicial a dois empreendedores que, por sua vez, indicaram outros empreendedores, desenvolvendo assim a chamada “bola de neve”.

O acesso aos empreendedores do Complexo de Favelas do Alemão foi possível por meio de pesquisa no jornal “A Voz das Comunidades”, publicação com sede no Alemão, pesquisa realizada por palavra-chave “empreendedorismo”, selecionando todas as matérias que o jornal havia publicado com esse assunto. Desse modo, foi realizado um levantamento dos negócios no morro do Alemão, e, posteriormente, iniciada a abordagem aos empreendedores por meio das redes sociais de Instagram, WhatsApp e contato telefônico, obtendo resposta somente de um empreendedor que concordou em participar da presente pesquisa.

Posteriormente, continuando a busca por empreendedores, foi acionada, mais uma vez a rede de contatos da pesquisadora, desta vez para buscar pessoas que desenvolviam trabalhos com empreendedores. Dessa forma, foi possível o contato com o SEBRAE, que informou que, na Vila Cruzeiro, o órgão, até o momento, não desenvolvia nenhum trabalho, pois não existia massa suficiente de negócios, ou pela dificuldade de acesso ao local. O contato também ressaltou que as favelas com maiores movimentação de negócios no Rio de Janeiro são o Alemão, a Rocinha e a Maré. Entretanto, foi sugerido o acesso à comunidade por meio de seus moradores que conhecem a região e podem indicar à pesquisadora negócios para realizar a pesquisa.

Então, foi possível chegar até a Favela Inova e estabelecer contato com os empreendedores via Instagram. Alguns responderam; outros não. Finalmente, foram obtidas duas entrevistas, uma delas de um empreendedor da Maré.

No processo da procura por respondentes, enquanto comentava com outros colegas de profissão acerca do campo desta pesquisa, presenciei recomendações de que “tomasse cuidado”, principalmente, pela dificuldade de acesso, ou, simplesmente, pela indiferença sobre o assunto pelo fato de ser na Favela. É possível inferir, diante desses comportamentos, que, por mais relevante que seja o assunto para a sociedade, ainda são poucos os que querem trabalhar com ele.

Quando se aborda um empreendedor sem ter uma apresentação prévia por uma pessoa conhecida, ele se mostra avesso, sobretudo quando se trata de falar sobre seus negócios e muito mais sobre aspectos referentes à gestão e à contabilidade, por isso a importância que a ponte para a entrevista seja feita por alguém da confiança do interlocutor. Dessa forma, a pessoa que colocava em contato o pesquisador e o empreendedor deixava claro que o objetivo da pesquisa era estritamente acadêmico.

Persistiu-se na procura de empreendedores na Vila Cruzeiro, sendo percorrida uma rua com grande movimentação de comércio da região, visitando loja por loja e informando sobre o tema da presente pesquisa. As pessoas que recebiam a pesquisadora eram administradores ou gerentes e não os proprietários em si, desse modo ficavam desconfiados e pediam para que fosse enviado e-mail para o Departamento de Pessoal da loja ou enviada mensagem pelo WhatsApp. Ao serem realizados esses contatos, um dos comércios respondeu que sua contabilidade era terceirizada e, por esse motivo, não podia dar entrevistas; com relação aos demais, não houve nenhum retorno.

Por fim, os respondentes que constam nesta pesquisa foram por indicação direta e mostraram-se muito gentis em aceitar conversar com a pesquisadora e contar suas

experiências, lutas e desafios no meio dessa jornada; relatar como lidam com seus negócios, o uso da contabilidade, e, ainda, a relação com o contador. Foram entrevistas bastante abertas, nas quais os entrevistados ficaram à vontade e estavam cientes de que a informação era confidencial. A pesquisadora estava disposta a escutá-los e trazer para o estudo dela a análise de esses relatos, cujas contribuições relevantes seriam transcritas para ressaltar o ponto de vista de cada entrevistado.

Desse modo, as entrevistas foram conduzidas via aplicativo, com exceção de alguns empreendedores que preferiram conceder a entrevista pessoalmente, em seu local de trabalho. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas e analisadas sem a utilização de algum tipo de *software* para análise, e sim a partir das análises críticas das leituras do pesquisador. As entrevistas foram realizadas no período de março de 2021 até agosto de 2021, sendo, no total, aproximadamente, mais de 560 minutos de gravação e mais de 210 páginas de documento Word com as transcrições das entrevistas.

2.5.1 Perfil dos respondentes

Neste subitem, é abordado o perfil dos entrevistados. Nesse sentido, identificaram-se dois grupos definidos: aqueles que estão estabelecidos com negócios há mais de 5 anos, a idade média dos integrantes desse grupo é de 55 anos; e o outro grupo de empreendedores com idade média de 30 anos, sendo esse último com negócios novos. Também, observou-se somente um empreendedor com idade de 75anos no comércio de roupa infantil que deu continuidade aos negócios do pai.

No grupo mais jovem, pode-se observar que o perfil dos negócios visava a características com um diferencial na prestação do serviço oferecido, assim foi identificado um entrevistado com um produto de base tecnológica a partir de desenvolvimento próprio. Quando o assunto é formação acadêmica, identificam-se três entrevistados com formação superior, sendo um com formação completa e outros ainda concluindo o curso; os demais empreendedores têm cursos técnicos profissionalizantes em suas respectivas áreas de atuação.

Um dos pontos também mencionados pelos entrevistados é que, no início dos negócios, começaram de modo informal, passando para Micro empreendedor Individual (MEI), e, posteriormente, catalogados como Micro Empresa (ME). Por meio disso, inferem-

se o crescimento e a evolução da atividade empreendedora, o que permite a criação de empregos de acordo com Caneca *et al* (2009) e Moreira *et al* (2013).

A pesquisadora teve acesso aos entrevistados por meio de: pré-pesquisa realizada no Jornal das Favelas; contatos diretos com os micro empreendedores; indicação de alguns entrevistados, ou mais conhecido como bola de neve (VINUTO, 2014). Os micro e pequenos empreendedores selecionados para as entrevistas foram aqueles que responderam ao convite e pela acessibilidade (VERGARA, 2012). No capítulo seguinte, será relatado de forma detalhada como foi possível o acesso a esses empreendedores. Neste quadro 18, observa-se que o maior número de entrevistados é advindo da região da Vila Cruzeiro, o que se deve à melhor acessibilidade da pesquisadora.

No quadro a seguir, é apresentado um resumo do perfil dos entrevistados, identificados com letras e em números, visando seguir uma ordem e mantendo sempre o anonimato de quem muito gentilmente abriu um espaço em sua agenda para compartilhar com a pesquisadora a própria experiência.

Quadro 19- Perfil dos Entrevistados

Entrevistado	Gênero	Idade	Setor Produtivo	Tipo de entrevista	Localidade
E1	M	27	Alimentos	Virtual	Vila Cruzeiro
E2	F	30	Beleza	Virtual	Vila Cruzeiro
E3	M	32	Beleza	Virtual	Vila Cruzeiro
E4	F	27	Beleza	Virtual	Vila Cruzeiro
E5	F	54	Comércio de alimentos	Virtual	Vila Cruzeiro
E6	M	27	Tecnologia	Virtual	Alemão
E7	M	55	Comércio	Presencial	Vila Cruzeiro
E8	F	27	Tecnologia	Virtual	Maré
E9	M	75	Comércio	Presencial	Vila Cruzeiro
E10	M	60	Comércio de alimentos	Presencial	Vila Cruzeiro
E11	M	50	Comércio	Presencial	Vila Cruzeiro

Fonte: A autora, 2021 a partir dos dados dos entrevistados.

2.5.2 Método para tratamento e análise dos dados

Para análise do conteúdo dos dados, foram seguidas as orientações de Bardin (2016), quem sugere começar por uma pré-análise das informações, seguida de uma exploração do material, e, finalmente, um tratamento dos resultados da análise, fazendo uma inferência e uma interpretação das entrevistas.

Quanto à pré-análise, a autora descreve essa fase como um período para organizar o material das entrevistas, estruturado de modo que os próximos passos sejam abordados a partir dessa fase. Além disso, a autora ressalta que a estruturação dessa fase não deve ser “enviesada”, e sim flexível a mudanças factíveis de acontecer no decorrer da análise do material. Nessa etapa, podem ser destacados e abordados os seguintes assuntos:

- i)** realizar uma leitura flutuante do material a ser analisado. Particularmente, a autora recomenda uma leitura e releitura de modo que as falas permeiem a mente e as ideias e sintam-se familiaridade com os diálogos de modo que seja possível avançar nas novas etapas;
- ii)** escolher os documentos. Quanto a este aspecto, os documentos a serem analisados devem ser escolhidos com anterioridade, visando ajudar a fornecer informações sobre o problema levantado na pesquisa. Tal priorização dos documentos é fundamental, entretanto devem ser consideradas algumas regras para a seleção dessa informação. No seguinte estudo, há referências às próprias entrevistas previamente realizadas, gravadas e transcritas.
- iii)** preparação do material. Nesta fase, o material a ser utilizado é separado e organizado. Para o seguinte trabalho, essa etapa se refere aos textos de todas as entrevistas transcritas e organizadas de modo que seja possível a análise.

Uma vez concluída essa etapa de pré-análise das informações, segue-se para a exploração do material, que, de acordo com Bardin (2016), pode ser realizada por meio de regras previamente formuladas, referindo-se à codificação das informações, decomposição ou enumeração. Por fim, a próxima etapa consiste no tratamento dos resultados obtidos, assim como sua interpretação. Na análise dos dados, a autora recomenda a categorização do material, ou seja, uma classificação dos elementos, seguida de um reagrupamento de acordo com a analogia de critérios previamente definidos. Além disso, o critério para a categorização pode ser: semântico, quer dizer, por assunto; sintático, quando considerados verbos e

adjetivos; e léxico, nesse sentido, classificando as palavras segundo o sentido e expressivo. De acordo com a autora, “classificar elementos em categorias impõe a investigação de que cada um deles tem em comum com outros.” (BARDIN, 2015, p. 150).

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1 Categorização

Seguindo Bardin (2015), e de acordo com o relatado no capítulo anterior, iniciou-se o processo de análise das entrevistas, levando consideração uma transcrição das entrevistas, as releituras de forma profunda, emergindo nos diálogos e permitindo a possibilidade de construir argumentos suficientes para categorizá-las da seguinte maneira:

(A) Iniciativa para empreender

Esta categoria se refere às motivações que os empreendedores tiveram para começar seus negócios. Os entrevistados descrevem como foram seus inícios no que tange aos acertos e erros de modo que consigam continuar caminhando e até ter um negócio que possa ter continuidade.

(B) Atitudes para empreender

Esta categoria apresenta os relatos dos entrevistados acerca das atitudes empreendedoras que eles, particularmente, acreditam possuir para poder tocar seus negócios. Adicionalmente, são colocados exemplos trazidos por eles de como essa atitude permitiu-lhes tomar decisões oportunas em momentos críticos do negócio.

(C) Educação Financeira

Esta seção trata das percepções que os empreendedores têm a respeito do contato inicial deles, antes de começar o negócio, com elementos e ferramentas financeiras; se teve algum treinamento prévio; se esse treinamento foi algo empírico aprendido em seu núcleo familiar.

(D) Uso da contabilidade

Esta divisão trata das percepções que o empreendedor tem com relação ao uso da contabilidade na gestão de seus negócios; por meio da consultoria contínua do contador; preparação por parte do contador da documentação burocrática; preparação de relatórios para a tomada de decisões; o valor que a contabilidade e a ciência contábil podem agregar na continuidade dos negócios.

Cabe ressaltar que cada categoria descrita acima foi preparada a partir da organização da entrevista e os relatos das entrevistas podem ser observados a partir do referencial teórico; para explicar melhor, criamos o seguinte quadro.

Quadro 20- Detalhamento das categorias

Categorias	Subcategorias	Referencial Teórico	Autores
(A) Iniciativa para empreender	Motivações para empreender.	Motivações dos empreendedores para iniciar os próprios negócios. Empreendedorismo e precarização do trabalho.	Cantillon,1755; Carland <i>et al</i> , 1984; Schumpeter, 1934; Gartner, 1989; Schmidt e Bohnenberger, 2009; Vale, Correa e Reis; 2014
	Expectativas e realidades de ser empreendedor.		
	Apoio para empreender.		
	Vantagens e desvantagens de ser empreendedor.		
(B) Atitude para empreender	Características empreendedoras.	Atitudes para empreender	Caneca <i>et al</i> , 2009 Carland <i>et al</i> , 1998; Paiva <i>et al</i> , 2019; Paiva Júnior, Almeida e Guerra, 2008; Kim, Park e Paik, 2018
(C) Educação financeira	Informação financeira prévia antes de abrir um negócio.	Educação Financeira	Atkinson; Messi, 2012; Bonacim, Cunha e Corrêa, 2009 Bruhn; Zia, 2011 Ferreira <i>et al</i> , 2011 Fox; Bartholomae, 2005 Houston, 2010; Portrich, Vieira e Kirch, 2015;
	Mentoria para orientação nos primeiros passos do negócio.		
	Importância de ter conhecimentos financeiros para abrir um negócio.		
(D) Uso da contabilidade	A relação entre o empreendedor e o contador.	Conceitos e práticas contábeis para micro e pequenos negócios. Micro e pequenas empresas e o desafio da administração.	Callado e Melo, 2018 Chaves, 2008 Do Amaral, 2017 Moreira <i>et al</i> , 2013 Beuren; Erfurth, 2010
	Acompanhamento do negócio.		

	Serviços prestados pelo contador.		
	Relatórios contábeis utilizados pelo empreendedor.		
	Principais usos da contabilidade no negócio.		

Fonte: A autora, 2021, a partir dos dados da pesquisa.

A seguir, apresenta-se uma análise dos resultados obtidos por meio das entrevistas segregadas por categorias como previamente expostas.

3.2 Iniciativa para empreender

De maneira geral, observam-se as diversas motivações que fazem com que as pessoas empreendam, seja uma oportunidade de negócio nascida por meio de um produto de elaboração própria e criada para resolver uma necessidade pessoal, seja o vislumbre de um cenário de criação de oportunidade de negócio. Outros têm iniciativa a partir de sua experiência profissional adquirida em seu antigo emprego e, frente a uma demissão, observam a possibilidade de abrir um negócio nesse mesmo setor, claro, com algumas alterações e com um conceito próprio a fim de distinguir-se entre a concorrência.

Por outro lado, alguns entrevistados optaram por dar continuidade ao que foi aprendido na família, pois suas famílias tinham negócios e desde muito jovens conviveram nesse ambiente. Vale, Correa e dos Reis (2014) ressaltam que, ainda que não tenha sido identificada, na literatura acadêmica, a motivação para empreender oriunda da influência familiar, bem como dos resultados de sua pesquisa, esse motivo está presente de modo representativo. Ademais, essa motivação para empreender também foi aqui constatada por meio de este estudo, com a forte influência do núcleo familiar na decisão de empreender.

Nos relatos dos entrevistados, identifica-se o grupo dos mais jovens com idade média de 28 anos que ressalta o fato das dificuldades na hora de procurar emprego. Ainda já formados e com título profissional, as dificuldades persistiam, como comentado por (E6) [...] quando enfatiza o preconceito existente contra os moradores da favela quando mencionado, em seu currículo, o endereço da favela, isso já é a primeira barreira e um preconceito muito grande. A fim de superar esse impasse, eles enxergam como uma saída para dar continuidade

à própria vida laboral e profissional construir seu próprio caminho, lutando por seu futuro e, justo nesse momento, decidem pela criação de seu próprio negócio, vislumbrando a oportunidade de gerar uma renda para o sustento e de atingir suas metas profissionais e financeiras. Sob o cenário de hostilidade na busca de seus empregos e ainda na qualidade de empregados, que, na maioria das vezes, trabalham com jornadas abusivas, eles preferem ter o próprio negócio e ser empreendedores independentes, podendo reivindicar os títulos de empresários e até de CEO. Sobre esse assunto, um entrevistado comenta:

“[...] a falta de orientação na parte de empreendedorismo a gente fica muito presa a trabalhar para o patrão [...] A ser assalariado e ficar estacionado ali. A gente tem a possibilidade de termos o nosso próprio negócio [...] Ir, além disso, nós mesmos sermos nosso próprio patrão [...] E ajudar outras pessoas também.” (E2)

Ainda sobre esse assunto, o E4 relata:

“No início não foi fácil e eu consegui. Então, eu acho que empreender é você passar por cima de todas as barreiras. Até daquelas mesmo que diziam que por você ser pobre, negra, favelada, você não conseguiria; eu acho que empreender pra mim é isso, você quebrar tabus e estar à frente de um negócio onde muitas pessoas um dia duvidaram que você estaria.” (E4)

Ainda em relação às motivações para empreender, identificamos que existiam pontos em comum entre os entrevistados, sendo relatados os seguintes aspectos: i) iniciou a partir de um capital próprio; ii) sobre o tipo de negócio, não foi improvisado ou escolhido por estar na moda, mas por já ter experiência no assunto ou por tradição familiar – esse foi o caso dos Empreendedores E5, E7, E9, E10 e E11, que nasceram no seio de famílias que eram comerciantes com negócios próprios e chegaram ao Rio oriundos de Regiões do Brasil, principalmente, o Nordeste, ou da Europa, referindo-se a Portugal; iii) por uma oportunidade como foi o caso de E5, quando observou a necessidade de iniciar um negócio, pois existiam poucos comércios especializados na área de alimentos; iv) os entrevistados realizam pesquisas antes de iniciar os negócios – independente do desejo para iniciar os negócios, os entrevistados relataram que realizaram uma pesquisa, ainda que informal, sobre a persona e o mercado, visando atender às necessidades da sua região e de igual modo criar um negócio que tenha afinidade.

Os entrevistados ressaltam o trabalho desempenhado por eles como uma forma de autorrealização, pois podem, por meio dessa atividade, desenvolver-se profissional e pessoalmente, o que está de acordo com Schmidt e Bohnenberger (2009), quando ressaltam a autorrealização como uma característica que serve como um motor para dar força ao empreendedor a lutar, sobre isso o E10 comenta:

“[...] positivo é você poder ficar fazendo o que você gosta estar gerando empregos, melhorando a economia, ajudar pessoas que a gente vê que merecem uma oportunidade. E eu acho que é isso aí, as coisas boas vão vindo.” (E10)

De uma forma geral, são identificadas diversas abordagens que cada entrevistado tem acerca do que é ser um empreendedor, ressaltado pelos empreendedores E1, E2, E3, E4, E6 e E9 com uma visão do empreendedorismo como uma oportunidade pessoal para sair frente aos desafios que um morador de favela enfrenta. Além disso, por meio do próprio trabalho, poder ser um referencial, inspiração e gerador de emprego para outras pessoas. Esses empreendedores entendem que devem fazer um diferencial ao desempenhar o trabalho deles, como afirma E4, que, além de ter seu empreendimento, fornece curso de capacitação e treina pessoas para poderem trabalhar por conta própria.

“[...] empreender é você estar à frente da sua empresa, é você saber que a tua empresa está gerando valores e saber que você está no caminho certo, que você escolheu corretamente e que você está doando de si o melhor porque eu acredito que se eu não tivesse doando, entregando o melhor pras minhas clientes, para as minhas pacientes, eu não conseguiria chegar até onde eu cheguei e eu acredito que as meninas aqui - até as que me pedem ajuda em relação a isso - acabam tendo mais vontade de empreender justamente por tudo o que eu já passei.” (E4)

Os acadêmicos Carland *et al* (1984) caracterizam os empreendedores como aqueles que estabelecem e administram negócios visando promover o desenvolvimento de seus objetivos pessoais, sendo o negócio a principal fonte de renda ea atividade que consome a maior parte do seu tempo e recursos. Ao encontro disso, percebe-se também pelos entrevistados que reconhecem e aceitam o lado realista da jornada empreendedora, que não é um fato romântico, e sim um compromisso diário, um trabalho duro e árduo com jornadas de trabalho estendidas. Sobre isso, E4 se expressa:

“[...] hoje em dia eu vejo que as pessoas romantizam muito o empreendedorismo. E o empreendedorismo não é esse luxo que as pessoas vendem. Empreender é difícil, ainda mais para mulher, porque a mulher já tem que controlar suas emoções por si só, então assim, é complicado, eu sempre tento me conectar com pessoas que estão um pouquinho acima de mim para dizer, [...] o início é esse, é difícil, mas você não vai desistir, vamos lá, esse é o caminho, esse não é”, para validar, sabe?” (E4)

Interessante notar que um dos entrevistados (E5) ressaltou a motivação para empreender visando a um trabalho que permitisse ficar perto da família e poder dar atenção aos filhos, corroborando com os acadêmicos Vale, Correa e Reis (2014) quando mencionam, na conclusão do estudo deles, que um dos fatores de motivação de alguns empreendedores,

em especial as mulheres, para abrir seus próprios negócios, é o cuidado da família. É importante destacar, também, que esse aspecto não foi mencionado por nenhum entrevistado de gênero masculino. Ainda E5 ressalta que o fato de ter seu próprio negócio lhe dá flexibilidade, ainda que as jornadas empreendedoras sejam longas, o fato de ter liberdade para criar as regras do negócio e poder controlar a gestão fez com que conseguisse conciliar a vida pessoal com a profissional.

“[...] o comércio é uma escravidão, vamos botar assim, é de domingo a domingo, mas que também te dá um livre-arbítrio de você trabalhar conforme você quer, você não segue regras de uma empresa como eu seguia antes de ir para o comércio. Mas foi uma decisão muito difícil sim [...]” (E5)

“[...] No meu caso, eu estava saindo de uma rotina de escritório e empreendendo numa parte que eu via a necessidade, que precisava, e que eu sabia que teria capacidade para tal, onde eu pudesse criar as minhas regras, as normas, e claro, você ter uma rentabilidade melhor, flexibilidade no horário, porque eu também já estava com intenções de iniciar a minha família, ter filhos, e o trabalho na época a minha remuneração era boa, mas a exigência também era grande, porque eu tinha horário para entrar, mas eu não tinha horário para sair. E a gente, mulher e empreendedora, uma das coisas que eu coloquei para mim era a flexibilidade de horário, que anteriormente eu não tinha.” (E5)

Por outro lado, nos diálogos, os entrevistados destacam a contribuição de seus negócios para a economia, afirmando que, por meio deles, podem ser criadas vagas de emprego, ajudando assim o desenvolvimento local. Segundo Caneca *et al* (2009), a importância das micro e pequenas empresas na economia não somente se dá no Brasil como em outras nações, e, independentemente do nível de industrialização ou desenvolvimento, elas servem para o desenvolvimento social, econômico e político. Como é o caso de E7, que comenta que, no transcorrer de esses anos como empreendedor, conseguiu empregar muitos jovens em seu primeiro emprego e, hoje, esses jovens são profissionais formados em diversas áreas de atuação. Além disso, de vez em quando, visitam o negócio do empreendedor para agradecer a oportunidade oferecida no passado.

“[...] eu acredito muito no empreendedorismo porque eu me sinto feliz de ser um gerador de emprego. [...] os comerciantes pequenos têm que ser valorizados pelo governo porque somos geradores de emprego [...] em meu primeiro negócio eu gerava três empregos, mas três empregos para três jovens, de mais ou menos 17, 16 anos, que hoje colocam como primeiro emprego.” (E7)

Por fim, com relação à procura de informação e de ajuda a outros donos de negócio no início de sua jornada, alguns entrevistados afirmam que não procuraram, pois, na maioria das comunidades, os negócios são de bares e lanchonetes que divergem dos negócios específicos deles. Quando se trata de iniciativas voltadas para os setores de beleza e

comércio, nesse caso, eles preferem buscar informações por conta própria ou por intermédio do contador, pois eles o julgam parceiro, conselheiro ou mentor. Entretanto, outros entrevistados consideraram a mentoria de outros donos de negócios, em especial de um familiar ou de um antigo patrão, com linhas de negócio do mesmo ramo que eles decidiram empreender, são a esses empresários que eles pedem conselho na caminhada empreendedora desde a largada do negócio até os dias de hoje.

Em resumo, foi observado que os empreendedores têm diversas iniciativas para iniciar seus empreendimentos os resultados constatam que as principais motivações são oriundas pelo desemprego, assim, os empreendedores vêm no empreendedorismo uma oportunidade para recomeçar, fazendo uso dos conhecimentos e experiências técnicas e profissionais anteriores. Ainda frente ao desemprego estrutural e à falta de oportunidades, os empreendedores utilizam sua criatividade, desenvolvendo novos produtos e abrindo caminhos para novas possibilidades. Além disso, pode-se identificar que os sujeitos de pesquisa mais jovens enxergam no empreendedorismo uma alternativa para novas oportunidades e possibilidades de desenvolvimento, impulsionados pelas portas fechadas que encontram quando procuram emprego e revelam seu lugar de moradia.

Também foi identificado que os empreendedores, em sua grande maioria, são oriundos de famílias com negócios ou que já tiveram algum tipo de negócios, e, nesse sentido, influenciados por esse fator, optam por abrir seus próprios empreendimentos, sempre apoiados por algum membro da família, seja como um tutor, conselheiro ou como um parceiro/sócio para começar o negócio. Muitos empreendedores reconhecem que utilizaram recursos próprios para iniciar seus negócios ou realizaram um empréstimo bancário, ainda que com valores mínimos. Além disso, manifestam haver tomado certas atitudes antes de abrir os negócios, como: estudar a região de atuação; o mercado; a persona; o produto; potenciais clientes; potenciais fornecedores. Sobre essas ações, eles se mostram cientes que esses aspectos são, no mínimo, necessários para iniciar um negócio.

Outro aspecto enfatizado pelos entrevistados é a contribuição de seus negócios para a economia e a ciência de que através deles podem ser criadas vagas de emprego, incrementando, assim, o desenvolvimento local. Tal compreensão encontra consonância com Caneca *et al* (2009), para quem a importância das micro e pequenas empresas na economia não somente se dá no Brasil como em outras nações, e independente do nível de industrialização ou desenvolvimento elas servem para o desenvolvimento social, econômico e político.

3.3 Atitudes para empreender

Este item refere-se às atitudes empreendedoras que foram observadas nas falas dos entrevistados embora, eles não as sinalizem explicitamente em seu diálogo, expressam as seguintes características: autoeficaz, detectam oportunidades, persistente, assumem riscos, planejador, sociável, inovador, líder –todas essas atitudes empreendedoras, de acordo com Schmidt e Bohnenberger (2009).

De modo geral, os entrevistados ressaltam a determinação como um fator essencial na decisão de iniciar um negócio, seguida da coragem; todos eles, em seus relatos, evidenciam esses fatores para dar continuidade a seus negócios. Ainda acompanhado da importância de características relacionadas com a inteligência e com o perfil psicológico marcado frente à forte carga de estresse que os negócios trazem. Alguns citam a importância de possuir características de inteligência emocional, referindo-se às fortes emoções que acompanham o dia a dia da gestão de um negócio, em especial, em meio a uma economia instável como é a brasileira, com marcantes oscilações ao longo do tempo. Os entrevistados comentam passar por diversas crises, citando as mais recentes dos últimos anos, como a do *subprime* em 2008, a crise brasileira que se iniciou em 2013 emendada com a atual crise do novo coronavírus (COVID-19). Sobre esse assunto, o entrevistado E7 relata:

“[...] é complicado. Por isso que eu acho que o cara para ser empreendedor no Brasil, além de ser muito inteligente, tem que estar muito bem informado e tem que ser maluco, porque se você não for maluco não vai [...] bom psicológico porque o ser empreendedor envolve muitas coisas no negócio é uma responsabilidade com empregado, fornecedores, e em meio de uma economia flutuante e uma forte carga de impostos é muito difícil ficar sereno e calmo.” (E7)

Os entrevistados, em sua grande maioria, apresentam, em seu discurso, alta motivação, permitindo-lhes continuar a jornada apesar dos desafios oriundos do empreendedorismo. Isso pode ser observado especialmente à ocasião da recente pandemia do COVID-19, quando os entrevistados manifestaram as ações rápidas na gestão de seus negócios, visando à continuidade dos empreendimentos e de suas atividades em meio às restrições sanitárias. Nesse sentido, foram realizadas abordagens proativas em aspectos relacionados não somente da saúde financeira dos negócios, como de toda a cadeia de valor envolvida, especialmente, o compromisso com seus colaboradores, fornecedores e clientes. Assim, Brito *et al* (2021 p. 2) ressaltam, em sua pesquisa acerca dos efeitos da Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas no Brasil, que os “[...] empresários tiveram que se reestruturar

e se reinventar para se manterem no mercado diante a crise econômica, sendo um desafio para as MPEs se manterem abertas e se adaptarem a uma nova realidade tecnológica, para conseguirem vender mais.”

Além disso, grande parte dos entrevistados, como é o caso de E1, E2, E3, E5, E7, E9, E10 e E11, menciona ter uma atitude otimista e positiva frente aos diversos desafios que os mercados e os negócios trazem, ressaltando o trabalho duro, as jornadas que excedem as oito horas de trabalho normal, fugindo do cotidiano, o que permite observar que a disciplina e a constância fazem parte do perfil empreendedor. As jornadas laborais sem descanso e sem férias são consideradas por Tavares, 2017, como uma precarização do trabalho e os empreendedores, com a ilusão de ser um empresário com liberdade e sem patrão, inserem-se em uma dimensão deixando-os vulneráveis social e economicamente, sem ganhos fixos.

Também são mencionadas a criatividade e a inovação como elementos necessários para dar continuidade ao negócio e mantê-lo vivo. Em consonância com Kim, Park e Paik (2018), quanto a esse último aspecto em geral, todos os entrevistados ressaltam a criatividade para propor novas ofertas; conforme relatado pelo entrevistado E10, que, em seu negócio de alimentação, decidiu especializar-se em um tipo de preparação de carne e a oferta de um cardápio rico em variedades, sendo esse um diferencial na região onde atua, chegando a esse consenso por meio de testes até ao chegar ponto de aceitação por parte do cliente; também os entrevistados E7, E9 e E11 relatam as diversas formas de reinventar-se no negócio para se manter no mercado frente a novas mudanças e conceitos. Acerca disso, o E11 comenta:

“[...] a gente tem que acompanhar a evolução da vida, dos negócios em si, tem momentos que você tem que tomar uma direção, tem momentos que você tem que recuar, enfim, trabalhar dentro daquilo que você tem conhecimento comercialmente e da evolução, do crescimento natural das coisas.”(E11)

Ainda quanto ao perfil empreendedor, os entrevistados E1, E2, E7, E10 e E11 comentam o lado humano no que se refere ao relacionamento com seus clientes, fornecedores e, em especial, com seus funcionários, considerados seus principais parceiros de negócio. Quando o negócio é serviço, eles ressaltam a importância de entender o cliente e suas necessidades, sendo essa uma relação que se constrói aliada aos serviços de qualidade para a fidelização. Essa relação vai se construindo com o passar do tempo, alguns clientes virando amigos, sendo o lado humano transcendental ao mundo dos negócios. As falas dos entrevistados nos levam a pensar sobre a construção do ser humano que não ocorre de forma isolada, mas de forma relacional a partir do outro. Sobre isso, vale trazer a contribuição de Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008, p. 119): “o fator humano do empreendedor

humanizado representa aquele que está em constante construção social da realidade como refinamento de si mesmo e dos outros, envolvidos em seu projeto realizador”.

Por outro lado, os entrevistados relatam a atitude empreendedora em termos de resiliência no sentido de reinvenção para poder continuar a jornada. Gartner (1989) comenta que o empreendedor não é um estado fixo de existência, e o empreendedorismo é um papel que os indivíduos subestimam para criar organizações. Frente aos desafios, oE7 definiu o que é empreendedor:

“[...] o empreendedor, muitas das vezes, não tem as informações mastigadas então tem que correr, tem que ir atrás, então isso vai nos tornando uma pessoa mais forte. A gente acaba obtendo uma resiliência maior. Eu vejo que hoje eu tenho uma resiliência um pouquinho mais elevada do que as pessoas que estão ali naquele ciclo vicioso de uma CLT [...]” (E7)

Os entrevistados veem no empreendedor aquele que assume risco e se arrisca, que não permanece estagnado em sua zona de conforto ou por meio dessa ação consegue tirar do papel suas ideias e pô-las em prática gerando, assim, oportunidades. Tal percepção vai ao encontro da visão de Cantillon (1755), que afirma que os empreendedores se aproveitam das oportunidades de lucros por meio da assunção dos riscos inerentes à atividade. Sobre o assumir risco, E9 comenta:

“[...] e o negativo é que é muito pouco falado ainda sobre empreendedorismo, as pessoas não conseguem ver os lados positivos porque elas estão focadas nisso de “eu preciso ter um trabalho formal, preciso ter uma renda”, as pessoas têm medo de arriscar.” (E9)

Em resumo, os entrevistados ressaltam a determinação e coragem como fatores essenciais na decisão de iniciar um negócio; para dar continuidade aos empreendimentos, mencionam a persistência, a criatividade e a inovação— esta última refere-se não especialmente à criação de algo novo, mas à melhora do que já vem sendo realizado, com o objetivo de ser competitivo e manter o negócio em funcionamento. Assim, os empreendedores com mais tempo de mercado reconhecem haver mudado várias vezes de tipo de negócio, acompanhando a evolução do mercado e os impactos das diversas crises econômicas mundiais e locais. Os negócios dos empreendedores crescem, entretanto eles preferem concentrar seus negócios somente em um lugar a fim de manter o controle, a administração, uma característica do micro empreendedor isso vai ao encontro de Carland *et al*, 1984)

3.4 Educação financeira

Em geral, os entrevistados reconhecem a importância da educação financeira no momento de abrir seu negócio, no entanto relatam não ter um conhecimento estruturado no início de seus respectivos negócios. Nesse contexto, revelam a sua preocupação por ter um conhecimento sobre o negócio no que tange ao mercado, à persona, ao local onde atuarão e à especialidade, dessa forma os conhecimentos relacionados com a educação financeira são adquiridos no transcorrer da atividade e na evolução do negócio. Nesse sentido, os entrevistados E8 e E9 comentam:

“[...] vai montar e fazer uma pesquisa de mercado, de fornecedor, porque eu demorei tempo para eu conseguir isso. Hoje eu tenho vários fornecedores bons, eu fui correndo atrás, fazendo pesquisa, comprando com um, com outro, com outro, para chegar num denominador comum sobre aquelas pessoas. [...]A gente trabalha em cima disso. Tem que fazer pesquisa, tem que fazer um investimento nisso, porque se não fizer não vai longe.” (E8)

“[...] eu vejo que as pessoas se empolgam [...] tem algumas pessoas que se empolgam, “ah, eu tive uma ideia, vou abrir mão de tudo e vou empreender”. Não, não é assim. Vamos estudar o mercado, vamos estudar principalmente o nosso problema, porque às vezes aquele problema que você encontrou não é um problema real, é um problema temporal. Se você gastar energia com uma empresa a fim de solucionar um problema temporal, em algum momento a sua empresa vai morrer. Então acho que assim, tem que ter muito bem definido qual é o problema que você vai resolver, pensando se é um problema local ou se é um problema nacional, definir muito bem o modelo de negócio, para entender o público, para entender A persona. Então eu me dediquei um ano só para entender o mercado, estudei o público, eu fui a campo, é muito importante a gente sair para entender a demanda do cliente.” (E9)

Os entrevistados mais jovens ressaltaram a importância da educação financeira no currículo escolar brasileiro, de modo que eduque os cidadãos para além da administração das finanças pessoais, dando as bases para iniciar um empreendimento, pois, com esse conhecimento, é possível criar e gerenciar negócios duradouros, discurso esse que vai ao encontro da conclusão do estudo de Portich, Vieira e Kirch (2015). Desse modo, o ambiente cultural no qual a sociedade está inserida exige, de forma cada vez mais acirrada, autossuficiência e responsabilidade para uma vida adulta bem-sucedida. Para isso, a alfabetização financeira é um componente essencial. Assim, Bruhn e Zia (2011) realizaram um estudo com jovens empreendedores da Bósnia em que os resultados da pesquisa apontaram que, embora o programa de treinamento não influencie na sobrevivência dos

negócios, melhora significativamente as práticas comerciais e de investimentos entre as empresas sobreviventes.

Assim, destaca-se o seguinte relato:

“[...] tive a oportunidade de ter curso de Educação financeira e depois desse curso, eu falo: meu dinheiro dura mais que trinta dias. Então tanto pra parte pessoal quanto pra parte de empresa eu acho que educação financeira deveria ser ensinada desde jovem [...] porque é algo que fez muita diferença pra mim que eu só fui ter acesso depois de velho.” (E6)

Na pesquisa de Ferreira *et al* (2012) sobre a análise quantitativa da mortalidade das empresas em São Paulo, os autores apontam que os empreendedores com maior nível de escolaridade buscam realizar cursos de gestão empresarial, visando compensar a falta de experiência, como foi o caso do relato do entrevistado E6.

De forma análoga, o entrevistado E3 comenta como a educação financeira gera um empoderamento nos empreendedores. Tanto Ferreira *et al* (2012), Kos *et al*, 2013 ressaltam o quanto o baixo nível de escolaridade do empreendedor reflete na mortalidade precoce das micro e pequenas empresas; e como é importante a aquisição de conhecimento financeiro e consequente aplicação de tal conhecimento para a autoconfiança na tomada de decisões empresariais. Nesse sentido, E4 comenta:

“[...] a falta de orientação [...] se tivéssemos algo que nos oferecessem nesse sentido de ensinarmos a lidar com o empreendedorismo, como empreender e como iniciar. Eu acredito que com essa orientação seria mais fácil. [...] a falta de instrução leva a gente ter medo.” (E4)

Entretanto, alguns empreendedores apontaram que a educação financeira foi aprendida na família, porque as gerações anteriores possuíam negócios, como é o caso dos entrevistados E1, E5, E7, E9, E10 e E11. Os conhecimentos adquiridos no convívio familiar foram complementados com a experiência laboral, como mencionado por E4, E5, E7, E8 e E9 ou estudando por iniciativa própria frente à necessidade de obter entendimento sobre esses assuntos, como é o caso de E3 e E6. Identifica-se que os empreendedores com mais tempo no mercado afirmam que conseguiram sustentar-se, porque se estruturaram e buscaram uma boa base para a administração de seus negócios, como foi o caso dos empreendedores E7, E8, E10 e E11.

“[...] é, a parte financeira também é um dos pontos principais de qualquer negócio.”
(E11)

Quanto ao exposto, pode-se dizer que a maior parte dos entrevistados é oriunda de famílias que já tinham negócios familiares, o que serviu como base para aprenderem a ter desenvoltura no mundo dos negócios, manifestando que não receberam nenhuma instrução acadêmica para começar seus negócios e que o aprimoramento dos conhecimentos aconteceu com o decorrer do tempo. Sobre esse assunto, Bonacim, Cunha e Corrêa (2009) apontam, nos resultados de seu estudo com micro e pequenos empreendedores, que muitos dos conhecimentos técnicos e estratégicos do negócio normalmente são aprendidos no cotidiano da empresa. Entretanto, para melhorar seu desempenho, o empreendedor deve procurar conhecimentos práticos e acadêmicos antes de inserir-se no mercado. É importante assinalar, como exceção o entrevistado (E5), que relata haver trabalhado em um escritório de contabilidade e posteriormente pôde exercer funções em sua área profissional de administração de empresas.

O estudo de Paiva *et al* (2019), visando analisar a intenção empreendedora com estudantes universitário, apontou que estudantes com pais com negócios eram mais propensos a ter inclinação por empreender. Assim, outro aspecto interessante obtido por meio das entrevistas é que todos os negócios são familiares e os empreendedores de gênero masculino relatam que a parte financeira fica a cargo da esposa, enquanto eles se dedicam a outras atividades, como o relacionamento com o cliente, fornecedores, entre outros; da mesma forma, as empreendedoras entrevistadas (E2 e E4) comentam que a parte financeira fica sob a responsabilidade do marido, uma vez que elas se dedicam a desenvolver a atividade principal do negócio; com a exceção da entrevistada (E5), que realiza toda a gestão do negócio, considerando-se uma especialista em gestão administrativa e financeira. Ainda de acordo com o comentado por Carland *et al* (1984), o proprietário percebe o negócio como uma extensão de sua personalidade, fundamentado as necessidades e os desejos familiares.

No que tange à obtenção de empréstimos bancários, os entrevistados se mostram cautelosos, como menciona a entrevistada E4, que estuda a melhor forma de tomar um empréstimo sem comprometer o negócio, assim, quando precisa comprar alguma maquinaria ou realizar algum tipo de reforma, estuda as melhores alternativas de taxa de juros. Sobre esse aspecto, Houston (2010) comenta que os erros nas escolhas financeiras podem ter um impacto individual e, desse modo, pode criar externalidades negativas que afetam todos os aspectos econômicos de uma comunidade.

Ainda sobre esse assunto Portrich, Vieira e Kirch (2015) concluem em seu estudo que uma aprendizagem eficaz das finanças pessoais desempenha papel central na formação de atitudes e comportamentos responsáveis no que tange à administração das finanças pessoais e refletindo-se nos empreendimentos. Atkinson e Messi (2012) complementam que pessoas educadas financeiramente colocam em prática esse conhecimento em qualquer situação sempre desejando um comportamento que ajude no bem-estar financeiro, visando economizar no presente para ter segurança no futuro e optar por menos crédito.

De modo particular, o empreendedor E10 ressalta que os empréstimos bancários oriundos de programas estatais para ajudar ao micro e pequeno empreendedor nunca funcionaram quando solicitados, comentando que o banco empresta o dinheiro a juros abusivos, alegando que esse programa do governo não possibilita o acesso ao crédito. Tanto Bonacim, Cunha e Corrêa (2009) quanto Ferreira *et al* (2011) afirmam que as micro e pequenas empresas têm características bem definidas, mesmo sendo responsáveis pela geração da maior parte dos empregos formais no Brasil, não contam com uma estrutura formal de apoio de crédito. Assim, a falta de acesso ao crédito é um problema que enfrentam as micro e pequenas empresas, ainda que esse quadro tenha mudado nos últimos anos, o acesso às linhas de crédito continua precário por causa das exigências burocráticas requeridas no processo, assim como não há sensibilidade suficiente dos bancos para as empresas pequenas. Ainda que o Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) desenvolva projeto desse tipo, o crédito continua reduzido para os microempresários.

Sobre esse assunto, E10 relata:

“[...] quando você vai ao banco, o banco diz que você não tem aquilo, porque ele quer emprestar o dinheiro dele, o banco quer ter lucros. [...] No Brasil eles não fazem isso, eles fecham isso, em vez de abrir, o Governo Federal, por exemplo, fez aí o Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe), mas não chegou na gente, eu tentei várias vezes e não consegui. BNDES, para você chegar no BNDES, banco nenhum, nem os bancos estatais abrem linha de crédito para você no BNDES, porque é dinheiro barato, eles querem emprestar para quem tem investimento no banco.” (E10)

Ainda sobre esse assunto, (E7) ressalta:

“[...] quando o governo começa a anunciar esse Pronampe, o Pronampe não é para nós, não é para o pequeno empresário, é para empresário médio a adiante, de porte grande, o Pronampe não nos atinge, a burocracia é muito grande. É muita dificuldade. E eu acho que o governo deveria investir muito nisso [...] porque como eu te falei no início, nós somos um grande gerador de emprego, de primeiro emprego.” (E6)

Em resumo, de modo geral, os empreendedores não manifestaram estar endividados utilizando empréstimos bancários seja por aversão ao risco, seja por dificuldades para acesso ao crédito, recorrendo, quando necessário, a empréstimos bancários por quantias baixas, em linha de crédito pessoal sem a utilização de linhas de créditos oferecidas pelo governo. Os empreendedores entendem que a boa gestão com um controle no fluxo de caixa e os pagamentos em dia permitem-lhes que, em momentos de crises, como a atual pandemia, podem utilizar recursos do próprio negócio sem submeter-se a juros altos. Tal percepção corrobora com as descobertas de Ferreira *et al* (2011) que as micro e pequenas empresas sobrevivem quando têm um equilíbrio financeiro, assim como um capital de giro positivo de modo que possam sobrepor as incertezas.

Em relação à educação financeira, os empreendedores reconhecem que não procuraram algum tipo de treinamento para tal fim na abertura de seus negócios, isso porque já tinham conhecimento para administração dos negócios ou porque os conhecimentos foram adquiridos pela experiência por meio dos negócios da família. Apesar disso, reconhecem a necessidade de se ter educação financeira para administrar seus negócios. Os entrevistados mais jovens ressaltaram a importância da educação financeira no currículo escolar brasileiro, de modo que eduque os cidadãos para além da administração das finanças pessoais e dê as bases para iniciar um empreendimento, pois com esse conhecimento, é possível criar e gerenciar negócios duradouros. Embora programas de treinamento não influenciem na sobrevivência dos negócios, melhoram significativamente as práticas comerciais e as de investimentos nas micro e pequenas (BRUHN; ZIA, 2011).

Ainda sobre a educação financeira, os empreendedores ressaltam que, quando necessário, utilizam empréstimos bancários, entretanto nenhum deles manifestou estar endividado acima de suas possibilidades financeiras. Além disso, relatam não ter acesso às linhas de crédito que o governo disponibiliza uma vez que os bancos oferecem suas linhas de crédito próprias. Frente a isso, os empreendedores mencionam que o governo não ajuda o micro e o pequeno empreendedor, que são motores da economia nacional. Com a carga elevada de tributos, impossibilita o desenvolvimento e o crescimento das empresas.

3.5 Uso da contabilidade

Por fim, a categorização referente ao uso da contabilidade. No transcorrer de todas as entrevistas, os empreendedores relatavam ou introduziam, em seus diálogos, suas percepções acerca da gestão de seus negócios, levantando aspectos sobre o contador, o uso da contabilidade e sua importância. No estudo de Moreira *et al* (2013), os micro e pequenos empresários percebem a importância das informações contábeis como um recurso gerencial para o suporte à gestão de seus negócios.

Assim, de modo geral, os entrevistados ressaltam a participação do contador na abertura de seus negócios, na inscrição de um CNPJ, na manutenção do livro de caixa, na providência de vigência para ter inscrição estadual, registro dos funcionários e em outros assuntos burocráticos; e, após a abertura do negócio, em aspectos relacionados à declaração mensal, folha de pagamento, preparação do demonstrativo de resultados do exercício e balancete.

Alguns dos entrevistados – E6, E7, E8, E10 e E11 – citam o contador como um mentor que aconselha e direciona a tomada de decisões, a quem consultam para sentir segurança. Para outros, como é o caso de E11, o contador é considerado um psicólogo, chegando a referir-se a ele como um advogado, alguém que orienta mais especificamente a respeito de assuntos fiscais e tributários. Nesse sentido, os entrevistados, com exceção do E11, identificam os serviços prestados pelo contador apenas com relação a recolhimento de impostos, contribuições sociais, elaboração de folha de pagamento, o que vai ao encontro do identificado por Moreira *et al* (2013) em sua pesquisa com micro e pequenos empreendedores ligados ao comércio varejista.

Unanimemente, todos os entrevistados relataram dificuldade para lidar com a gestão tributária no Brasil, compartilhando como a pequena empresa sofre em função da altíssima carga tributária, ressaltando que cada contador tem opiniões diferentes sobre o assunto, e, na visão dos entrevistados, além de ser já um assunto complexo, está em constante transformação. Com relação a este último assunto, o estudo de Do Amaral *et al* (2017) apontou que, no Brasil, já foram editadas 5,4 milhões de normas desde a Constituição de 1988, e, com relação à matéria tributária, foram mais de 363 mil normas – dessas, 31.221 são normas tributárias federais; 110.610 são estaduais e 221.948 das cidades. Esse total representa média de 1,88 regras tributárias por hora em um dia útil.

Todos os entrevistados se mostraram cientes da importância do planejamento tributário como principal forma de ferramenta de gestão, colocando o domínio do assunto chave importante para continuidade do negócio. Para Chaves (2008), o planejamento tributário é a escolha adequada da empresa para tributação de forma legal (de acordo com a lei) e menos onerosa, de modo que um planejamento bem elaborado e administrado contribui para reduzir os impactos causados pelos tributos, tornando-se uma atividade preventiva e de base para a tomada de decisão. Além disso, o empresário fica amparado pela lei quando fiscalizado pelos órgãos. Sobre esse assunto, o E7 relata:

“[...] o grande lance da contabilidade para um pequeno negócio é o pessoal de a contabilidade descobrir o veeiro dentro da lei onde aquele pequeno comerciante possa pagar o menos possível de tributos, ou seja, ele dentro da legalidade poder pagar o menos possível [...] isso é o principal viés que eu entendo que eu vejo que poderia vir da Contabilidade. Infelizmente, como eu te falei a dificuldade que é a nossa legislação, os contadores não conseguem te dar essa luz, entendeu? Te dá uma luz meio apagada. “Para o teu tipo de negócio, teu tipo de operação, você segue esse rumo aqui que você vai pagar, vai ficar legal e vai sobreviver e vai avançar”. Eu estou querendo ver um contador falar isso.” (E7)

O relato de E7 permite inferir que o contador não é visto como um profissional que se limita a assuntos estritamente obrigatórios, podendo ajudar, de modo mais pontual, em aspectos relacionados na gestão do negócio. De modo geral, os entrevistados manifestam que os contadores têm que ser proativos com o cliente e orientar em todo momento.

Nem todos os entrevistados conhecem os relatórios produzidos pelo contador, alguns entrevistados mencionam que o contador se restringe a passar a informação meramente essencial. Enquanto isso, o E9 ressalta o Relatório de Vendas, que é o principal meio para conhecer o pagamento de tributos, visando assim a uma gestão responsável de compromissos. Outro relatório que é citado e informado pelos entrevistados é o de Contas a Pagar, que, na visão de E2, E4, E5, E7, E10 e E11, é um dos principais relatórios, junto do já citado Relatório de Vendas, pois, por meio dele, é possível realizar uma análise horizontal mensalmente e comparado com o ano anterior.

Ainda que os entrevistados não o identifiquem com esse nome, é possível mencionar o Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE), que é uma ferramenta útil para acompanhar o lucro do negócio, pois, por ser um resumo consolidado referente aos tributos sobre as vendas, assim como todas as despesas do negócio, sua visualização os ajuda na precificação dos produtos. Callado e Melo (2018) apontam que as informações de cunho fiscal para gerenciamento são as mais demandadas em diferença às informações contábeis tais como: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Balancete de Verificação, etc.

Além disso, com relação a negócios de varejo, os empreendedores comentam que praticam uma política de estoque baseada na experiência e também na sazonalidade do negócio; outros, pela falta de espaço para estocagem de mercadoria, preferem ter o mínimo e ir repondo as mercadorias semanalmente.

Sobre o uso da contabilidade por parte dos empreendedores, pode-se inferir que utilizam a contabilidade para a gestão de seus negócios, entretanto as informações contábeis e os relatórios produzidos pelos contadores são os mínimos necessários, seja porque o empreendedor não conhece os relatórios que podem ajudá-lo na gestão de seus negócios, seja porque o contador não fornece a assistência necessária para ajudar. Nesse sentido, a contabilidade gerencial deve ser capaz de ajudar o usuário interno, demonstrando informações relevantes e oportunas sobre o ambiente da empresa (BEUREN; ERFURTH, 2010).

Alguns empreendedores estão cientes da necessidade dessas informações e, por esse motivo, realizam contratação de serviços extras para sentir-se amparados, seja por serviços de consultoria fiscal e tributária, seja por consultoria jurídica.

Adicionalmente, os entrevistados se expressaram, de forma espontânea, acerca do assunto da ética do contador (ainda que não tenha sido um aspecto levantado pela pesquisadora, houve uma manifestação sobre esse assunto). Sobre esse tema, foram identificadas divergências: alguns relataram que confiam no contador com relação a assuntos técnicos, entretanto esse mesmo grupo prefere reservar-se na hora de deixar com o contador alguma responsabilidade de pagamento, como o exemplo da entrevistada E5, exposta ao cancelamento do CNPJ por falta de declaração, o que implicou suspender as atividades, como relata a seguir:

“[...] o meu CNPJ caiu na situação da Receita justamente por falta de declaração, e ele não foi correto conosco (referindo-se ao contador). Isso para um comerciante pequeno [...] o contador não teve essa linha conosco, apesar de todo mês lá no dia cinco receber o dele, mas quando a gente perguntava sobre o serviço ele virava e falava assim: “não, tá tudo em ordem”.” (E4)

“[...] e isso também me prejudicou financeiramente muito porque eu vi uma hora que o meu CNPJ tava travado e eu não podia comprar mais nada com o meu CNPJ, e eu soube disso por meio de um vendedor, não do meu contador. Isso aí gera uma frustração, uma revolta, uma decepção, mas estamos atrás aí para reerguer tudo de novo.” (E5)

Em resumo, todos os empreendedores relatam a ajuda do contador no início de seus negócios e em tarefas burocráticas no final de cada mês, referentes a assuntos fiscais e tributários. Entretanto, alguns empreendedores veem no contador a figura de um conselheiro

e um tutor; outros, como um profissional que é necessário para fins burocráticos. Diante da complexidade fiscal e tributária, alguns empreendedores manifestaram a necessidade de contratar profissionais com expertise e a de ajudar no planejamento tributário, visando realizar uma boa gestão dos negócios, chegando a relatar que, em algumas ocasiões, são utilizados os serviços de consultoria jurídica e tributária para entender esse assunto.

Os empreendedores não conhecem os relatórios que o contador produz ou potencialmente pode produzir, isso independe do tamanho ou tempo de negócio. Desse modo, relatam que o contador se restringe a passar a informação meramente essencial. Para os empreendedores, o principal relatório é a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), ainda que eles não a chamem por esse nome, e sim como o “Relatório de Vendas, de tributos, despesas e lucro”. Os empreendedores estão mais preocupados com o acompanhamento de tributos do que administração do negócio. Ainda sobre os relatórios, os entrevistados não mencionam a importância deles para a gestão dos negócios.

O quadro a seguir apresenta os principais assuntos extraídos e expostos pelos entrevistados.

Quadro 21- Correlação entre os objetivos específicos e as categorias identificadas – Resumo das descobertas por meio das entrevistas (Continua)

OBJETIVO GERAL		
Investigar a importância da contabilidade para os micro e pequenos empreendedores, na gestão de seus negócios, localizados em favelas.		
Objetivo específico	Categoria de análise	Principais resultados obtidos nas entrevistas
Analisar as características empreendedoras dos micro e pequenos empreendedores.	(A) Iniciativa para empreender	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidade de negócio. - Cenário de criação de oportunidades. - Necessidade (criação de um produto próprio a partir de uma necessidade pessoal quando os produtos no mercado eram caros). - Necessidade (decorrente de uma demissão). - Necessidade (quando existem dificuldades em encontrar emprego quando o endereço é a favela). - Aproveitamento dos conhecimentos de uma experiência profissional. - Continuidade do negócio familiar. - Começou com capital próprio. - A partir da ajuda de um membro da família que já era empreendedor. <p>Demais assuntos levantados pelos entrevistados nesta categorização</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auto-realização. - Negócio planejado e não improvisado. - Impacto social a partir da geração de emprego. - Consciência do que é ter um negócio próprio. - Flexibilidade para conciliar vida laboral e familiar. - Sensação de liberdade ao ser seu próprio chefe. - Procura mentoria sobre o negócio por iniciativa própria. - Procura mentoria com o especialistas e/ou contador. - Procura mentoria com familiares donos de negócios.
	(B) Atitude para empreender	<ul style="list-style-type: none"> - Auto eficaz, detectar oportunidades, persistente, assume riscos, planejador, inovador, líder, - Otimismo e positivismo para enfrentar os diversos desafios que os mercados e os negócios trazem. - Determinação. - Coragem. - Inteligência. - Perfil psicológico. - Criatividade. - Resiliência (reinventar-se). - Humano e social.

Fonte: A autora, 2021 a partir dos dados da pesquisa.

Quadro 22- Correlação entre os objetivos específicos e as categorias identificadas – Resumo das descobertas por meio das entrevistas (Conclusão)

OBJETIVO GERAL		
Investigar a importância da contabilidade para os micro e pequenos empreendedores, na gestão de seus negócios, localizados em favelas.		
Objetivo específico	Categoria de análise	Principais resultados obtidos nas entrevistas
identificar a importância da educação financeira como ferramenta para os micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios.	(C) Educação financeira	<p>Reconhecem necessária a educação financeira no momento de abrir o negócio.</p> <p>A educação financeira é informal a partir de experiência na família e em experiências profissionais.</p> <p>Entender as características do mercado, a persona, fornecedores e o público em geral é mais importante que a educação financeira, isso no início do negócio.</p> <p>A educação financeira é aprimorada no decorrer da administração dos negócios.</p> <p>A educação financeira deve ser incluída no currículo escolar brasileiro.</p> <p>A educação financeira gera um empoderamento nos empreendedores.</p> <p>Adequada administração dos negócios possibilita negócios duradouros.</p> <p>Negócios familiares constituídos por casais a parte financeira e administrativa do negócio fica com a pessoa que não é especialista atividade principal do negócio.</p> <p>Aversão ao risco quando se trata de realizar empréstimos bancários além da dificuldade para acesso a créditos do governo.</p>
identificar os conceitos e as práticas contábeis aplicadas pelos micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios.	(D) Uso da contabilidade	<p>Participação do contador na abertura do negócio.</p> <p>O contador é considerado um mentor que aconselha e direciona a tomada de decisões, os entrevistados consultam para sentir segurança.</p> <p>O contador considerado um mentor, entretanto não confiável para delegar assuntos quando envolve pagamento direto de dinheiro.</p> <p>O contador é considerado um psicólogo, chegando a referir-se a ele como um advogado, alguém que orienta mais especificamente a respeito de assuntos fiscais e tributários.</p> <p>Os serviços prestados pelo contador limitam-se ao recolhimento de impostos, contribuições sociais, elaboração de folha de pagamento.</p> <p>O planejamento tributário é a principal ferramenta de gestão.</p> <p>O contador é visto como alguém que pode ajudar na gestão do negócio.</p> <p>Pro atividade do contador para orientação dos clientes.</p> <p>Os relatórios produzidos pelo contador não são conhecidos em sua totalidade pelo cliente. O contador passa a informação meramente essencial.</p> <p>Os relatórios mais utilizados é o relatório de vendas, isso porque a partir de essa informação consigo identificar o valor dos impostos a serem pagos e importante na gestão dos negócios.</p> <p>Demonstrativo do Resultado do Exercício útil para acompanhar o negócio, e ajudar na precificação dos produtos/ serviços.</p> <p>Política de estoque é baseada na experiência e na sazonalidade do negócio.</p> <p>Necessidade de contratar serviços extras para assessoramento em assuntos fiscais e trabalhistas a fim de sentirem-se confiados e amparados.</p>

Fonte: autora, 2021 a partir dos dados da pesquisa.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo principal investigar a importância da contabilidade para os micro e pequenos empreendedores, na gestão de seus negócios, localizados em favelas.

Para a consecução desse objetivo, foram realizadas entrevistas em profundidade, semiestruturadas, com micro e pequenos empreendedores, proprietários de negócios, localizados nas favelas de Vila Cruzeiro, Alemão, Maré no Rio de Janeiro, sendo que os entrevistados tinham de ser proprietários do negócio. Considerando-se os objetivos secundários pode-se dizer que:

Objetivo secundário 1: Analisar as características empreendedoras dos micro e pequenos empreendedores.

- Foi observado na pesquisa de campo, que o processo de empreendedorismo no tema em questão, acontece de formas diferentes, alguns são motivados pela oportunidade; outros, pela necessidade; outros, pela flexibilidade de horários e outros, por influência da família. Na maioria das vezes, não ocorre uma preparação ou estudo para optar por esse caminho, salvo àqueles empreendedores cujas famílias já possuíam negócios. É importante ressaltar um achado desta pesquisa de campo: a maior parte dos empreendedores eram influenciados pela família. As mulheres, à diferença dos homens, são as únicas que mencionam a flexibilidade, referindo-se aos horários para estar mais perto da família. Acerca desses assuntos, identificamos, na literatura, que a influência e o *background* familiar são um fator que sugestiona na motivação para empreender.
- Outra observação apontada nas entrevistas foi que, embora o empreendedorismo seja visto como uma salvação ou sobrevivência, as intensas jornadas laborais e a falta de bem-estar social o caracterizam como uma precarização do trabalho. Deve ser ressaltado, no entanto, que os entrevistados preferem esta situação a trabalhar para outros. Esse aspecto pode ser corroborado com a literatura quando ressalta que a propaganda do empreendedorismo faz acreditar que todos podem ser empresários de sucesso.

- Outra questão observada, na pesquisa de campo, indica que a persistência, a resiliência e a tolerância para a convivência com o risco são as características empreendedoras mais marcantes observadas em campo. Percebe-se que a atividade empreendedora é abraçada como se fosse um chamado de missão, por assim dizer, e quando o empreendedor se compromete com o negócio não há a opção de desistência. Ao contrário, é um exercício diário de tentativas de manutenção do negócio. Isso envolve em muitos casos a contração de dívidas, assim como a participação da família para ajudar no desenvolvimento do negócio. Esse resultado está de acordo com o identificado na literatura que aponta que o empreendedor com poucos recursos esgota todas as suas possibilidades e coloca toda sua força, da família e de outros para desenvolver a empreitada, contribuindo com a precarização do trabalho.

Objetivo secundário 2: identificar a importância da educação financeira como ferramenta para os micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios.

- Os resultados, na pesquisa de campo, apontam que não existe uma educação financeira formal ou acadêmica, projetada para começar um negócio como se esperaria. Na literatura, identificamos que, para as micro empresas crescerem lucrativamente, exige-se uma educação financeira por parte dos empreendedores. A literatura ainda enfatiza que, embora os programas de treinamento de educação financeira não influenciam na sobrevivência dos negócios, melhoram, significativamente, as práticas comerciais e de investimentos entre as empresas sobreviventes. Portanto, os resultados deste estudo apontam para uma educação financeira empírica, mas isso não significa que não possua valor, pelo contrário, é um aspecto que pode ser aperfeiçoado, treinando-se os empreendedores, ampliando seus conhecimentos sobre ferramentas financeiras que possibilitem a projeção e a continuidade do negócio.

Objetivo secundário 3: identificar os conceitos e as práticas contábeis aplicadas pelos micro e pequenos empreendedores na gestão de seus negócios.

- Verificou-se, nas entrevistas, que, ainda que a importância do contador e o uso da contabilidade sejam reconhecidos, a contabilidade limita-se ao atendimento das responsabilidades de caráter trabalhista e fiscal cujo objetivo é, principalmente, o burocrático e não exatamente para a gestão do negócio. Isso em parte se deve a que o empreendedor, independente do tempo de experiência empreendedora, não conhece, em sua totalidade, os relatórios e informações que o contador pode preparar. Esses resultados vão ao encontro do identificado na literatura quando ressalta que os gestores de micro e pequenas empresas utilizam os serviços de um contador para atender às obrigações burocráticas de foco fiscal e trabalhista mais do que a gestão do negócio.
- Além disso, observou-se, na pesquisa de campo, que serviços adicionais aos contábeis são contratados uma vez que o contador não é visto como alguém que pode ajudar ao empreendedor em aspectos referentes à gestão do negócio, perdendo, assim, um campo de atuação. Esses resultados vão ao encontro do identificado na literatura quando mencionado que gestores com maior nível de formação dispensariam os serviços de um contador caso houvesse uma simplificação dos tributos.

Quanto às limitações, a pesquisa pode-se citar que:

1. As entrevistas restringiram-se a proprietários de micro e pequenos negócios de acesso ao pesquisador a partir do conceito de empreendedor como aquele que tem um negócio, sendo o local da pesquisa favelas localizadas em Vila Cruzeiro, Alemão, Maré no Rio de Janeiro.
2. As dificuldades de acesso aos entrevistados uma vez que se apresentam, quando abordados e sem nenhuma recomendação, avessos a abrir as suas portas e falar sobre atividades que envolvem a administração de seus negócios.

Recomendações

1. Criar e divulgar cursos que busquem treinar as capacidades empreendedoras para indivíduo de favelas, curso integral onde sejam abordados os assuntos: comportamental, gestão do negócio, *marketing*, desenvolvimento e implementação de projetos.
2. Criar e divulgar cursos de educação financeira, principalmente, para os empreendedores das camadas sociais mais vulneráveis.
3. Fornecer treinamentos para contadores de micro e pequenas empresas de favelas, visando explorar e trazer uma visão do universo de serviços que possam ser oferecidos e comercializados pelos contadores.

Sugestões de pesquisas futuras

Os seguintes assuntos foram observados; e consideramos que podem ser assuntos para futuras pesquisas, sendo assim temos:

1. Acessar ao crédito pelos micro e pequenos empreendedores de favelas.
2. Explorar o empreendedorismo e a precarização do trabalho nos empreendedores de favelas.
3. Explorar o empreendedorismo entre os jovens de favelas.
4. Realizar uma pesquisa quantitativa, considerando os micro e pequenos empreendedores de favela e os contadores.
5. Embora este estudo não tenha por objetivo a visão do contador prestador de serviços para micro e pequenos empreendedores, recomenda-se a realização de estudos que explorem a relação entre o contador e o empreendedor, visando obter informações para uma melhor prestação do serviço ao cliente e valorização do trabalho do contador.

Finalmente como resposta para meu objetivo principal de pesquisa pode dizer-se que a contabilidade é vista como um elemento necessário para cumprir as disposições burocráticas de ordem fiscal e trabalhista. E muito pouco para o potencial que ela pode ser na gestão do negócio. É contraditório porque ela é reconhecida importante só que na prática o foco vai direcionado para cumprir as obrigações. Estamos falando de micro e

pequenos negócios que estão em fase de desenvolvimento, crescimento, situação ainda maior para utilizar os conhecimentos do contador e explorar o potencial para ajudar essas organizações em essa fase tão importante para a continuidade dos negócios por meio do uso contabilidade.

Aqui, podemos trazer vários *insights* os contadores não estão interessados em clientes pequenos, de difícil acesso porque os valores que são cobrados são baixos, esse não foi o foco de nosso trabalho, porém fica a pergunta. Por outra parte, os empreendedores com pouca instrução não conhecem em que medida a contabilidade pode ajudá-los além do que eles já conhecem.

Esse assunto nos abre um leque de interrogações sobre a importância dos micro e pequenos negócios em qualquer economia e o motivo pelo qual não crescem, desaparecem ou, se crescem, estancam e não chegam a expandir-se. Se eles podem chegar a ser importantes, devem ser criadas ações verdadeiramente focadas nos negócios de modo que impactem social e econômica nas regiões onde estão fixados.

REFERÊNCIAS

- ACCA. *Financial literacy: how important is it for entrepreneurs?*. Disponível em: <<https://www.acca-x.com/global/en/blog/financial-literacy-how-important-is-it-for-entrepreneurs.html>> Acesso em: 16 jul, 2020.
- ACS, Zoltan J.; AMORÓS, J.E. Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, v. 31, n. 3, p. 305-322, 2008. Disponível em: <<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11187-008-9133-y.pdf>> Acesso em: 08 mar. 2021.
- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. *Moradores das favelas brasileiras movimentam R\$ 68,6 bi por ano*. ASN (online), mar. 2015. Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/moradores-das-favelas-brasileiras-movimentam-r-686-bi-por-ano,650e2eb935bcb410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 04 jan. 2021
- AHMAD, N.; SEYMOUR, R. *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. OECD, 2008. Disponível em: <<https://dx.doi.org/10.1787/243164686763>> Acesso em: 04 fev. 2020
- ALENCAR V.; BELAZI, B. *Cidade do Paraíso*. 1.ed. São Paulo: Editorial Primavera, 176p, 2013.
- ALVAREZ, C.; URBANO, D.; AMORÓS, J.. *GEM Research: Achievements and Challenges*. Small Business Economics, 2013.
- AMORÓS, J. El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 46, p. 1-15, 2011.
- ARENDT, H. *A condição humana*. Trad. Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- ATHAYDE, R. Measuring Enterprise Potential in Young People. *Entrepreneurship Theory and Practice*. v. 33, n. 2, p. 481-500, 2009. Disponível em: <<https://doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00300>>. Acesso em: 31 maio 2020
- ATKINSON, A.; MESSY, F. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, n. 15. 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.1787/20797117>>. Acesso em: 15 maio. 2021
- ATKINSON, A. Financial Education for MSMEs and Potential Entrepreneurs. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, n. 43, OECD Publishing, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1787/20797117>>. Acesso em: 9 dez. 2020.
- AURÉLIO/DICIO. *Verbete "Atitude"*. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/atitude/>>. Acesso em: 8 set. 2021.

BANCO CENTRAL. *Cidadania Financeira*. Educação financeira dos micro empreendedores individuais. p. 128-13, 2017.

BASTOS, Bárbaro. As oportunidades e desafios do empreendedorismo na favela. *Revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios*, 22 de novembro de 2019. Globo.com, Empreendedorismo. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2019/11/oportunidades-e-desafios-do-empendedorismo-na-favela.html>>. Acesso em: 05 de junho 2021.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BAUMOL, W. Entrepreneurship: Productive, Unproductive and destructive. *Journal of Political Economy*, v. 98, n. 5, part 1, p. 893-921, 1990.

BELARMINO, A. O compliance na percepção de micro e pequenos empresários. RMGC – *Revista Metropolitana de Governança Corporativa*, v.5, n. 2, 2020. ISSN – 2447-8024.

BERRY, J.; KARLAN, D.; PRADHAN, M. The Impact of Financial Education for Youth in Ghana. *World Development*, v. 102, p. 71-89, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.09.011>>. Acesso em: 07 out. 2020.

BEUREN, I; ERFURTH, A. Pesquisa em contabilidade gerencial com base no futuro realizada no Brasil. *Contabilidade, Gestão e Governança*, v. 13, n. 1, p. 44-58, 2010.

BONACIM, C.; CUNHA, J.; CORRÊA, H. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas. *Gestão & Regionalidade*, v.25 n. 74, p. 61-78, maio – ago. 2019.

BORGES, C.; BORGES, M. M.; FERREIRA, V. R. S.; NAJBERG, E.; TETE, M. F. Empreendedorismo Sustentável: Proposição De Uma Tipologia E Sugestões De Pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 2, n.1, p. 77-100, 2013.

BRASIL. *Lei Complementar N. 123*, de 14 de dezembro de 2006. Instituto Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília: Presidência da República, 2006.

BRASIL. *Lei Complementar N. 128*, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar N. 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília: Presidência da República, 2008.

BRUHN, M.; KARLAN, D.; SCHOAR, A. The Impact of Consulting Services on Small and Medium Enterprises: Evidence from a Randomized Trial in Mexico. Economics department working papers n. 100. *Economic growth center discussion paper*, n.100. Department of Economics Yale University. 2012. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=2010710>>. Acesso em: 31 jan. 2020.

BRUHN, M.; ZIA, B. Stimulating Managerial Capital in Emerging Markets: The Impact of Business and Financial Literacy for Young Entrepreneurs. *Journal of development effectiveness*. v.5, 2011. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/228290888>>. Acesso em: 07 set. 2020.

- CABANZO, M. P.; RODRIGUES, D. Notas etnográficas sobre o digital e a língua na Maré, Rio de Janeiro. *Cadernos de Campo* (São Paulo - 1991), [S. l.], v. 29, n. 2, p. e175263, 2020. DOI: 10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe175263. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/175263>>. Acesso em: 4 set. 2021.
- CALLADO.A.; MELO, W. Ferramentas e informações gerenciais em micro e pequenas empresas. *Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da UnP*, v.10, n.3, 2018. ISSN 1984-4204 Disponível em: <<https://doi.org/10.21714/raunp.v10i3.1838>>. Acesso em: 10 julho. 2021.
- CARLAND, J.; HOY,F.; BOULTON, W.; CARLAND, J. Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. *The Academy of Management Review*, v. 9, n.2, p.354-359, 1984.
- CARLAND, J. STEWART, W.; WATSON, W.; CARLAND, J. A proclivity for Entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing* 14, p.189–214, 1998.
- CAVALCANTI, S. C. N.; MOREIRA, M. A.; SILVA, P. B.. O Empreendedorismo no Seio das Ciências Contábeis: Análise da Discussão Sobre Empreendedorismo no Congresso USP de Contabilidade. *RIC*, v.12, n.3, p.1, 2018.
- CHAVES, F. C. *Planejamento Tributário na Prática*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- CHRISTAUSKAS, C; MISEVICIENE, R.. Cloud - Computing Based Accounting for Small to Medium Sized Business. *Inzinerine Ekonomika – Engineering Economics*, v. 23, n. 1, p. 14-21, 2012. Disponível em:<<https://doi.org/10.5755/j01.ee.23.1.1220>>. Acesso em: 20 set. 2020.
- CORSEUIL, C.; NERI, M.; ULYSSEA, G. *Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos micro-empresendedores individuais*. IPEA, 2014.
- COUTO, P; RODRIGUES, R. *A gramática da moradia no complexo do Alemão*. Brasília: IPEA, 2015.
- D’AGOSTINHO, Toni; OS EMPREENDEDORES. *A Caricatura*, 2020. Disponível em: <<https://www.acaricatura.com.br/copia-publicacoes-2>>. Acesso em: 7 set. 2021.
- DANNA, C. L. O teste piloto: uma possibilidade metodológica e dialógica na pesquisa qualitativa em educação. In: COLÓQUIO NACIONAL ENTRE LINGUAGEM E EDUCAÇÃO, 1, 2012, Blumenau. *Anais...* Blumenau: FURB, 2012. p. 1-8.
- DAVIS, M. *Planeta Favela*. São Paulo: Boitempo, 2006.
- DEWI, L; CHRISTIAN, S; The effect of entrepreneurial attitude and manager's business ability on SMES organizational performance. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, v.6, n.1, p.13–16, March 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5007/2175-8069.2013v10n19p119>>. Acesso em: 09 abril 2021.

DO AMARAL, G.; OLENIKE, J.; DO AMARAL, L.; YAZBEK, C. *Quantidade de Normas editadas no Brasil: 28 anos da Constituição Federal de 1988*. Curitiba: Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação, 2017 p. 1-8.

DORNELAS, J. *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. 6.ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

ENCAR, V; BELAZI, B. *Cidade do paraíso: há vida na maior favela de São Paulo*. São Paulo: Primavera Editorial, 2013.

EUROSTAT EUROPEAN COMISSION. *Entrepreneurship determinants culture and capabilities*. Eurostat Estatistical books, 2012.

FERREIRA, C.; MACEDO, M.; SANT'ANNA, P.; LONGO, O.; BARONE, F. Gestão de capital de giro: contribuição para as micro e pequenas empresas no Brasil. *Revista de Administração Pública (RAP)*. FGV. Rio de Janeiro v.45, n.3, p.863-84, Maio/jun. 2011.

FERREIRA, L.; OLIVA, F.; DOS SANTOS, S.; GRISI, C.; LIMA, AFONSO. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Gest. Prod.*, São Carlos, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.

FILION, L. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.

FISHER, G.; KARLAN, D. The Catch-22 of External Validity in the Context of Constraints to Firm Growth. *American Economic Review: Papers & Proceedings*, v. 105, n.5, p. 295–299, 2015.

FORUM NOVA FAVELA BRASILEIRA, 2018.

FOX, J.; BARTHOLOMAE, S. Financial Education and Program Evaluation. *Journal Handbook of Consumer Finance Research*. p. 45-60, 2008.

GANDHI, T.; RAINA, R. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. p. 1–13. 2018. <<https://doi.org/10.1186/s40497-018-0094-6>>. Acesso em: 5 out. 2020.

GARTNER, W. B. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, p. 47-67,1989.

_____ What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, n.5, p.15-28, 1990.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOVBR 2020.< <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/outubro/governo-destaca-papel-da-micro-e-pequena-empresa-para-a-economia-do-pais>>. Acesso em: 10 set. 2021

GUIMARÃES, N. A sociologia dos mercados de trabalho, ontem e hoje. *Novos Estudos*, n.85, p. 151-170, 2009. Acesso em: <<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.01.007>>. Acesso em: 4 junho 2021.

HUSTON, S.J. Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, v.44, n.2, p.296-316, 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170>>. Acesso em: 4 junho 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Censo demográfico do Brasil de 2010*. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/>> Acesso em: 4 junho 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIVIDADE (IBQP). *Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil: Curitiba, 2001*.

Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil: Curitiba, 2002.

Global Entrepreneurship Monitor – Empreendedorismo no Brasil: Curitiba, 2019.

INSTITUTO DE ESTUDOS DO TRABALHO E SOCIEDADE. SEBRAE. *Pesquisa sobre Micro empreendedorismo em Domicílios nas Favelas com Unidades de Polícia Pacificadora Anexo II: Relatório dos Grupos Focais _ Pesquisa Qualitativa, 2012*.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA);INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Relatório econômico*. Brasília: Ipea; IBGE, 2014.

JÚNIOR, I.; GIMENES, F. Potencial empreendedor: um instrumento para mensuração. *Revista de Negócios, Blumenau*, v. 9, n. 2, p. 107-116, abril/junho 2004.

KARLAN, D.; VALDIVIA, M. Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions. *Center discussion*, n. 41 Yale University, 2006.

KASSAI, J.R.; NOVA, S.P.C. Pequenas empresas: como é difícil “levantar dinheiro”. *ConTexto*, Porto Alegre, v.6, n. 9, p. 1-20. 1º Semestre 2006.

KASSAI, S. As empresas de pequeno porte e a contabilidade. *Caderno de estudos*, São Paulo, FIPECAFI, v. 9, n. 15, p. 60-74, 1997.

KAZEMI, R.; MADANDAR, S. Identifying the Factors Affecting Entrepreneurial Attitude of Athlete & Non-athlete University Students. *Information Management and Business Review*, v. 4, n., 6, pp. 352-361, 2012.

KIM, M; PARK, J; PAIK, J. Factors influencing innovation capability of small and medium-sized enterprises in Korean manufacturing sector: facilitators, barriers and moderators. *International Journal of Technology Management (IJTM)*, v. 76, n. 3/4, 2018.

KOS, S.; RAIFUR, L.; ESPEJO, M.; ANJOS, R. *Compreensão e utilização da informação contábil pelos micro e pequenos empreendedores em seu processo de gestão*. Enfoque: Reflexão Contábil, v.33, n.3, setembro/dezembro, 2014, p. 35-50. Universidade Estadual de Maringá, Paraná, 2014.

LEI COMPLEMENTAR N. 123, de 14 de dezembro de 2006. Instituto Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília: Presidência da República, 2006.

LEI COMPLEMENTAR N. 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar N. 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília: Presidência da República, 2008.

LEITE, E.; MELO, N. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. *Revista Sociologia Política. Curitiba*, v. 16, n. 31, p. 35-47, 2008.

LEKOVIC, B.; MARIC, S. Economic crisis and the nature of entrepreneurial and management activities. *Economic Themes*. v.54, n.1, p. 21-44.2015. DOI 10.1515/ethemes-2016-0002.

LEMES, A., & PISA, B. *Administrando micro e pequenas empresas*. Elsevier Brasil, 2010.

LEONE, N. As especificidades das pequenas e médias empresas. *Revista de administração*, São Paulo v. 34, n. 2 p. 91-94, abril/junho 1999.

LOPES JÚNIOR, G.; DE SOUSA, E. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. *REAd*, Edição 48 v.11, n.6, nov-dez 2005.

MARTES, A. Weber e Schumpeter a ação econômica do empreendedor. *Revista de Economia Política*, v. 30, n. 2 (118), p. 254-270, 2010.

MCFARLANE, C. The Entrepreneurial Slum: Civil Society, Mobility and Co-production of Urban Development. *Urban Studies Journal Limited*. v. 49 p. 2795-2816, 2012.

MEHRALIZADEH, Y.; SAJADY, S. A Study of Factors Related to Successful and Failure of Entrepreneurs of Small Industrial Business with Emphasis on Their Level of Education and Training. *SSRN Electronic Journal*. 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.902045>>. Acesso em 15 junho 2020.

MOREIRA, R.; ENCARNAÇÃO, L.; BISPO, O.; ANGOTTI, M. COLAUTO, R. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, UFSC, Florianópolis, v.10, n.19, p.119-140, jan./abr., 2013. ISSN 2175-8069.

NOGUEIRA, M. *Um pirilampo no porão: um pouco de luz nos dilemas da produtividade das pequenas empresas e da informalidade no país*. 2. ed. rev. ampl. – Brasília: IPEA, 314 p,2019.

NOGUEIRA, M.; OLIVEIRA, J. *Da baleia ao ornitorrinco: contribuições para a compreensão do universo das micro e pequenas empresas brasileiras*. IPEA. 2013.

Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/277248559>>. Acesso em 15 junho 2020.

ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). Contém informação técnica acerca de FinancingSMEsand Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard. Disponível em: <<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8153da8d-en/index.html?itemId=/content/component/8153da8d-en#>>. Acesso em: 23 out. 2020.

ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). *Financial education for micro, small and medium-sized enterprises in Asia*. 2017. Disponível em: <<https://www.oecd.org/financial/education/>>. Acesso em: 19 out. 2020.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Centro OCDE/CVM de Educação e Alfabetização Financeira para América Latina e o Caribe. *Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira*. 2005. Disponível em: <<https://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2021.

PAIVA JÚNIOR, F.; ALMEIDA S.; e GUERRA, J. O empreendedor humanizado como uma alternativa ao empresário bem-sucedido: um novo conceito em empreendedorismo, inspirado no Filme beleza americana. RAM – *Revista de Administração Mackenzie*, v.9, n.8, Edição Especial, NOV./DEZ. 2008 ISBN 1678-6971. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ram/a/spbF5xTf6CFRnmFvVyFN4g/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2021.

PITEIRA, M.; CEBOLA, M.; MÔNICO, L.; SOUSA, L.; PARREIRA, P. *A avaliação do potencial empreendedor: o índice de empreendedorismo de Carland*. Poli Entrepreneursip Innovation NetWork. p. 133-142.

POTRICH, A.; VIEIRA, K.; KIRCH, G. Determinants of Financial Literacy: Analysis of the Influence of Socioeconomic and Demographic Variables. *Revista Contabilidade e Finanças*, USP, São Paulo, v.26, n.69, p. 362-377, 2015.

REIS, W. Vila Cruzeiro: um legado da cultura negra no Rio. *Veja Rio*, 2020. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/blog/william-reis/vila-cruzeiro-legado-rio/>. Acesso 4 de setembro de 2021.

RIVA, E. *Adoção do padrão contábil internacional nas pequenas e médias empresas e seus efeitos na concessão de crédito*. 2013. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade: Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

ROLDÃO T.; MONTE-MOR D.; TARDIN N. A influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise cross-country baseada na crise do subprime. *O&S*, Salvador, v.25, n.85, p. 320-338, 2018.

SEELOS, C.; MAIR, J. *Social entrepreneurship: creating news business models to serve the poor*. *Business Horizons*, n. 48, p. 241-246, 2005.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS(SEBRAE). *Pequenos negócios respondem por 82% das novas vagas nos últimos meses* - Sebrae. SEBRAE (online), Empreendedorismo, set. 2018. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/pequenos-negocios-respondem-por-82-das-novas-vagas-nos-ultimos-meses,caaa6ddceeca6610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 13 jun. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS(SEBRAE). *Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas*. Ministério da Fazenda Brasileira: Secretária de Política Econômica. CAGED, 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS(SEBRAE) (Org.). *Anuário do trabalho na micro e pequena empresa*: 2013. 6.ed. Brasília, DF; DIEESE, 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf>. Acesso em: 3 out. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS(SEBRAE). *Soluções do Sebrae ajudam empresários em educação financeira*. SEBRAE (online). Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/solucoes-do-sebrae-ajudam-empresarios-em-educacao-financeira,bb652a1b5635a410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 31 out. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS(SEBRAE). *Confira as diferenças entre micro empresa, pequena empresa e MEI*. SEBRAE (online). Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438aPesquisadorc92410VgnVCENTREVISTADO00000b272010aRCRD>>. Acesso em: 31 out. 2020.

SHANE, S; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, v.25, n.1, p. 217-226, 2000. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/259271>>. Acesso em: 22 out. 2020.

STEENEKAMP, A; VAN DER MERWE, S; ATHAYDE, R. Application of the attitude toward enterprise (ATE) test on secondary school learners in South Africa. *SAJEMS NS*, v.14 n. 3, p. 314, 332, 2011.

STROEHER, A. M.; FREITAS, H. O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas. *Revista de Administração Eletrônica*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-25, 2008.

THURIK,R; CARREE, M; VAN STEL, A; AUDRETSCH, D. Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, v. 23, n.6, p.673-686, 2008.

UNITED NATIONS (UN). UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD), New York and Geneva, p. 2-75. 2016.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS. *World Economic and Social Survey 2013 Sustainable Development Challenges*. New York, 2013.

UNITED NATIONS SETTLEMENT PROGRAMME. *The challenge of slums: global report on human settlement*. New York, 2003.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 18, p. 874-891, 2014.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 18, p. 311-327, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 1 maio 2020.

VAN STEL A.; CARREE M.; THURIK R. The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, v. 24, n. 3, 2005, p.311-321. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/40229425>>. Acesso: 8 Mar. 2021.

VAZ, P.; ESPEJO, M.; CASA NOVA, S.; VOESE, S. Accounting Monologue: Management Accounting Use in Micro and Small Companies According to Bakhtin's Communicational Process. *Journal of Business and Economics*, v. 6, n. 2, p. 244-253, 2015. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/282204322>>. Acesso em: 23 maio 2021.

VERGARA, S. C. *Métodos de Coleta de Dados no Campo*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

_____. *Métodos de Pesquisa em Administração*. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

_____. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2016.

WENNEKER, S.; THURIK. R. Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics* 13. p.27-55, 1999. Disponível em: <<https://doi.org/10.1023/A:1008063200484>>. Acesso em: 23 maio 2021.

WORLD BANK GROUP. Global financial development report 2014: Financial inclusion. *World Bank Publications*, 2014.

XU, L.; ZIA, M. Financial literacy around the world: an overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. *World Bank Policy Research Working Paper*, n.6107, 2012.

YIN, R. K.. *Case Study Research: Design and Methods*. 5.ed., California: Sage, 2014.

APÊNDICE A – Ficheiro de Recrutamento



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Ciências Sociais
 Faculdade de Administração e Finanças
 Programa de Pós-Graduação em Ciências
 Contábeis
 Curso de Mestrado Acadêmico

Ficha de Recrutamento

Público-alvo: micro e pequenos empreendedores de favelas da Cidade do Rio de Janeiro.

Objetivo principal: investigar a importância da contabilidade para os micro e pequenos empreendedores, na gestão de seus negócios, localizados em favelas.

1. Identificação do empreendedor:

Nome: _____.

Gênero: Masculino Feminino Outro. Especificar: _____.

Idade: _____.

Tipo de negócio: _____.

Tempo como empreendedor: _____.

Nível de escolaridade: primeiro grau completo segundo grau completo universidade pós-graduação

Experiência profissional: Sim Não

Antes deste empreendimento teve outro?: Sim Não Nunca

Miladys Noemi Crespo Buelvas
 Mestranda em Ciências Contábeis (UERJ)

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Ciências Sociais
Faculdade de Administração e Finanças
Programa de Pós-Graduação em Ciências
Contábeis
Curso de Mestrado Acadêmico

ENTREVISTA – TERMO DE CONSENTIMENTO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado (a) na pesquisa de campo de Miladys Noemi Crespo Buelvas, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado (a) que os objetivos do estudo são estritamente acadêmicos. Minha colaboração se faz de forma anônima, por meio de entrevista gravada em áudio. Trechos dessa entrevista, na forma como falados, podem fazer parte do trabalho final, mas não serei identificado.

O acesso ao áudio e à transcrição da entrevista será permitido apenas ao mestrando e a seu professor orientador.

Rio de Janeiro, ____ de _____ de ____.

Nome do (a) entrevistado(a):

Nome do (a) entrevistado(a):

APÊNDICE C – Roteiro de Entrevista



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Ciências Sociais
 Faculdade de Administração e Finanças
 Programa de Pós-Graduação em Ciências
 Contábeis
 Curso de Mestrado Acadêmico

1. APRESENTAÇÃO

- i) Breve apresentação do entrevistador
- ii) Esclarecimentos sobre o método de pesquisa, como:
 - Importância de opiniões sinceras;
 - Confidencialidade do entrevistado;
 - Gravação da entrevista; e
 - Enfatizar que o objetivo da entrevista é captar a percepção do respondente, ou seja, não há respostas certas ou erradas.

Atitudes empreendedoras e iniciativas para empreender

- Explique-me um pouco como é o seu negócio?

- Conte-me como foi sua decisão de ter seu próprio negócio?

Quais foram suas motivações para empreender?

Explorar

- Conte-me como você teve a ideia de abrir este negócio? Como colocou essa ideia em prática? Qual era seu objetivo quando decidiu empreender? Houve algo que estimulasse você abrir seu próprio negócio?

Explorar

- Como foi o início desse caminhar para você? Seus acertos e desacertos?

Explorar

- Conte-me se houve alguma diferença entre o que você pensava e o que é ter seu próprio negócio e o que enfrenta a cada dia? Explorar.

- Quais são as coisas positivas e os problemas que o empreendimento enfrenta no momento?

Educação financeira

- O que você acha importante para quem quer abrir seu próprio negócio? Você buscou algum tipo de informação ou foi logo colocando suas ideias em prática? Caso busque informação, onde? Que tipo de informação? Explorar
- Conte-me se, antes de começar o negócio, procurou alguma orientação com donos de negócios? Explorar
- Como você lida com a parte financeira do seu negócio? Você acha que tem facilidade com isso, qual seria a parte mais difícil? Explorar
- Alguém o ajuda com essa parte financeira?
- Acredita que é necessário ter conhecimentos financeiros para iniciar um novo negócio?

Administração dos negócios e a contabilidade

- Como escolhe quem vai trabalhar para você?
Quantos empregados você tem? Sua família e amigos trabalham com você? Explorar.
- Conte-me como é o dia a dia do seu negócio. Explorar
Fale-me como é levar as contas do negócio e as contas pessoais?
- Para comprar suas mercadorias, como você faz? Se não for citado, estimular.
- Faz várias cotações de preço antes de comprar;
- Costuma pedir desconto nas compras.
- Como você faz para acompanhar os pagamentos? Se não for citado, estimular.
- Consegue manter todos os pagamentos da empresa em dia;
- Guarda diariamente todos os registros de pagamento;
- Faz os registros dos pagamentos em um caderno;

- Fica sem saber como pagarão as contas do negócio.

- Os clientes costumam pagar à vista ou fiar? Se não for citado, estimular.
- Vende a prazo de maneira informal (o popular fiado).

- Como você avalia o resultado de seu negócio, se você está indo bem ou está indo mal? Faz isso com que frequência? Explorar
- Costuma acompanhar o saldo de caixa ou o faz uma vez ao mês?
- Quais tipos de relatórios ou demonstrativos utiliza para acompanhar o seu negócio?

- Fale-me das ações que deve tomar hoje para construir um negócio duradouro?

- Você tem contador? Em que ele ajuda você? Quais os tipos de serviços prestados por sua (seu) contadora (contador)? Caso aplicável.

Em sua opinião, existe potencial e como a contabilidade poderia auxiliar de modo mais efetivo a alcançar/sustentar o sucesso de seu negócio?

Utiliza o contador em seu pleno potencial ou fica subutilizado?

- Você se reconhece com um empreendedor?

Aguardar comentários espontâneos. Perguntar se há algo que o entrevistado gostaria de falar a respeito da experiência como empreendedor.

Agradecer e encerrar a entrevista.