

# **A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO E DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

## **THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP AND FINANCIAL EDUCATION IN MICRO AND SMALL BUSINESSES**

Carolina Luiza Paz Gaieski\*  
Ligia Greatti\*\*

### **RESUMO**

O presente projeto abordou a educação financeira e o empreendedorismo como ferramentas que podem proporcionar melhoria no desenvolvimento de micro e pequenas empresas. O empreendedorismo pode ser visto como o processo de identificação de novas oportunidades de negócios e de inovação. Já educação financeira, não menos importante, é vista como o processo consciente de tomada de decisão com relação ao consumo associado a renda, investimentos e financiamentos, seja na vida pessoal ou de empreendimentos. Assim, diante da importância desses temas para os pequenos negócios, esse estudo teve como objetivo analisar a educação financeira e o empreendedorismo em micro e pequenas empresas conduzidas por mulheres empreendedoras. O estudo pôde ser caracterizado de caráter descritivo com abordagem qualitativa-quantitativa, sendo utilizada para a coleta de dados fontes secundárias, por meio da pesquisa bibliográfica e documental, e fontes primárias com aplicação de questionários. Os dados foram analisados de forma qualitativa, por meio da análise de conteúdo, e de forma quantitativa, com o uso de estatística descritiva. Foi possível perceber que a educação financeira pessoal se reflete na gestão financeira dos pequenos empreendimentos. Ou seja, quando o indivíduo é educado financeiramente esse conhecimento é levado para a gestão financeira do seu empreendimento, trazendo resultados positivos para o negócio.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Educação financeira. Empreendedorismo feminino.

### **ABSTRACT**

This project addressed financial education and entrepreneurship as tools that can improve the development of micro and small businesses. Entrepreneurship can be seen as the process of identifying new business and innovation opportunities. Financial education, no less important, is seen as the conscious decision-making process regarding consumption associated with income, investments and financing, whether in personal life or in undertakings. Thus, given the importance of these themes for small businesses, this study aimed to analyze financial education and entrepreneurship in micro and small companies led by women entrepreneurs. The study could be characterized as being descriptive with a qualitative-quantitative approach, using secondary sources for data collection, through bibliographical and documentary research, and primary sources with the application of questionnaires. Data were analyzed qualitatively, through content analysis, and also

---

\* Universidade Estadual de Maringá. [ral15979@uem.br](mailto:ral15979@uem.br)

\*\* Universidade Estadual de Maringá

quantitatively, using descriptive statistics. It was possible to perceive that personal financial education is reflected in the financial management of small enterprises. That is, when the individual is financially educated, this knowledge is taken to the financial management of their enterprise, bringing positive results for the business.

**Keywords:** Entrepreneurship. Financial education. Female entrepreneurship.

## **Introdução**

Atualmente, uma boa parte da população ainda é considerada como detentora de poucas informações sobre educação financeira, ou seja, possuem poucas habilidades para entender como as relações financeiras devem ser estabelecidas entre o consumo e a capacidade de gerar receita. A educação financeira é vista como o processo de conscientização, no qual o consumo pessoal precisa estar associado com a capacidade de capitalização do indivíduo. Também aborda a utilização de forma consciente dos produtos e serviços financeiros disponíveis, principalmente crédito e poupança. O Banco Central coloca que a educação financeira proporciona a conscientização da população no que diz respeito à utilização de recursos, contribuindo para que o processo de utilização dos serviços financeiros seja benéfico e sustentável, permitindo a todos terem uma vida saudável no longo prazo, como também ter a possibilidade de poupar e evitar dívidas incontornáveis (BCB, 2011).

Ser educado financeiramente é ter a capacidade de planejar e tomar decisões financeiras de forma correta, estar atento ao mercado e assuntos como dinheiro, crédito, investimentos, impostos, juros entre outros que são considerados relevantes nas operações financeiras (Hira, 2009). Uma pessoa educada financeiramente é aquela capaz de organizar as suas finanças pessoais, bem como entender de assuntos como orçamentos, poupança, investimento que podem ser usados não só na vida pessoal, mas também no gerenciamento de um negócio, seja de micro ou grande porte. O indivíduo que possui estas habilidades tem maior disponibilidade de renda e menor endividamento, e contribuem para a estabilidade e eficiência do sistema econômico (Klapper; Lusardi; Panos, 2012).

Por meio do empreendedorismo e do conhecimento sobre educação financeira, os pequenos empreendedores podem conduzir seus negócios de forma mais eficiente e contribuir para o desenvolvimento local. Cabe ressaltar a importância de que junto do empreendedorismo se tenha também a educação financeira, para que o consumo, o uso do crédito seja feito de forma responsável e consciente, para que se gere desenvolvimento

em vez de endividamento e inadimplência. Para que esse desenvolvimento local aconteça, é necessário ter uma educação e capacitação para incentivar esse empreendedorismo local.

É neste sentido que este artigo foi desenvolvido, tendo como foco principal pesquisar sobre empreendedorismo e educação financeira em micro e pequenas empresas, analisando o conhecimento sobre educação financeira, tanto de uso pessoal como no negócio, bem como o processo de empreendedorismo e seu desenvolvimento. A educação financeira é capaz de trazer o conhecimento para que os indivíduos possam tomar melhores decisões financeiras, e, conseqüentemente, acaba melhorando a vida em geral (Savoia; Saito; Santana, 2007), pessoal e empresarial. Muitas pessoas têm dificuldades no uso de serviços financeiros, o que pode acarretar baixo desempenho do negócio, mesmo apresentando alto nível de habilidades empreendedoras. Da mesma forma, muitas pessoas podem possuir alta capacidade de lidar com questões financeiras, mas podem não possuir habilidades empreendedoras necessárias para a abertura e boa condução de um negócio. Sendo assim, é possível perceber a importância do empreendedorismo estar associado à educação financeira para o bom desenvolvimento dos micros e pequenos empreendimentos, pois a falta de educação financeira pode levar muitos negócios ao alto endividamento, falta de capacidade de pagamento e até mesmo a falência.

## **1 Referencial Teórico**

### **1.1 Educação Financeira**

A educação financeira acontece quando a população consegue ter mais conhecimento e informação sobre o dinheiro para, dessa forma, conseguir tomar melhores decisões e aumentar sua renda. Isso pode acontecer por meio da busca de informações, consultoria, entre outros (OCDE, 2005). Isso tem ligação direta com o fato de conseguir, conseqüentemente, gerar mais oportunidade aos cidadãos, pois, com o maior conhecimento das finanças, maiores as chances de ganhar mais dinheiro através de tomadas de decisões mais conscientes (Santos, 2015).

Eker (2016) explica por que o modelo de dinheiro é importante, e o quanto isso impacta na vida financeira das pessoas. De acordo com ele, em muitos casos não é a questão de ganhar mais dinheiro propriamente, mas a mentalidade de como lidar com ele que faz a diferença. Algumas pessoas que ganham na loteria, por exemplo, acabam em pouco tempo gastando todo o dinheiro pois não tem a educação financeira necessária para

tomada de decisões. A fortuna de um país é o reflexo da fortuna de seus moradores. Para que os indivíduos possam ter sucesso financeiro, é necessário ter princípios saudáveis, como cuidar das finanças e poupar dinheiro, ou seja, guardar sempre uma parte do que se ganha. O equilíbrio financeiro acontece quando se aprende a viver com menos do que ganha (Clason, 2022).

O termo de educação financeira é definido pelo Banco Central do Brasil (2018) como ter acesso a serviços financeiros adequados às necessidades do cidadão. Já para Negri (2010), é estabelecido como um desenvolvimento de método com o intuito de educar e auxiliar o cidadão a gerir, poupar e investir suas finanças. Para Savoia (2007), o Brasil apresenta uma grande necessidade da educação financeira pelo fato de tamanha desigualdade monetária entre a população. Para isso, há diversas formas de controle, como, a abordagem dos temas nas escolas e universidades.

A base gerada pela educação financeira é importante, pois, através dela é possível ter um entendimento da relevância do cuidado dos recursos financeiros através de um bom planejamento, onde um indivíduo educado financeiramente, ao abrir um empreendimento, transfere seus conhecimentos para o seu negócio, promovendo assim uma boa gestão financeira do empreendimento.

## **1.2 Empreendedorismo**

O mundo está passando por grandes transformações que requerem cada vez mais inovações, seja de algo novo ou apenas um novo olhar sobre algo já existente. Para que isso aconteça, é necessário pessoas que tenham motivação ao ponto de se arriscar e querer deixar algo de diferente no mundo, pessoas que aceitam e estejam dispostas a mudanças, o empreendedor. Desde a criação do avião motorizado em 1903, da ida do homem ao espaço em 1961 e a sequência do genoma humano em 2000, foram feitas diversas pesquisas e descobertas para usar o avanço tecnológico a favor da sociedade. Hoje, a diferença é que a tecnologia aumentou tanto que é necessário um número cada vez maior de empreendedores (Dornelas, 2008).

Empreender é colocar a criatividade e inovação em um projeto pessoal ou organizacional e assumir seus riscos. De acordo com Baggio (2015), para que isso aconteça, é necessário abandonar os velhos conceitos e construir novos, ou seja, aprender a lidar com a mudança que acaba se tornando sempre constante. Lidar com mudanças já não é algo extremamente fácil, requer habilidades de desapego, de reinvenção, de

flexibilidade. Gerar as mudanças exige habilidades muito mais complexas, exige um olhar crítico, uma visão diferenciada para enxergar oportunidades e possibilidades, exige habilidades de planejamento, ou seja, capacidade de inovação.

O empreendedorismo é uma maneira de se relacionar com o mundo através da inovação e criatividade. Normalmente o empreendedor é aquela pessoa inconformada com o que está ao seu redor e, dessa forma, aproveita para buscar uma solução ao devido problema encontrado. Isso é importante para a sociedade pois colabora com o desenvolvimento econômico e social do país, incentivando o emprego de várias comunidades localizadas nas regiões e países (Dolabela, 2008).

Para Leite (2012), empreender significa poder cuidar do próprio negócio, conseguindo controlar o tempo, o destino e os clientes trabalhando em todas as áreas. Hoje, existem algumas palavras-chave importantes para o empreendedor no século XXI, entre elas estão a flexibilidade, motivação, criatividade, inovação, atividade proativa, capacidade de adaptação, resolução de problemas e resiliência. Há também algumas dificuldades encontradas na execução das suas funções, como conseguir contratar, desenvolver e demitir os funcionários e, além disso, saber lidar com os sócios.

O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor (Hisrich, 2014). Complementando, Baggio (2015) coloca que para conseguir realizar uma boa gestão, é necessário que o empreendedor possua outras características além de habilidades técnicas e administrativas. Algumas delas podem ser o controle interno e de disciplina, capacidade de correr riscos, inovação, orientação para mudanças, persistência, liderança visionária e habilidade para administrar mudanças. (Baggio, 2015). Hisrich (2014) explica alguns termos importantes, que representam capacidades empreendedora, como podem ser vistos no quadro que segue.

Quadro 1 - Descrição de termos empreendedores

Oportunidades empreendedoras	Ação empreendedora	Pensamento empreendedor
Situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção.	A criação de novos produtos/processos e/ou a entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida.	Os processos mentais com que o indivíduo supera a ignorância para decidir se um sinal representa uma oportunidade para alguém e/ou reduz dúvidas quanto a essa oportunidade.

**Fonte:** Elaborado com base em Hisrich (2014)

Como é possível perceber no Quadro 1, as oportunidades empreendedoras são importantes para o crescimento e expansão do país como um todo. A partir delas, um empresário pode, por exemplo, ampliar o campo de atuação de seu produto para outras cidades, estados, países ou, até mesmo, lançar um produto novo. Através dela é que se consegue pensar em uma oportunidade de negócio lucrativa. Para que isso aconteça, é necessário ter a ação em si, que seria a ação empreendedora, que é responsável pelo processo de criação dos produtos e processos para o mercado. O pensamento empreendedor acontece quando há o raciocínio e a tomada de decisão por parte do empresário, para entender e escolher por aproveitar a oportunidade existente ou não (Hisrich, 2014).

Os empreendedores possuem um pensamento diferente das outras pessoas. Normalmente elas acompanham momentos de insegurança, alto risco e investimento emocional para lidar com as pressões. Para isso, é necessário um pensamento estrutural, bricolagem, execução e adaptação de modo cognitivo (Hisrich, 2014). A necessidade de todas essas habilidades faz com que muitos indivíduos desistam de ser empreendedores ou não se sintam aptos para essa atividade. A tabela a seguir mostra que o número de empreendedores no Brasil.

Tabela 1 - Taxas<sup>1</sup> (em %) e estimativas<sup>2</sup> (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil – 2017

<b>Estágio</b>	<b>Taxas</b>	<b>Estimativas</b>
TOTAL DE EMPREENDEDORES	36,4	49.332.360
Iniciais	20,3	27.482.078
Novos	16,3	22.093.966
Nascentes	4,4	6.010.858
Estabelecidos	16,5	22.337.649

**Fonte:** GEM Brasil 2017

<sup>1</sup> Percentual da população de 18 a 64 anos.

<sup>2</sup> Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por Sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

De acordo com a Tabela 1, feita pelo GEM (2017), o total de empreendedores no ano de 2017 é de 36,4 ou seja, a cada 100 brasileiros (18-64 anos), 36 estavam liderando atividades empreendedoras. Isso representa quase 50 milhões de brasileiros que, nesse ano, planejaram a criação de um novo negócio. Comparando os empreendedores iniciais

de 2017 com o ano anterior, houve um aumento de 14% para 16,3% nos novos e uma diminuição de 6,2% para 4,4% nas nascentes. Com isso, é possível verificar que os brasileiros consideraram menos a opção de utilizar o empreendedorismo para sua ocupação e renda, ou seja, existe uma maior propensão em buscar um trabalho formal para se sustentar em vez da atividade empreendedora. Mesmo essa taxa não sendo muito baixa, há muitos empreendedores que surgem não por terem uma habilidade, mas sim pela necessidade de sustento.

O empreendedorismo pode surgir de diversas formas e estar presente em diversos setores, abrangendo a indústria, o comércio e o serviço. Pode acontecer por meio de novos produtos, por meio de novas formas de comercialização, por meio de novos processos. De qualquer forma, o empreendedorismo se manifesta de dois modos, o empreendedorismo por oportunidade e o por necessidade.

O primeiro reflete um bom lado dessa atividade no país, onde o empreendedor identifica uma oportunidade no mercado para melhorar sua condição de vida. De acordo com a pesquisa GEM realizada em 2008, os cinco países com as maiores taxas são Bolívia, Peru, República Dominicana, Colômbia e Equador. Já os com as menores taxas são Alemanha, Dinamarca, Rússia, Bélgica e Romênia (Monitor, 2012). Quando se trata do segundo, o empreendedorismo por necessidade, destaca-se indivíduos que empreendem para conseguir sobreviver, e não necessariamente por terem identificado uma oportunidade de negócio. Na mesma pesquisa foi possível observar que os cinco países com as maiores taxas são Colômbia, Bolívia, Peru, Angola e Jamaica, e os cinco países com as menores taxas são França, Islândia, Holanda, Bélgica e Dinamarca (Monitor, 2012).

Alguns países com desenvolvimento social elevado mostram taxas baixas de empreendedorismo, mas, entre eles, é possível perceber uma forte presença dos empreendedores por oportunidade. Na Dinamarca, por exemplo, para cada empreendedor por necessidade, existem aproximadamente 13 por oportunidade (Monitor, 2012). No Brasil essa relação é um bastante diferente, como mostra a tabela que segue:

Tabela 2 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas<sup>1</sup> (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA<sup>2</sup> (em %), estimativas<sup>3</sup> (em unidades) e razão oportunidade e necessidade - Brasil – 2017

<b>Motivação</b>	<b>Taxas</b>	<b>Percentual da TEA</b>	<b>Estimativas</b>
Oportunidade	12,1	59,4	16.313.253
Necessidade	8,1	39,9	10.965.755

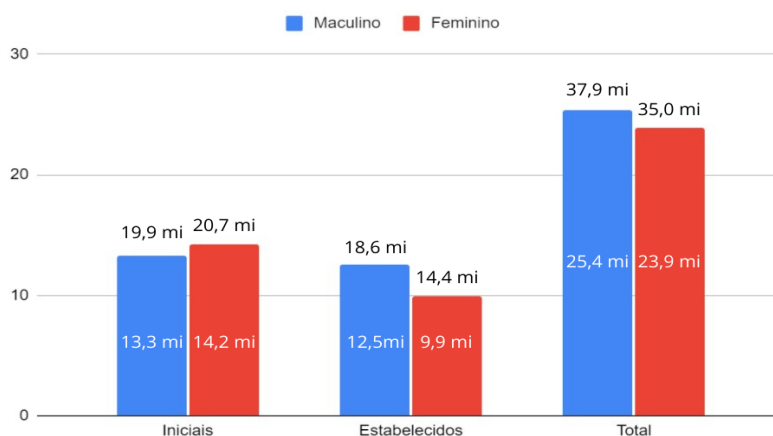
Razão Oportunidade/Necessidade

1,5

**Fonte:** GEM Brasil 2017<sup>1</sup> Percentual da população de 18 a 64 anos.<sup>2</sup> Proporção sobre a TEA: A soma dos valores não pode totalizar 100% quando houver recusas e/ou respostas ausentes.<sup>3</sup> Estimativas calculadas a partir de dados da população de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil em Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

Já na Tabela 2, o número de empreendedores no Brasil com motivação através da oportunidade vista ao seu redor é de 59,4% no ano de 2017. Já para os empreendedores por necessidade, esse número é de 39,9%, ou seja, há no país 1,5 empreendedores por oportunidade para cada um por necessidade. Um dos motivos para que isso aconteça é o fato dos brasileiros estarem buscando mais trabalho formal. (GEM, 2017). O gráfico a seguir mostra a distribuição de empreendedores no Brasil, por gênero.

**Gráfico 1 - Taxas (em %) específicas<sup>1</sup> e estimativas<sup>2</sup> (em milhões) do número de empreendedores por gêneros segundo estágios do empreendimento - Brasil - 2017**

**Fonte:** GEM Brasil 2017<sup>1</sup> Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 19,9% dos homens no Brasil são empreendedores iniciais).<sup>2</sup> Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

O Relatório de GEM (2017) apresenta no Gráfico 1 as taxas específicas de empreendedores no Brasil de acordo com os gêneros. O número da presença feminina prevalece nos empreendimentos iniciais, porém, o número masculino ultrapassa nos estabelecidos. Isso demonstra que a maior parte dos empreendedores são mulheres, mas com o passar dos anos, os homens acabam tendo um maior percentual de permanência com suas empresas.



De acordo com Meneses (2019), normalmente é identificado nos países que a taxa de empreendedorismo é maior entre os homens do que entre as mulheres. Contudo, no Brasil e no México, por exemplo, essa diferença é bem menos significativa, onde ocorre um valor mais próximo entre o empreendedorismo dos dois sexos. No Brasil, normalmente as mulheres são responsáveis por liderar em número os empreendimentos iniciais, enquanto os com mais de 42 meses acabam ficando mais à frente dos homens. Dentre as maiores dificuldades encontradas pelas mulheres, há um grande destaque na complexidade de conseguir financiamentos e a divisão de tarefas com a maternidade.

Na pesquisa Global Entrepreneurship (GEM) realizada junto com o Sebrae, durante o ano de 2020, quando começou a pandemia no país, houve um crescimento de 75% do empreendedorismo brasileiro, passando de 30% em 2019 para 53% em 2020. Dessas pessoas, um terço foram motivadas pelo Covid-19. Além disso, houve um impacto na taxa de formalização, com o maior aumento nos últimos quatro anos, um crescimento de 69% no mesmo período analisado.

Para o bom desenvolvimento das empresas, a gestão financeira é muito importante, pois é através dela que é feita uma administração correta dos recursos, viabilizando as oportunidades e gerando crescimento. Quando o empreendedor é educado financeiramente, ele já transfere esses conhecimentos para seus pequenos negócios, gerando assim empresas sustentáveis ao longo prazo.

## **2 Metodologia**

Este projeto tem como proposta realizar um estudo qualitativo-quantitativo descritivo, pois tem como objetivo estudar o desenvolvimento do empreendedorismo associado a educação financeira em micro e pequenas empresas fundadas por mulheres empreendedoras. A pesquisa quantitativa se distancia do pesquisado para produzir o conhecimento por meio da representatividade, já a pesquisa qualitativa se aproxima do objeto para analisar em profundidade. São simplesmente diferentes em termos de objetivo de pesquisa. O pesquisador é considerado parte integrante do processo de conhecimento. Ele interpreta os fenômenos, atribuindo-lhes um significado (Gil, 2008). As pesquisas qualitativas trazem técnicas interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir, analisar e de alguma forma chegar a um acordo com o sentido, não a frequência, de determinados fenômenos que ocorrem naturalmente no mundo social

(Van Maanen, 1979). Trazem assim maior profundidade e significado, utilizando-se de dados não mensurados e não medindo frequência de acontecimentos.

O objeto de análise são micro e pequenas empresas conduzidas por mulheres empreendedoras. Os dados foram coletados de forma primária e secundária. Os dados secundários foram coletados de fontes bibliográficas, que segundo Lakatos e Marconi (1995), abrange o estudo a respeito da bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo e tem como finalidade colocar o pesquisador em contato com o que já foi escrito sobre determinado assunto, permitindo o reforço na análise dos dados. Assim, a pesquisa bibliográfica foi realizada a respeito do tema educação financeira e empreendedorismo enquanto ferramentas importantes na condução e no desenvolvimento dos pequenos negócios. Os dados primários foram obtidos por meio de questionários, aplicados pelo Google Forms em micro e pequenas empresas conduzidas por mulheres empreendedoras, seguindo roteiro, mas permitindo liberdade e espontaneidade nas respostas (Triviños, 1987).

Uma pesquisa pode utilizar-se de análise de discurso, de narrativa, de conteúdo e outras técnicas para analisar os dados que coletados. Nesta pesquisa, os dados foram analisados de maneira descritivo-qualitativa por meio da técnica de análise de conteúdo para os dados documentais, assim como foram usadas técnicas de estatística descritiva para análise dos questionários aplicados. A técnica de análise de conteúdo, segundo Bardin (1979, p. 42), é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”.

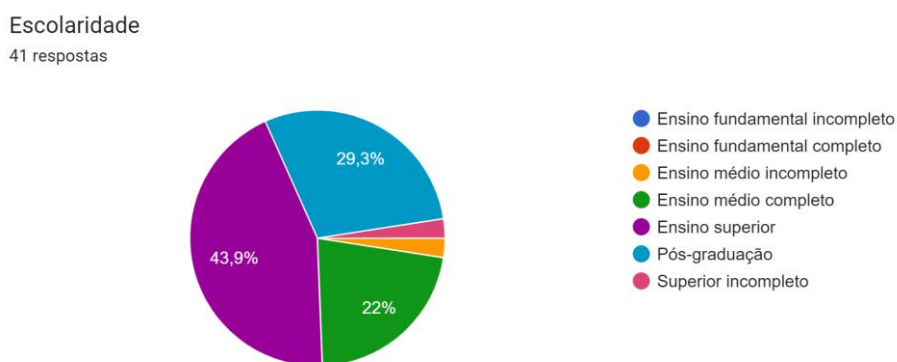
### **3 Análise e discussão dos dados**

Foi aplicado um questionário pela plataforma do Google Forms, sendo enviado para vários grupos no Facebook, Instagram e WhatsApp de mulheres empreendedoras de todo o país, com o intuito de buscar dados para a análise da pesquisa, que teve como objetivo pesquisar e analisar o conhecimento sobre educação financeira, tanto de uso pessoal como no negócio, e, além disso, o processo de empreendedorismo e seu desenvolvimento. Foram obtidas respostas de 41 mulheres empreendedoras, no período

de junho a agosto de 2022. A análise foi dividida em três seções, de Caracterização, Educação Financeira Pessoal e Educação Financeira no Empreendimento.

Dentre as respondentes, por mais que haja empreendedoras de todas as idades, a maior parte delas se concentra entre 20 e 30 anos, ou seja, uma amostra de mulheres jovens. A pesquisa foi filtrada e deixada apenas com a resposta de mulheres, deixando assim, uma amostra 100% feminino.

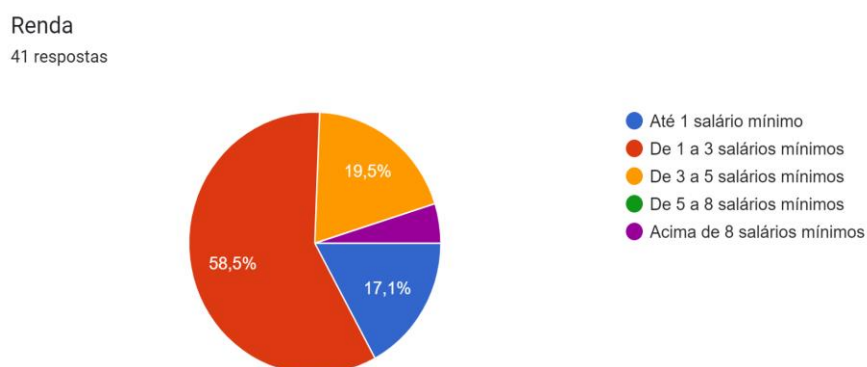
Gráfico 2 – Escolaridade das mulheres empreendedoras



**Fonte:** Elaborado com base no questionário aplicado

Como é apresentado no Gráfico 2, a escolaridade apresentada é, principalmente, a maior parte com ensino superior (43,9%), seguido de pós-graduação (29,3%) e ensino médio completo (22%).

Gráfico 3 – Renda das mulheres empreendedoras



**Fonte:** Elaborado com base no questionário aplicado

Já no Gráfico 3, é possível perceber que 58,5% apresentaram ganhar de 1 a 3 salários mínimos, seguido de 19,5% de 3 a 5 salários mínimos e 17,1% até 1 salário

mínimo. Por fim, a maior parte das mulheres respondentes se encontram no estado civil casada (56,1%) e solteira (39%).

Quadro 2 - Educação Financeira Pessoal

CATEGORIA	PORCENTAGEM
Ensino na infância e adolescência	68,3% não tiveram
Planejamento financeiro	12,2% nunca fizeram
Endividamento	41,4% estão endividadas
Poupança e investimento	39% não poupam e investem

**Fonte:** Elaborado com base no questionário aplicado

No Quadro 2 podemos identificar a porcentagem das categorias em destaque os resultados obtidos sobre a educação financeira pessoal. Fiquei indagada e acho que vale a pena discutir que apenas 12,2% nunca fizeram um planejamento financeiro, mas 41,4% estão endividadas. Isso me faz refletir e levantar a dúvida se realmente sabem o que é um planejamento e, além disso, se conseguem elaborar. 63,3% das respondentes não tiveram nenhum ensinamento sobre finanças na sua infância e adolescência no momento. Provavelmente isso é um dos grandes motivos de 39% não pouparem e investirem seus recursos financeiros.

Além disso, foi observado também sobre a educação financeira no empreendimento, presente no Quadro 3 Nele, é possível perceber o impacto que a educação financeira pessoal tem em seus negócios.

Quadro 3- Educação Financeira no Empreendimento

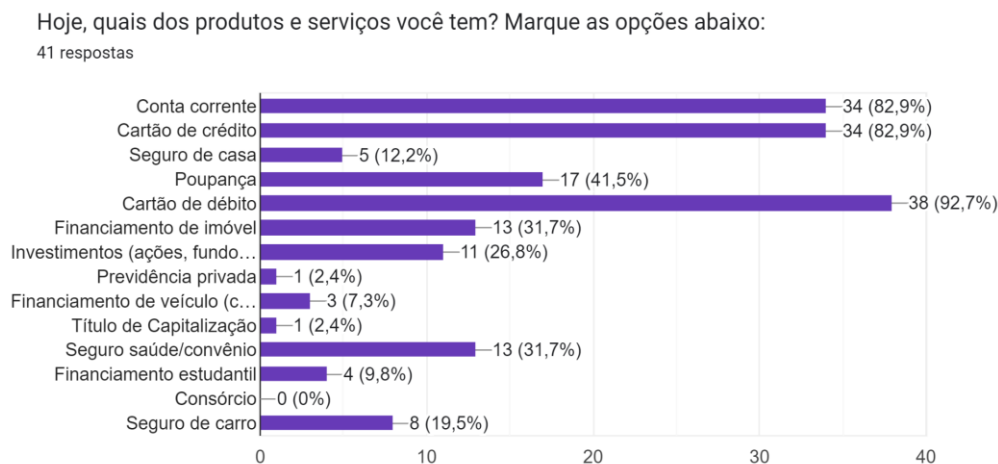
CATEGORIA	PORCENTAGEM
Porte da empresa	68,3% são MEI
Tempo de atuação no mercado	73,2% estão há até 3 anos
Elaboração de plano de negócios	60,9% não realizaram
Planejamento financeiro	21,9% nunca fizeram
Endividamento	7,3% estão endividadas
Investimentos	29,3% não investem

**Fonte:** Elaborado com base no questionário aplicado

Dentre todas as respondentes identificadas no Quadro 3, mais de 60% não tiveram nenhum ensinamento sobre educação financeira na infância ou na adolescência. A partir disso, mais da metade das entrevistadas consideram que seu conhecimento na área financeira é mediano. Quando se fala em poupança para investimentos pessoais, 40% não

realizam nenhum valor, e 35% menos de 10% de sua renda mensal. Com isso, é possível perceber o quanto a falta do aprendizado em finanças pessoais acaba impactando o pensamento de enriquecimento a longo prazo através dos atos de poupar e investir.

Gráfico 4 – Produtos e serviços presentes na vida das mulheres empreendedoras



**Fonte:** Elaborado com base no questionário aplicado

Em relação aos serviços mais utilizados pelas entrevistadas, é possível perceber no Gráfico 4 que mais de 90% delas utilizam cartão de débito, seguido de mais de 80% que possuem cartão de crédito e, a mesma quantidade para conta corrente. 90% das respostas afirmaram que não realizam empréstimos para o capital de giro e, quase a mesma porcentagem, nunca realizam financiamento para bens, imobilizados ou equipamentos. No geral, poucas das empresas declararam estar endividadas atualmente, mas também uma boa quantidade das empreendedoras também não consegue poupar e investir o dinheiro da empresa.

Fazendo uma análise com o cruzamento dos dados obtidos e pegando de amostra as respondentes que não tiveram conhecimento sobre educação financeira na infância ou na adolescência, é possível concluir que 7,14% delas realizaram o plano de negócio antes da abertura da empresa, 28,57% fizeram de uma forma parcial, e 64,29% não realizaram, onde 11,11% dessas nem sabem o que significa um plano de negócios.

Além disso, utilizando da mesma amostra das empreendedoras que não tiveram esse conhecimento na infância, 32,15% declararam que realizam sempre o planejamento financeiro nos seus negócios, 35,71% fazem as vezes e 32,14% nunca o fazem, onde 33,33% dessas declararam não saber o que é um planejamento financeiro. Já falando sobre o endividamento das empresas, a amostra apresentou que apenas 10,71% das mulheres

entrevistadas declararam obter dívidas, sendo um terço através de bancos e cooperativas e dois terços de família e amigos.

Com esses dados coletados e a montagem dos dois quadros montados, é possível analisar que o número percentual de endividamento é muito maior na pessoa física do que na jurídica. Quem não poupa e investe pessoalmente, também não realiza isso no seu empreendimento. Já voltado para a parte mais estratégica de planejamento financeiro, a falta da realização do pessoal reflete na falta de planejamento do empreendimento, que, por consequência, faz compreender o porquê não elaboram o plano de negócio.

### **Considerações Finais**

Esse projeto teve como objetivo principal analisar a educação financeira e o empreendedorismo em micro e pequenas empresas conduzidas por mulheres empreendedoras. A realização dos estudos feitos através das fontes primárias e secundárias trazidas no decorrer do artigo conseguem trazer dados o suficiente para compreender o quanto a educação financeira pessoal reflete na gestão financeira dos pequenos negócios. Com isso, é possível concluir que o trabalho conseguiu desenvolver seu ponto de entender seus impactos e descrever dados que pudessem explicar as relações financeiras de pessoa física e jurídica.

O estudo realizado mostra que a falta da educação financeira pessoal impacta no hábito de consumo das pessoas, gerando muitas vezes um gasto desenfreado que pode levar ao endividamento. Com isso, o dinheiro de uma grande parte dos indivíduos não chega a ser destinado a poupança e investimento. Dessa forma, há a busca de crédito em que pode aumentar cada vez mais as dívidas, visto que o dinheiro pode não ser destinado da maneira correta e uma boa parte da renda ser consumida pela parcela do crédito. O empreendimento acaba sendo fortemente afetado, pois sua gestão financeira é um reflexo da educação financeira pessoal do empreendedor, onde a falta de planejamento dificulta tanto no sentido de evitar o endividamento, como de saber aplicar o dinheiro disponível de uma forma mais rentável.

A falta de todo esse conhecimento também é apresentada a partir da análise dos questionários que, como não são feitos plano de negócios para a abertura das empresas, acabam investindo nisso sem saber ao certo se é a melhor opção, pois muitas vezes é feito baseado em uma necessidade urgente para conseguir mais dinheiro para a renda da família. Sem essas análises, acaba não havendo a busca por investimentos com o intuito

de expandir e consolidar o negócio, evitando com que a empresa mude de enquadramento, ficando estacionada, ou até mesmo que feche logo nos primeiros anos.

Durante a realização do projeto, a maior dificuldade encontrada foi de montar um questionário que trouxesse todos os dados que seriam importantes para as análises em diferentes categorias, e, além disso, conseguir também respondentes qualificados que estivessem dispostas e contribuir com a pesquisa. Por se tratar de dados financeiros, muitas pessoas evitam comentar sobre isso, principalmente quando se encontram em uma posição de compreender e externalizar possíveis endividamento, o que pode fazer com que se sintam constrangidas. De qualquer forma, acredita-se que estudos como esse são de suma importância para serem refletidos em nossa sociedade, pensando sempre na busca de melhorias para que as mulheres possam cada vez não só se inserirem na comunidade empreendedora, mas também se manterem ao longo dos anos.

## **REFERÊNCIAS**

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de inclusão financeira**. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, 2011. N. 2.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de economia bancária**. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

CLASON, George S.; NIGRO, Thiago. **O homem mais rico da Babilônia**. Rio de Janeiro: HARLEQUIN, 2022.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2008.

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

JACOB, Katy *et al.* **Tools for survival**: an analysis of financial literacy programs folowerincome families. Chicago: Woodstok Institute, 2000.

EKER, T. Harv. **Os segredos da mente milionária**. Rio de Janeiro: Editora Pensamento, 2016.

HIRA, Tahira K. **Personal Finance**: past, present and future. 2009. Disponível em: <http://ssrn.com/abstract=1522299>. Acesso em: 6 ago. 2019.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. Porto Alegre: Amgh Editora, 2014.

KLAPPER, Leora F.; LUSARDI, Annamaria; PANOS, Georgios A. **Financial literacy and the financial crisis**. National Bureau of Economic Research, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva Educação SA, 2017.

MENESES, Paola Marçal de; CASTRO KRAKAUER, Patricia Viveiros de. A persistência no perfil comportamental das empreendedoras brasileiras. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis**, v. 4, n. 3, p. 93-10, 2019.

MONITOR, **Global Entrepreneurship**. GEM 2017.

NEGRI, Ana Lucia Lemes. **Educação para o Ensino Médio da Rede Pública**: uma proposta inovadora. 2010. 73 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Centro Universitário Salesiano de São Paulo, São Paulo, 2010.

OCDE. **Directorate for Financial and Enterprise Affairs**. Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness: Recommendation of the Council. Julho de 2005.

SANTOS, Ricardo Paschoeto dos. **O papel da tecnologia da informação e comunicação na inclusão financeira da população ribeirinha da Ilha de Marajó**: o caso Agência Barco. 2015. 143 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2015.

SAVOIA, José Roberto Ferreira; SAITO, André Taue; SANTANA Flávia de Angelis. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/>. Acesso em: 6 ago. 2019.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VAN MAANEN, John. Reclaiming Qualitative Methods for Organizational Research: A Preface. **Administrative Science Quarterly**, v. 24, p. 520-524, 1979.