



Letícia Weber Lemos

**A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL PARA *STARTUPS* DE IMPACTO
SOCIAL**

Santa Maria, RS

2019

Letícia Weber Lemos

**A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL PARA *STARTUPS* DE IMPACTO
SOCIAL**

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

Orientadora: Bruna Faccin Camargo

Santa Maria, RS

2019

Letícia Weber Lemos

**A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL PARA *STARTUPS* DE IMPACTO
SOCIAL**

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

Bruna Faccin Camargo - Orientadora

Banca

Banca

Aprovado em de.....de.....

AGRADECIMENTOS

A vida é feita de sonhos e a conclusão da graduação é um deles. Entretanto, que graça teriam os sonhos se você não pudesse compartilhá-lo com quem ama? Este sonho não é só meu. É da minha família, dos meus amigos, dos meus grandes professores que tive desde a infância até a universidade e de uma população que acredita que com educação nós iremos mais longe.

Portanto, agradeço primeiramente aos meus pais que sempre dedicaram-se para que eu me tornasse uma pessoa ética e de caráter, que não mediram esforços para me proporcionar uma vida digna repleta de oportunidades e que sempre me incentivaram a tornar o mundo melhor através dos estudos. Agradeço a minha família que é enorme, mas não só em números. É cheia de amor, de coragem e de companheirismo. Eles são a base do que sou hoje, ensinaram-me valores dos quais não se aprende na universidade. Agradeço ao meu namorado, Gabriel, que nestes cinco anos esteve ao meu lado me dando apoio para que eu me esforçasse mais e me destacasse em meio a todos. Foi meu companheiro de curso e continuará sendo o da minha vida.

Meus mais singelos agradecimentos aos meus colegas e professores que foram essenciais para que eu me tornasse uma profissional e pessoa melhor. Sem vocês o sonho não aconteceria. À minha orientadora Bruna que neste último ano de graduação me auxiliou com esta pesquisa de maneira competente. Obrigada ao Curso de Ciências Contábeis, que sempre esteve disponível para que eu me fizesse ouvida e me oportunizou momentos inesquecíveis. Agradeço à Universidade Franciscana por me proporcionar um aprendizado excelente através de estruturas, professores e acessos de qualidade.

Às vezes atribuímos nossas vitórias a outras pessoas e esquecemos de reconhecer o esforço por nós mesmos. Então, dedico a realização desta conquista a mim que sempre tentei dar o máximo da minha capacidade, me dediquei e agi da forma mais correta possível. Que meus erros sirvam de aprendizado e acertos sejam lembrados com alegria.

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo compreender a importância da informação contábil na gestão de *startups* de impacto social, assim como identificar o perfil destes negócios e a percepção dos gestores quanto a utilização dos dados contábeis. Para a realização deste estudo utilizou-se a pesquisa descritiva e explicativa, através de uma abordagem qualitativa e adotando-se quanto aos procedimentos uma pesquisa de múltiplos casos. Para alcance dos resultados aplicou-se um questionário a duas *startups* de impacto, participantes dos programas de aceleração da Artemísia entre os anos cde 2014 a 2018. A partir dos resultados identificou-se que estes negócios são geridos por mulheres com altos níveis de instrução, atuantes em áreas pouco exploradas e apresentando faturamentos acima da realidade do país. No que tange a utilização das informações contábeis, nota-se o uso de relatórios complementares para acompanhamento de resultados, aplicação de ferramentas não confiáveis para fins gerencias e ausência de métrica contábil padronizada para a mensuração e demonstração do impacto social. Percebe-se que as gestoras compreendem a importância dos dados oriundos da contabilidade mesmo que diverjam quanto ao nível de satisfação para com os serviços contábeis disponíveis. A relevância da informação contábil para a gestão das *startups* de impacto social está ligada aos aspectos tributários, financeiros e gerenciais, não limitando-se aos aspectos tradicionais, tendo ainda o poder de auxiliar a medir o impacto social. Todavia, este campo da ciência necessita de inovação uma vez que deve ultrapassar a barreira da responsabilidade social, auxiliando estes negócios a analisar a viabilidade e retorno sobre suas ações.

Palavras-chave: *Startups*. Impacto Social. Informação Contábil. Gestão.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Alcance dos negócios sociais.....	13
Figura 2 - Dimensões do impacto social.	22
Figura 3 - Características gerais dos empreendedores sociais.....	26
Figura 4 - Abrangência do impacto social.....	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Diferenças entre empreendedorismo empresarial e social.	12
Quadro 2 - Aplicação do questionário.....	21
Quadro 3 - Resumo do perfil das startups de impacto social A e B.....	24
Quadro 4 - Grau de utilização de métodos contábeis e não contábeis.	28
Quadro 5 - Índices contábeis para alcance da dimensão social.....	33
Quadro 6 - Importância das informações contábeis por setor.	38
Quadro 7 - Características das informações contábeis disponíveis.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 Empreendedorismo e os negócios de impacto social	11
2.2 <i>Startup</i>: a nova estrutura de negócio	15
2.3 Informação Contábil	17
3 METODOLOGIA.....	20
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	24
4.1 Caracterização das <i>startups</i> de impacto social	24
4.2 Utilização da informação contábil.....	27
4.3 Entendimento dos gestores sobre informação contábil.....	37
5 CONCLUSÕES.....	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
APÊNDICE A – Questionário	57

1 INTRODUÇÃO

A desigualdade social no Brasil ainda é uma realidade. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2015, 6,95% da população nacional acima de 15 anos vive com menos da metade de um salário mínimo mensalmente, enquanto 2,57% vivem com mais de 10 salários mínimos por mês (IBGE, 2015), ou seja, a distribuição de renda está desigual visto que a renda encontra-se concentrada em um número menor de pessoas. Portanto, a fim de minimizar as diferenças e as desigualdades existentes, as iniciativas sociais tentam promover ações que possam impactar positivamente para reduzir o cenário atual.

Nesse contexto, o inconformismo, a vontade de inovar e de transformar realidades são os combustíveis para o nascimento de uma *startup* de impacto social (DOURADO, 2016; SOUSA E LOPES, 2016). Todavia, para gerir este novo tipo de organização é preciso que os empreendedores utilizem a informação contábil, sendo esta uma aliada quando se fala de planejamento e alcance de resultados (DIAS FILHO, 2000).

O impacto consiste no resultado do empreendedorismo social que tem como premissa a produção de bens e serviços para solucionar problemas da sociedade e não a comercialização (ALVES E NETTO, 2012). Por meio do empreendedorismo social, surgem os negócios sociais que, segundo Young (2007), são empresas que reúnem como propósito promover ações de cunho sociais e serem financeiramente sustentáveis. Martins (2015) ressalta a contribuição destas para o desenvolvimento socioeconômico da população, buscando maior equilíbrio na sociedade.

Assim, as *startups* podem ser definidas como novas empresas que se distinguem das demais por apresentarem maior grau de dinamismo, inovação e competências ligadas à área tecnológica (TABORDA, 2006). No que tange as de impacto social são aquelas que querem criar soluções positivas ao coletivo (SANTOS, 2016). Para Libonati, Araújo e Monteiro (2017), elas consistem em uma nova forma de empreender visto que fazem uma análise contínua de mercado e observam constantemente os *feedbacks* qualitativa e quantitativamente.

Entretanto, apesar de apresentarem peculiaridades, as *startups* de impacto social são organizações que almejam suprir as necessidades humanas através da comercialização de produtos e serviços, proporcionando obtenção de resultados e maior visibilidade para com os investidores (LONGEN et al., 2018). Desta forma, tanto para a obtenção do lucro e oferta de retorno aos investidores, a informação contábil faz-se necessária.

Campiglia e Campiglia (1995) ressaltam que a informação tem como função avaliar quais são as próximas atitudes a serem tomadas dentro da organização e de que forma devem ser executadas para alcançar os resultados desejados. Consoante a esta percepção, Costa (2002) afirma que a relevância e a utilidade da informação contábil são imprescindíveis para a tomada de decisão de gestores

Todavia, as empresas não raramente limitam-se a utilização dos dados contábeis para o mero cumprimento de obrigações fiscais. Desta forma, a sobrevivência dessas organizações pode comprometer-se visto que em momentos de decisão possuem baixo nível de segurança, por apresentarem dados incompletos ou inexistentes, para interpretar e fazer uso das informações fornecidas pela contabilidade (MARION, 2009).

Sob este enfoque, as *startups* de impacto social são novos modelos de negócios que possuem como premissa a inovação e o foco relacionado a resolução de problemas sociais da população e por serem também uma empresa, é importante verificar se a informação contábil se faz relevante para o planejamento na conquista de objetivos e para a gestão dos empreendedores.

Tendo em vista o tema relacionado à um novo modo de empreender que tem como preocupação, além da comercialização e da busca por resultados, trazer benefícios sociais a população, a presente pesquisa tem como problemática responder a seguinte questão: Qual a importância da informação contábil na gestão de *startups* de impacto social?

Visando responder a problemática levantada, a presente pesquisa contará com o objetivo geral de compreender a importância da informação contábil na gestão de *startups* de impacto social. Com o intuito de atingir o objetivo geral e a sua complementação de acordo com as etapas consecutivas, os objetivos específicos deste estudo são caracterizar as *startups* de impacto social, analisar a utilização das informações contábeis frente as dimensões comuns das *startups* de impacto social e compreender a percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das *startups* de impacto social.

O presente estudo traz definições do que é empreender socialmente, *startups* e informação contábil, assim possibilitando que haja integração entre as áreas da administração e contabilidade, ampliando o campo de pesquisa normalmente utilizado pelos pesquisadores e profissionais contadores. Sendo assim, o trabalho proporciona que a ciência contábil a exploração uma de suas especializações que é a contabilidade social, área que amplia as informações contábeis a fim de explicar, além das demonstrações, conteúdos de caráter social e ambiental que também são indispensáveis para gestão administrativa e contábil (KROETZ, 1999).

Além disso, o trabalho justifica-se no âmbito da ciência contábil visto que permeia a dimensão social na busca por lançar luzes a desigualdade social que persiste na sociedade brasileira. Assim, a contabilidade pode adentrar nessa discussão social a fim de demonstrar a relevância do assunto e auxiliar na gestão de negócios que visem minimizar as dificuldades enfrentadas pela população.

A criação de novas *startups* tem crescido no Brasil, como afirma Associação Brasileira de *Startups* (ABS) que em 2012 havia 2.519 *startups* cadastradas. No ano de 2017, o número saltou para 5.147 e em 2019 para 10.767 (ABS, 2019). Além disso, de acordo com o censo Startse de 2017, apesar do mercado financeiro ainda estar receoso, o aumento em investimentos em novos negócios tende a crescer, pois 76% dos investidores afirmaram que investiram em pelo menos um projeto de *startup* e que a tendência é continuar investindo (STARTSE, 2017).

Em conjunto a estes fatores, o Sistema Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (Sebrae), de acordo com a Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (2019), está estimulando, através de cursos de capacitação, negócios de impacto social, ou seja, organizações que empreendam de forma que o resultado seja, além do lucro, a transformação de realidades sociais. Portanto, a presente pesquisa justifica-se ainda pela ascensão que este modelo de negócio tem alcançado no país nos últimos anos fomentando o desenvolvimento socioeconômico nacional e a inovação.

Este trabalho foi estruturado em quatro capítulos do qual o primeiro apresenta a revisão teórica dos temas centrais tais como empreendedorismo e os negócios de impacto social, *startups*: a nova estrutura do negócio e informação contábil. O segundo capítulo apresenta a metodologia utilizada para o desenvolvimento do estudo. A terceira parte da pesquisa expõe os resultados da pesquisa aplicada em cada tema. E por último, apresenta-se as conclusões e contribuições do trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para gerir as *startups* de impacto social é importante obter informações contábeis que sejam confiáveis, de qualidade e que possam auxiliar a alcançar as metas organizacionais e financeiras. Portanto, neste capítulo aborda-se a fundamentação teórica realizada a fim de conceituar as temáticas centrais da pesquisa que são empreendedorismo social, *startup* e informação contábil.

2.1 Empreendedorismo e os negócios de impacto social

Empreendedorismo é o ato de ser criativo e inovador em projetos pessoais ou organizacionais (BAGGIO E BAGGIO, 2015) o qual resulta na desconstrução e na mudança de ideias ultrapassadas. Ainda segundo os autores (2015, p. 26), “o empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir geração de riqueza e uma melhor performance àquelas sociedades que o apoiam e o praticam”.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2010) e Daft (2010), o empreendedorismo é a criação de algo ou um negócio novo, sistematizando os recursos e responsabilizando-se pelos riscos para garantir recompensas financeiras e pessoais. Bastos e Araújo (2014) e Drucker (2008) afirmam esta teoria, apenas acrescentando que empreendedorismo coloca em prática possibilidade de crescimento econômico uma vez que empreender deve ser uma atividade vital numa sociedade, pois é desta maneira que a inovação estará sempre presente.

O empreendedorismo pode ser dividido em dois tipos: de oportunidade e por necessidade. Empreendedorismo de oportunidade é aquele em que o empreendedor enxerga uma “janela” de chances que através de planejamento estratégico chega ao desenvolvimento econômico do negócio, tal qual como geração de riquezas e empregos, por exemplo. Já o empreendedorismo por necessidade está ligado a falta de oportunidades na carreira ou desemprego do empreendedor (DORNELAS, 2005).

A ação de empreender não está restrita a criação de um negócio cuja sua finalidade seja exclusivamente o lucro. Por conta da grande desigualdade social existente que se agrava a cada crise econômica global, além da insuficiente capacidade de gestão dos governos em solucionar problemas de cunho social, negócios do terceiro setor e de empreendedorismo social têm surgido impulsionados por essa questão (OLIVEIRA, 2004).

Conforme Sarkar (2010), aqueles que empreendem para fins sociais procuram inovar na resolução de problemas sociais. Para Garcia e Romero (2015), um empreendimento social tem

como característica o agir de forma a combater um problema social através de uma proposta que seja nova e que obtenha transformação de alto impacto. Assim sendo, faz-se necessária a distinção entre os conceitos de empreendedorismo social e empresarial, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Diferenças entre empreendedorismo empresarial e social.

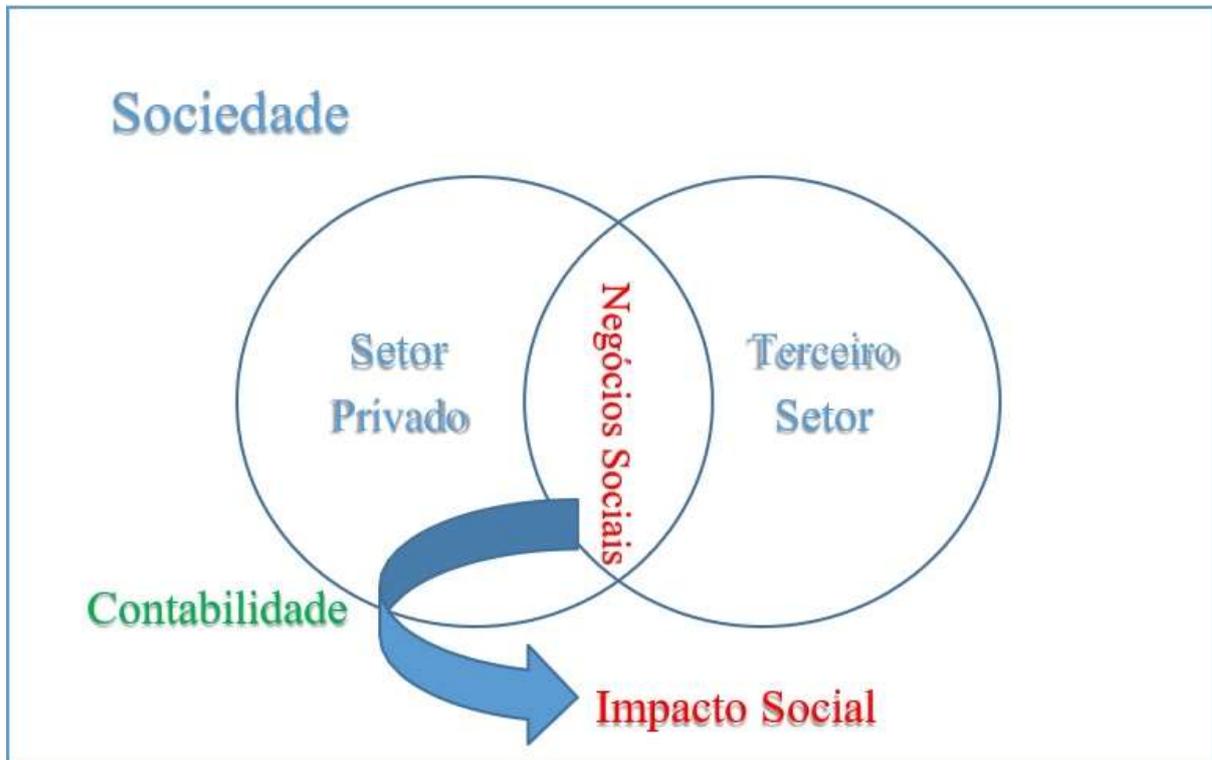
EMPREENDEDORISMO	
EMPRESARIAL	SOCIAL
Individual	Coletivo
Produção de bens e serviços	Produção de bens e serviços à comunidade
O foco é no mercado	O foco é na busca de soluções para os problemas sociais
O lucro é sua medida de desempenho	O impacto social é sua medida de desempenho
Satisfação das necessidades de cliente e ampliação das potencialidades dos negócios	Respeito e promoção de pessoas em risco social

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Froes, 2002.

De acordo com o Quadro 1, dentre as diferenças entre o empreendedorismo social e o empresarial o foco na coletividade e na resolução de problemas são as que mais se destacam. O que se reafirma com Alves e Netto (2012) ao ressaltarem a diferença entre estes dois tipos de empreendedorismo, onde o de caráter social está voltado a resolução de questões sociais e não a geração de riqueza através do comércio. Sua preocupação são os problemas sociais e a comunidade em que está inserido e o seu resultado é medido através do impacto social causado. Ao contrário do empreendedorismo de negócios que atende apenas as necessidades do mercado através da produção de bens e serviços.

Segundo Austin, Stevenson e Wei-Skillem (2006), o empreendedorismo social é um novo tipo de atividade e não precisa, necessariamente, estar vinculado a um negócio do terceiro setor, ele pode ocorrer também na área privada ou em empresas híbridas. A interligação entre o setor privado e o terceiro setor resulta nos negócios sociais ou negócios de impacto social (KERLIN, 2006) visto que busca conectar dois objetivos distintos de maximizar lucros e de causar impacto social aos menos favorecidos (WILSON E POST, 2011), conforme ilustra a Figura 2.

Figura 1 - Alcance dos negócios sociais.



Fonte: Gouveia, 2016.

Como observado na Figura 2, os negócios sociais podem ou não auferir lucro, estando localizado entre estes dois setores e tem como principal medida de desempenho o impacto social gerado.

Os negócios sociais não são classificados exclusivamente como terceiro setor porque, conforme Fernandes (1997), este último é composto por organizações sem fins lucrativos que tem por objetivo desenvolver a filantropia, a cidadania e a caridade a pessoas desfavorecidas socialmente. Em complemento a isso, no terceiro setor não há possibilidade para a distribuição de resultado, pois este é reinvestido na organização, portanto é possível notar que a existência de resultado não é algo banido, mas sim a distribuição (SILVEIRA, 2007).

Na literatura pode ser encontrada uma discussão entre autores quanto a parte financeira e econômica dos negócios sociais. Segundo Chu (2007) essas empresas precisam ser sustentáveis e distribuir dividendos porque consistem em uma forma de aumentar a visibilidade para com os investidores. Para Yunus (2010) estas devem ser sustentáveis, ou seja, terem fonte de renda para que possam combater os problemas de pobreza, sociais e ambientais, mas que não haja distribuição de lucros a menos que o empreendedor seja de baixa renda e que o empreendimento seja uma forma de minimizar sua pobreza.

Cruz (2014) destaca a tensão que há entre os objetivos sociais e financeiros dos negócios de impacto social. Nesse sentido, as decisões para a sobrevivência financeira contrariam as de impacto já que são de curto e longo prazo, respectivamente. A autora (2014) afirma que entender essas relações pode contribuir ao processo decisório, auxiliar na prevenção de possíveis tensões e identificar variáveis a serem observadas. Portanto, a contabilidade pode auxiliar os negócios sociais a solucionar este dilema através, por exemplo, do planejamento organizacional e financeiro, mensuração do impacto social e atração de investidores (GOUVEIA, 2016).

De acordo com a Revista *Época Negócios* (2018), “os negócios de impacto social tem movimentado cerca de US\$ 60 bilhões em nível global e registrado aumento aproximado de 7% ao ano, segundo levantamento da Ande Brasil (*Aspen Network of Development Entrepreneurs*)”. Ainda conforme a revista, de acordo com “Associação Brasileira de *Private Equity e Venture Capital* (ABVCAP), foram alocados US\$ 1,3 bilhão em investimentos de impacto na América Latina em 2014 e 2015. O Brasil foi o segundo maior mercado da região”.

Outra distinção importante para o estudo dos negócios sociais, evidencia-se no entendimento das ações vinculadas a responsabilidade social das empresas. Para Friedman (1970) responsabilidade social se limita a atender os interesses econômicos e as obrigações legais. Quando uma empresa é responsável socialmente, ela desempenha seu papel econômico dentro da sociedade de forma ética e de acordo com a legislação de forma que isso não implica no abandono dos seus objetivos econômicos porque a organização apenas se torna agente diante dos efeitos das suas atividades e operações à sociedade (BORGER, 2001). Promover o bem-estar social deve ser um objetivo relevante a organização porque a torna socialmente responsável (FERRELL, FRAEDRICH E FERRELL, 2001).

Portanto, o empreendedorismo desperta inovação e criação de forma a atender necessidades ou oportunidades que podem ser empresariais e/ou sociais. O empreendedorismo empresarial é voltado para atender o mercado e o social para resolução de questões sociais. Os negócios sociais são resultantes das atitudes de empreendedorismo social e possuem como premissa gerar impacto social positivo perante a sociedade. Todavia, responsabilidade social é algo distinto de negócios sociais já que é voltado ao cumprimento de suas atividades de forma ética e de acordo com as obrigações legais.

2.2 *Startup*: a nova estrutura de negócio

A palavra *startup* tem como definição: “*start*” que significa “iniciar/começar” e “*up*” que significa “para cima” (MORAES et al., 2012), ou seja, as *startups* são uma nova forma de empreender no mundo dos negócios visto que contém base tecnológica, inovadora e empreendedora (HIGASHI, 2016). A organização, inovação, lucratividade, o baixo custo de execução e o veloz crescimento financeiro são características deste novo modelo de negócios (SOUSA E LOPES, 2016).

Startups, segundo Ries (2011), são organizações criadas em ambientes incertos a fim de oferecer um novo tipo de produto ou serviço. Blank (2007) complementa que estas podem ser definidas como um modelo de negócios repetível e escalável, ou seja, entregam o produto com qualidade e eficácia, e mantém baixos custos crescendo financeiramente rápido.

Conforme Kon e Monteiro (2014), as *startups* são compostas por três elementos principais: visão, estratégia e produto. A visão é o foco da empresa, ou seja, o motivo da sua existência. Para alcançar a visão, aplica-se a estratégia que é formada por um plano de negócios, um “mapa” organizador para o desenvolvimento de um produto e conhecimento sobre o cliente, e é mutável ao se ajustar conforme as necessidades. Já o produto é o processo final da *startup* que também muda durante o trabalho.

De acordo com Ferrão (2013), a diferença entre *startups* e empresas convencionais se dá por conta do seu dinamismo e crescimento acelerado, o que, na maioria das vezes, está ligado ao vínculo com instituições de ensino. Para Santos (2016), as *startups* destacam-se porque ligam criatividade e responsabilidade social de forma que se mostram como sendo flexíveis e colaborativas.

As *startups* possuem quatro fases: ideação, operação, tração e *scale up*. A fase de ideação é quando o empreendedor decide aplicar sua ideia a fim de validá-la, ou seja, identificar se a hipótese criada para atender a uma necessidade realmente dará certo e definir seu público-alvo. Operação é a fase de captação de recursos, de firmar parcerias e procurar programas de aceleração. A tração é a fase da *startup* ser escalável, mas com respaldo de um modelo de negócios para fazê-la crescer com responsabilidade. E, por fim, a fase *scale up* é o desafio do empreendedor em melhorar os resultados financeiros da *startup* mantendo seus custos ou com, pelo menos, crescimento desacelerado (ZUINI, 2014). Atualmente, 40,64% das *startups* encontram na fase de tração, 27,16% em fase de operação, 22,78% na fase de ideação e 9,42% em *scale up* (ABS, 2019).

Para alcançar seus objetivos, as *startups* contam, muitas vezes, com apoio das aceleradoras que são empreendedores ou investidores experientes que apostam em boas ideias e em organizações de crescimento acelerado, dando apoio financeiro e intelectual a estes novos negócios. Além das aceleradoras, existem as incubadoras que são organizadas por universidades, empresas e o poder público que, diferentemente das aceleradoras, estimulam o empreendedorismo através de disponibilização de estrutura e fortalecimento da sobrevivência no mercado (SEBRAE, 2019).

A pesquisa realizada por Werlang e Fonseca (2016) demonstra que das 70 *startups* participantes do estudo 58,6% possuem como faturamento anual até R\$ 60 mil, 14,3% delas têm um faturamento entre R\$ 120 mil e R\$ 360 mil e apenas 5,7% das *startups* possuem um faturamento acima de R\$ 1,2 milhões.

De acordo com a ABS (2019), o mercado de atuação deste tipo de negócio é variável visto que, além dos 45 tipos de mercados citados, há uma subseção denominada “outras” com 7,35% que contém aqueles mercados que possuem menos de 0,02% de participação das *startups*. Entretanto, apesar desta grade variação, o setor da educação é o mais escolhido pelas *startups* com 7,68%, seguidos por finanças, agronegócios e, saúde e bem-estar. Ainda segundo a ABS (2019), do total de 10.767 *startups* cadastradas, o estado de São Paulo é o que mais possui *startups* com 3.308, seguido do Rio Grande do Sul com 909 e Minas Gerais com 885, e o estado que menos se destaca é o Ceará com apenas 172 *startups* cadastradas.

Na atualidade, 18,29% das *startups* brasileiras alcançam 3 anos de atuação no mercado, mas apenas 8,40% chegam a 5 anos no desenvolvimento do negócio (ABS, 2019). O que assemelha-se as micros e pequenas empresas no Brasil que, apesar de sua representatividade e relevância econômica-social, possuem alta taxa de mortalidade ocasionada por problemas gerenciais (BORGES E LEAL, 2012) como mostra pesquisa realizada pelo Sebrae (2016) que demonstrou que a mortalidade destes negócios é de 47% para aquelas que possuem até 2 anos de idade.

Através do estudo de Oliveira, Oliveira e Galeale (2018), que teve como objetivo identificar a relevância atribuída às informações contábeis no gerenciamento e no suporte à tomada de decisões das *startups*, identificou-se que os gestores reconhecem a importância das informações advindas da contabilidade não limitando-se apenas ao processo decisório, sendo relevantes também na busca por investimento, demonstração da realidade vivenciada pelas *startups* e garantia de vantagem competitiva.

Por fim, as *startups* são novos tipos de negócios que possuem como particularidades a inovação, o dinamismo, a tecnologia e escalabilidade financeira. Elas possuem uma vasta

variedade nos campos de atuação e vêm estabelecendo-se em grandes capitais brasileiras. Entretanto, apesar destas características, as *startups* ainda não conseguem fixarem-se no mercado por muito tempo. Para alcançar seus objetivos e permanecer no mercado, elas contam com ajuda de aceleradoras e incubadoras que auxiliam financeira e intelectualmente.

2.3 Informação Contábil

A contabilidade é uma aliada as empresas tendo em vista que fornece informações para o atendimento das necessidades internas e externas (LEWIS, 2012), informação da qual é resultado do trabalho da contabilidade (PADOVEZE, 2006), devendo estas serem úteis e relevantes para a tomada de decisão (COSTA, 2002).

Segundo McGee e Prusak (1994), a informação contábil é uma ferramenta estratégica que proporciona aos gestores administrar e gerenciar negócios. Além disso, a informação oportuniza que os gestores alcancem seus objetivos através de decisões que otimizem recursos e funcionamento (GLAUTIER E UNDERDOWN, 1976).

As informações precisam ser úteis, oportunas, claras, completas, relevantes, flexíveis, íntegras e direcionadas a organização para que assim tornem-se uma fonte de informações desejáveis aos seus usuários (OLIVEIRA, MULLER E NAKAMURA, 2000). Ainda segundo os autores (2000), estes usuários podem ser definidos como qualquer pessoa física ou jurídica que tenham o intuito de averiguar a situação do negócio.

Advinda das demonstrações contábeis, as informações que não forem acessíveis aos usuários, de forma que possam interpretar e compreender a posição empresarial (IUDÍCIBUS, 2006), podem ocasionar em um nível insatisfatório de relação entre contabilidade e usuários, como relatam pesquisas (DIAS FILHO, 2000). Além disso, a não utilização das informações pode-se dar pela falta de entendimento dos gestores sobre os benefícios que elas podem trazer a organização e pela dificuldade em interpretá-las, o que resulta em um mal julgamento a respeito da contabilidade dentro das empresas (LIMA, CHACON E SILVA, 2004).

Na perspectiva dos gestores, os mesmos preocupam-se apenas com as informações necessárias a cumprir a legislação fiscal (STROEHER E FREITAS, 2008), o que ocasiona em um maior risco as empresas ao decidirem sem o respaldo das informações advindas desta ciência, tornando as organizações menos competitivas e frágeis diante da concorrência e na obtenção dos resultados desejados (MOREIRA et al., 2013).

Todavia, além de possuir a informação é necessário que esta seja de qualidade. Ribeiro, Freire e Barella (2012) destacam que as decisões serão de qualidade caso a informação também

seja. Porton e Longaray (2007) corroboram ao afirmarem que durante a tomada de decisão a informação contábil que possuir qualidade possibilitará um diferencial a empresa perante os concorrentes.

Ao registrar os fatos ocorridos, a contabilidade torna-se um banco de dados, possuindo uma vasta gama de fatos organizacionais, os traduzindo em informações oportunas e relevantes que contribuem para o processo decisório. Desta forma, é importante ressaltar que para atender a demanda dos usuários internos e externos, as informações podem ser divididas em diferentes aspectos como o gerencial e o financeiro (BARROS, 2005).

Nesse sentido, a contabilidade gerencial tem como propósito atender as necessidades da administração auxiliando na obtenção de resultados e objetivos futuros, utilizando-se de informações menos objetivas, mas que são extremamente relevantes nos processos operacionais. Ademais, ela apoia as decisões internas a fim de controlar e obter feedback do desempenho empresarial. No entanto, para atender as exigências externas, a contabilidade financeira limita-se a cumprir a legislação com o intuito de evidenciar informações consistentes do histórico da empresa (WARREN, REEVE E FESS, 2001).

A partir do art. 176 da Lei nº 6.404/76 as demonstrações financeiras obrigatórias a serem elaboradas pelas empresas são: balanço patrimonial (BP), demonstração dos lucros ou prejuízos acumulados (DLPA), demonstração do resultado do exercício (DR) e demonstração dos fluxos de caixa (DFC); e se companhia aberta, a demonstração do valor adicionado (DVA); também notas explicativas que para fins de esclarecimentos devem acompanhá-las.

As demonstrações utilizadas pela contabilidade gerencial são distintas visto que elas devem estar voltadas a atender as necessidades dos usuários internos da organização. Barros (2005) enfatiza que os objetivos das demonstrações gerenciais devem ser o de produzir informações específicas, atualizadas e singulares que sejam capazes de aliar-se a outros campos de conhecimento, bem como encontrar diferentes formas de avaliar o patrimônio sem que seja através do aspecto financeiro.

Ao analisar as demonstrações contábeis, obtém-se informações relevantes utilizadas pelos gestores para a tomada de decisão e melhora do desempenho operacional. Da mesma forma que, em sua maioria, auxilia investidores a traçar estratégias para possíveis investimentos (PIOTROSKI, 2005). Salvo os acionistas e administradores, credores analisam as demonstrações para avaliar a capacidade de recebimento de empréstimo de capital (BENEDICTO E SALAZAR, 2004).

Além da análise das demonstrações financeiras e gerenciais faz-se necessária verificar as informações fornecidas pela contabilidade de custos, pois essa refere-se à mensuração e

avaliação dos produtos ou serviços consumidos dentro da organização para realizar as atividades (MARTINS E ROCHA, 2010), bem como executa a avaliação dos estoques, dos produtos vendidos e produzidos (ATKINSON et al., 1997).

A contabilidade de custos auxilia a contabilidade gerencial e financeira pois possui papel relevante no processo decisório e de controle já que por meio das informações a empresa torna-se capaz de efetuar a coleta, mensurar e realizar a gestão dos custos voltado ao planejamento e a tomada de decisão (SANTOS, 2018).

Visto que as *startups* de impacto social são diferentes do que é considerado como comum no mundo empresarial, elas necessitam de informações contábeis que possam apoiá-las na conquista de seus objetivos. De acordo com a Silva et al. (2017, p. 42) “investir na produção e armazenamento de informações torna mais rico e inteligente um empreendimento”, desta forma, é importante verificar se as informações disponibilizadas pela contabilidade fazem-se úteis no auxílio da tomada de decisão e na mensuração do impacto social causado por essas organizações.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo apresenta-se as metodologias adotadas para a realização da pesquisa em questão, englobando a sua classificação e os métodos utilizados para a coleta, tratamento e análise de dados a fim de atingir ao objetivo geral e aos objetivos específicos previamente delimitados.

A pesquisa classifica-se quanto aos objetivos como descritiva porque visa caracterizar as *startups* de impacto social e analisar a utilização das informações contábeis frente as dimensões comuns destes negócios. Segundo Prodanov e Freitas (2013), esta pesquisa pode ser definida como um estudo que descreve acontecimentos de certa realidade sem explorar o senso crítico do investigador.

Com vista a atender aos demais objetivos, este estudo classifica-se também como explicativo pois busca entender qual é a importância da informação contábil para as *startups* de impacto social e compreender a percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das *startups* de impacto social. De acordo com Gil (2007), a pesquisa explicativa identifica e decorre a respeito de acontecimentos esclarecendo o porquê dos fatos, assim tornando-se complemento da pesquisa descritiva na perspectiva que para fundamentar fenômenos faz-se necessário que estes estejam discriminados e descritos.

O presente estudo identifica-se como qualitativo quanto à abordagem visto que busca analisar de que forma a informação contábil faz-se importante para gerir *startups* de impacto social. Conforme Polit, Beck e Hungler (2004), pesquisa qualitativa procura entender fenômenos a partir de informações organizadas e de explorar o desconhecido. Além disso, este tipo de pesquisa configura-se como aquela utilizada para descrever e compreender determinadas variáveis de grupos sociais, contribuindo para o processo de mudança e de entendimento de indivíduos (DIEHL E TATIM, 2004).

Para melhor compreensão, esta pesquisa classifica-se quanto aos procedimentos como de múltiplos casos já que realizará a coleta de dados junto a duas *startups* de impacto social. Yin (2001) salienta que a pesquisa de casos múltiplos é confiável e relevante se comparada a de casos únicos já que traz mais de uma fonte de informações ao estudo proposto.

Para a realização da presente pesquisa, utilizou-se como base de dados a aceleradora Artemísia que é pioneira em apoiar e disseminar negócios de impacto social no Brasil. A Artemísia é uma organização sem fins lucrativos que tem como premissa dar apoio a organizações que criam soluções sociais positivas a população de baixa renda através de sua atividade principal, sendo também rentáveis e com alto poder de crescimento. Atualmente, mais

de 130 negócios foram acelerados, mais de 180 foram apoiados pelos programas e mais de 94 milhões de reais foram investidos pela organização. Vale destacar que a origem dos recursos utilizados pela organização provém de parceiros apoiadores, normalmente grandes empresas que acreditam no potencial dos negócios sociais na construção de uma sociedade mais justa e ética (ARTEMÍSIA, 2019).

Após a escolha da aceleradora, contatou-se a Artemísia para verificar a possibilidade de uso dos dados divulgados por ela e para a utilização do nome da organização nessa pesquisa. Através do contato via e-mail, esta autorizou o uso das informações bem como ficou à disposição para auxiliar em possíveis dúvidas.

Escolheu-se de forma intencional e por acessibilidade duas *startups* de impacto social para a realização desta pesquisa dentre um universo das *startups* que participaram dos programas de aceleração da Artemísia no período de 2014 a 2018. Na construção do estudo, foi enviado as empresas um convite para a participação da pesquisa da qual possuiu como premissa avaliar o grau de interesse e de retorno das *startups* para com o estudo.

Como principal instrumento de coleta de dados aplicou-se um questionário com perguntas fechadas. Segundo Beuren et al. (2009), o questionário fechado é uma ferramenta que apresenta aos informantes um conjunto de opções de respostas das quais não possibilita que estes respondam-nas livremente. Com o intuito de validar o instrumento, assim como suas respectivas perguntas e respostas, realizou-se um teste-piloto do qual enviou-se a uma *startup* de impacto social que foi selecionada de forma não aleatória.

O questionário foi dividido em três partes a fim de atender aos objetivos específicos delimitados nessa pesquisa conforme Quadro 2.

Quadro 2 - Aplicação do questionário.

Divisão do questionário	Objetivo	Respostas	Base teórica
Perfil das <i>startups</i>	Caracterizar as <i>startups</i> de impacto social	Fechadas	Gouveia (2016)
Utilização da informação contábil	Analisar as informações contábeis frente as dimensões comuns das <i>startups</i> de impacto social	Escala Likert; Fechadas	Bernardes e Miranda (2011); Fernandes et al. (2011)
Entendimento dos gestores sobre informação contábil	Compreender a percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das <i>startups</i> de impacto social	Escala Likert; Fechadas	Kos et al. (2014); Kroetz (1999)

Fonte: A autora.

De acordo com o Quadro 2, as perguntas realizadas tiveram como objetivo analisar de que forma a informação contábil faz-se relevante para a gestão do negócio e para o alcance dos

objetivos organizacionais, identificar o perfil das *startups* de impacto, bem como compreender a percepção dos gestores quanto o uso da informação. O questionário foi gerado eletronicamente e enviado as organizações por meio de e-mail juntamente com as notas explicativas de instrução para o preenchimento do mesmo.

Com a intenção de complementar o primeiro objetivo do estudo, foram coletados dados também através da página oficial da Artemisia. Entende-se por pesquisa documental todos os dados registrados que possam ser utilizados como fonte de informações (PRODANOV E FREITAS, 2013). De acordo com Gil (2008), a pesquisa documental difere-se da bibliográfica pois são informações que podem adequar-se ao estudo, ou seja, dados que se organizados propiciam a origem de informações importantes.

Após a coleta de dados oriundos das respostas obtidas através do questionário e dos dados oficiais da aceleradora Artemisia fez-se uma análise comparativa e de conteúdo por meio de comparação em planilha eletrônica, além de figuras e quadros.

Tendo em vista que o segundo objetivo desta pesquisa foi de analisar as informações contábeis frente as dimensões comuns das *startups* de impacto social, buscou-se identificar quais são as dimensões que compreendem o impacto social porque a mensuração está ligada diretamente com as mudanças que pretende-se gerar, como demonstra a Figura 3.

Figura 2 - Dimensões do impacto social.



Fonte: Adaptado de Silva et al., 2017.

Em conformidade a Figura 3, as dimensões ou objetivos das *startups* de impacto social são múltiplos, entretanto para ser considerado um negócio de impacto positivo, estas devem atender a pelo menos um destes objetivos.

Mensurar impacto social é algo individual e específico de cada negócio já que “[...] os impactos devem ser definidos em função da intervenção, que terá seu potencial regulado em razão do conjunto de recursos que mobiliza, da realidade na qual intervém e da qualidade de suas estratégias” (SILVA et al., 2017, p. 16). Portanto, é uma relação entre o objetivo que se deseja alcançar e a intervenção resultante das ações realizadas. Além disso Silva et al. (2017, p. 16) destaca que “é importante compreender que cada ação pertence a uma cadeia de resultados específica, seja ela mais ou menos explícita”.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo são apresentados os resultados da pesquisa realizada para a caracterização das *startups* de impacto, a análise as informações contábeis frente as dimensões comuns das *startups* de impacto social e compreensão da percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das *startups* de impacto social.

4.1 Caracterização das *startups* de impacto social

A primeira parte do estudo consistiu em caracterizar as *startups* de impacto social através das perguntas iniciais do questionário aplicado e das informações disponibilizadas no site oficial da aceleradora social Artemísia. Para melhor compreensão e para manter o sigilo das *startups*, estas foram denominadas negócios A e B, como demonstra o Quadro 3.

Quadro 3 - Resumo do perfil das startups de impacto social A e B

	STARTUP A	STARTUP B
RAMO	Microempreendedorismo.	Socioambiental.
FATURAMENTO	Faixa entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões.	Faixa entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões.
IDADE	Faixa entre 3 e 4 anos.	Faixa entre 1 e 2 anos.
O NEGÓCIO	Produtora virtual de eventos que reúne, em uma única plataforma, uma comunidade de fornecedores de serviços para eventos. A solução reduz a complexidade e o tempo gasto nas cotações de preços, consultas de disponibilidade e contratação de fornecedores. Como resultado, apoia o aumento de renda dos pequenos fornecedores e proporciona um valor justo para o cliente e para o fornecedor.	A empresa otimiza a logística reversa de recicláveis pós-consumo, recebendo-os e destinando-os adequadamente. O negócio instala lojas-contêineres em locais de grande fluxo de pessoas, nas quais o cidadão é incentivado a trocar as embalagens recicláveis por pontos de fidelidade, que podem ser trocados por produtos e bens de consumo nos próprios locais de coleta.
IMPACTO SOCIAL	Apoia, majoritariamente, pequenos fornecedores de baixa renda. Dos R\$ 1,6 milhões transacionados, 75% foi vendido por fornecedores residentes das periferias e 82% se enquadram como MEI. Com a atuação da plataforma, há um aumento no volume de serviços prestados por esses fornecedores, além do apoio para a capacitação e formalização, que, consequentemente, traz um aumento na renda.	Baseado em um modelo que adota programa de fidelidade ramificado para motivar os consumidores a entregarem o material reciclável, a empresa fomenta a atuação do microempreendedor de baixa renda, que se torna um operador capacitado para gerir a operação da loja, podendo alcançar uma renda média de R\$2.500,00.
RESULTADOS	Mais de 700 fornecedores cadastrados na região metropolitana de São Paulo, mais de 3 mil serviços vendidos, mais de 350 eventos comprados por grandes empresas e com uma taxa de recompra de 60%.	Conta com seis lojas, 58 toneladas de materiais já foram recicladas e 6 mil pessoas cadastradas.

Fonte: Dados da pesquisa e adaptado de Artemísia, 2019.

Conforme o Quadro 3, o perfil de área de atuação da *startup* de impacto social A é o microempreendedorismo e o da B é o socioambiental. De acordo com Melo Neto e Froes (2002), os empreendimentos sociais são focados na produção de bens e serviços que busquem soluções para os problemas sociais. A ABS (2019) destaca que o setor da educação é o mais escolhido pelas *startups* seguidos por finanças, agronegócios e, saúde e bem-estar.

Tanto o negócio A quanto a B afirmam ser *startups* de impacto social. Conforme Sousa e Lopes (2016) e Garcia e Romero (2015) *startups* de impacto social são aquelas que visam combater um problema social para obter transformação de alto impacto através de uma proposta que seja dinâmica, maximizando lucros e escalabilidade financeira.

A Artemísia (2019), acredita que estes negócios podem trazer melhorias para a sociedade de maneira escalável através de produtos e serviços direcionados para os desafios da população de baixa renda. A aceleradora (2019), ressalta que empresas podem ser excelentes ferramentas de transformação ao criarem soluções inovadoras para problemas complexos, sendo capazes de se sustentar e se multiplicar e de impactar positivamente muitas pessoas.

O tempo de atuação da *startup* A está na faixa dos 3 e 4 anos, enquanto a B entre a faixa de 1 e 2 anos. Conforme ABS (2019), 18,29% das *startups* brasileiras alcançam 3 anos de atuação no mercado, mas apenas 8,40% chegam a 5 anos no desenvolvimento do negócio. De acordo com pesquisa realizada pelo Sebrae (2016) a mortalidade das micros e pequenas empresas é de 47% para aquelas que possuem até 2 anos de idade. Já para as *startups*, 25% delas morrem com um tempo de até 1 ano e pelo menos 50% fecham com um tempo menor ou igual a 4 anos (ARRUDA E NOGUEIRA, 2012).

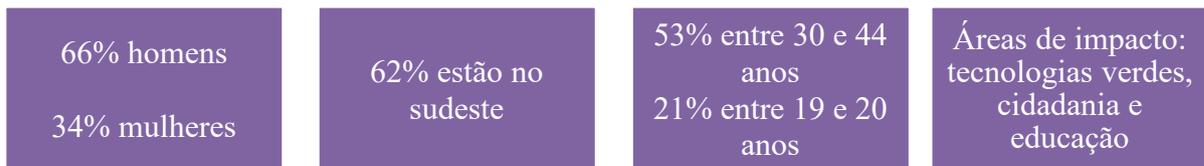
O faturamento médio anual das duas *startups* de impacto social está entre a faixa de R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões, classificando-as como pequenas empresas conforme o Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) (2019). As *startups* A e B distinguem-se do estudo realizado por Werlang e Fonseca (2016), pois estão na pequena fração das 5,7% das *startups* que possuem um faturamento com um intervalo entre R\$ 360 mil e acima de R\$ 1,2 milhões. Todavia, estas contribuem para o desenvolvimento do mercado dos negócios de impacto social global que tem movimentado cerca de US\$ 60 bilhões (REVISTA ÉPOCA NEGÓCIOS, 2018).

As duas organizações afirmam ter utilizado aceleradoras para fomentar o negócio de impacto social pois por meio de apoio financeiro e intelectual, empreendedores ou investidores experientes apostam em boas ideias e em organizações de crescimento acelerado (SEBRAE, 2019). Conforme pesquisa de Abreu e Campos (2016), pode-se induzir que até janeiro de 2016, 1.100 *startups* passaram por programas de aceleração e que existem 40 aceleradoras em

atividade no país, confirmando o papel importante destas instituições em apoiar e disseminar negócios inovadores.

Ambas estão localizadas na região sudeste do Brasil, local onde estão dispostas a maioria das *startups* do país (ABS, 2019) e o maior número de empreendedores sociais conforme mostra a Figura 3.

Figura 3 - Características gerais dos empreendedores sociais.



Fonte: Adaptado de PIPE Social, 2019.

De acordo com a Figura 3, os perfis dos gestores das *startups* de impacto social desta pesquisa são em maioria parecidos. Em ambas organizações os gestores são do gênero feminino, o que difere da realidade brasileira da qual o empreendedor social possui como característica ser pessoas do gênero masculino (ROSSONI, ONOZATO E HOROCHOVSKI, 2006). Neste sentido, este fato tem mudado nesta última década já que nos negócios gerais com até 3,5 anos de atividade, 15,4% da população empreendedora são mulheres contra 12,6% de homens (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM), 2017).

Carneiro (2017) resume que nos países de Bangladesh, Gana, Índia e Paquistão, por exemplo, há uma maior participação feminina a frente de negócios sociais. As mulheres possuem importante papel na organização quando se fala de informações sociais, ambientais e de sustentabilidade (BEN-AMAR, CHANG E MCILKENNY, 2015). De acordo com Post, Rahman e Rubow (2011), as mulheres têm assumido posição de gestoras, pois influenciam nas conquistas sociais trazendo qualidade e inovação as ideais da empresa. Além disso, elas melhoram a imagem da organização por serem mais filantrópicas, responsáveis socialmente e éticas (LIAO, LIN E ZHANG, 2016).

As duas gestoras possuem curso de pós-graduação, estando de acordo com o perfil geral do empreendedor social brasileiro que, segundo Rossoni, Onozato e Horochovski (2006), possui alto nível de escolaridade. Em empreendimentos de estágio primário, de modo geral, a maioria dos empreendedores possuem apenas o ensino fundamental completo conforme estudo que relata os últimos dez anos (GEM, 2017).

Conforme o Censo da Educação Superior de 2016, as mulheres representam 57,2% dos estudantes que cursam a graduação e de acordo com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) (2016), do total de 304.026 alunos matriculados e titulados em cursos de mestrado e doutorado 54,46% são mulheres, o que demonstra a superioridade educacional feminina.

A gestora da empresa A possui idade na faixa etária dos 25 e 34 anos e a gestora da empresa B tem idade na faixa dos 35 e 44 anos de idade. Ainda de acordo com a pesquisa GEM (2017), as pessoas com intervalo de idades entre 25 e 34 anos são mais atuantes em empreendimentos de estágio inicial e aquelas com intervalo entre 35 e 44 anos estão em terceiro neste *ranking*. Quanto aos empreendedores sociais, pesquisa demonstrou que 46,7% dos indivíduos possuem idade na faixa entre 18 e 34 anos e 42,2% entre 35 e 54 anos (CARNEIRO, 2017).

Referente ao perfil das gestoras, observa-se que apesar de o gênero feminino ser minoria nos negócios de impacto social brasileiros, em empresas de outros ramos e em organizações sociais internacionais elas já se mostram como mais representativas. Diferentemente do Brasil, as *startups* A e B, possuem como gestores jovens mulheres à frente da empresa que podem contribuir mais para o andamento do negócio levando o conhecimento adquirido resultante de seus altos níveis de instrução.

A partir do proposto, nota-se que a caracterização das *startups* de impacto social A e B, apesar de atuarem em áreas divergentes da realidade do país, as organizações possuem faturamento acima do esperado para este tipo de negócio, o que mostra a possibilidade de prosperar em empreendimentos de impacto social. Além disso, fatores como o uso de aceleradoras e de estarem localizadas na região sudeste do Brasil, podem ter contribuído para que isso acontecesse. Entretanto, ambas *startups* devem atentar para a sobrevivência do negócio que pode ficar comprometida, principalmente a empresa de impacto B que possui tempo de atuação entre 1 e 2 anos, considerada esta uma fase de maior risco.

4.2 Utilização da informação contábil

A segunda parte da pesquisa teve como objetivo analisar as informações contábeis frente as dimensões comuns das *startups* de impacto social. Para atingi-lo, questionou-se as empresas quais métodos são empregados para a tomada de decisão, alcance dos objetivos, mensuração do impacto social e para a demonstração do resultado econômico financeiro. Ademais, buscou-

se identificar quais são as dimensões de impacto social relevantes as *startups* e a forma que estas procuram alcançá-las.

As duas organizações participantes afirmam possuir o serviço de contabilidade de forma terceirizada. Em conformidade a Ricini e Zanchet (2008), a maior parte dos negócios que terceirizam a contabilidade são os de pequeno porte que buscam principalmente os serviços das áreas de departamento pessoal, tributária, fiscal, contábil e contratuais.

Tendo em vista que, muitas vezes, para fins de redução das despesas a empresa não consegue manter um contador dentro da própria instituição (HAERTHEL, 2011), a relação entre o contador terceirizado e a organização deve acontecer de forma clara, transparente e eficaz para viabilizar o trabalho de ambas as partes (TONELLI et. al, 2017).

Em decorrência disso, as perguntas de número 11 a 25 do questionário possuíam o intuito de avaliar o grau de uso das informações contábeis e outros métodos para a tomada de decisão, alcance dos objetivos organizacionais, demonstração do impacto social e demonstração do desempenho econômico, como evidenciam os dados apresentados no Quadro 4.

Quadro 4 - Grau de utilização de métodos contábeis e não contábeis.

MÉTODOS	DT	D	ND/NC	C	CT
Tomada de decisão e alcance dos objetivos organizacionais					
11. Empregar informações e relatórios contábeis				B	A
12. Fazer uso de relatórios elaborados internamente			A	B	
13. Utilizar o conhecimento do gestor					AB
14. Usar a intuição	A				B
15. Outros métodos				B	A
Demonstrar o desempenho econômico					
21. Empregar informações e relatórios contábeis					AB
22. Fazer uso de relatórios elaborados internamente					AB
23. Usar informações advindas de assessoria externa	AB				
24. Utilizar indicadores de monitoramento				B	A
25. Outros métodos	AB				
Demonstrar o impacto social					
16. Empregar informações e relatórios contábeis			B		A
17. Fazer uso de relatórios elaborados internamente				B	A
18. Usar informações advindas de assessoria externa			B		A
19. Utilizar indicadores de monitoramento					AB
20. Outros métodos				B	A

Fonte: Dados da pesquisa.

Discordo totalmente (DT); Discordo (D); Nem discordo/Nem concordo (ND/NC); Concordo (C); Concordo totalmente (CT).

De acordo com o Quadro 4, as *startups* de impacto social A e B afirmam utilizar informações e relatórios contábeis para a tomada de decisão e alcance dos objetivos empresariais. Estas fontes de informação contábil têm como finalidade auxiliar os gestores no processo decisório e para o atingimento das metas definidas para a empresa (COSTA, 2002). Entretanto, segundo Oliveira, Oliveira e Galegale (2018), além de contribuírem para a tomada de decisão, as informações contábeis são importantes na busca por investimento, demonstração da realidade vivenciada e garantia de vantagem competitiva para as *startups*.

A respeito da aplicação de relatórios elaborados internamente, a *startup* A mostrou-se indiferente a esta utilização, enquanto o negócio B concorda totalmente com o uso destes relatórios. Outros métodos demonstraram-se relevantes na pesquisa já que as *startups* A e B confirmam aplicá-los no processo de escolhas.

Outros métodos utilizados para fazer decisões dentro das organizações facilitam o planejamento, avaliação e controle do desempenho da empresa. Diferentemente dos relatórios habituais da contabilidade, estes podem ser elaborados no momento de necessidade da administração, não precisam ser obrigatoriamente periódicos, utilizam como base dados contábeis e não contábeis, não possuem restrições e podem ser elaborados pelo contador, pela administração ou através de uma adaptação dos relatórios tradicionais (PADOVEZE, 2012).

Quanto ao emprego do conhecimento das gestoras, ambas organizações afirmam usá-lo para a tomada de decisão e alcance dos objetivos organizacionais. Já referente a intuição como método para processo decisório, as organizações forneceram respostas divergentes, da qual a *startup* B concorda totalmente e a discorda totalmente.

Apesar de não consistirem em maneiras confiáveis, as decisões tomadas a partir da intuição do proprietário são em maioria realizadas desta maneira nas pequenas e micro empresas (ALBUQUERQUE, 2004) o que pode ocorrer como consequência da falta de compreensão dos gestores sobre os benefícios que as informações e relatórios contábeis podem trazer a organização ou, ainda, pela dificuldade em interpretá-las (LIMA, CHACON E SILVA, 2004).

Dias (2010) descreve que a tomada de decisão e alcance das metas nestas organizações é realizado, na maioria das vezes, através da observação do sistema de operação do negócio, do mercado e do gosto do gestor, uma vez que acreditam que estes componentes sejam os suficientes para embasar as decisões. A partir deste contexto, o gestor por passar a confiar exclusivamente em seus instintos, acaba por ter que lidar com problemas frequentes de perda de lucros e esgotamento de recursos que podem ser essenciais para a sobrevivência da empresa

(GOLDSMITH, 2014) além de torná-la menos competitiva e frágil diante da concorrência e na obtenção dos resultados (MOREIRA et al., 2013).

Outro fator a ser considerado é a atuação dos contadores que precisam adequar o seu trabalho as necessidades dos usuários das informações contábeis tendo em vista que os principais a utilizarem são os gestores das organizações, pois precisam de dados que os auxiliem de forma convicida na hora de tomarem decisões (OLIVEIRA, PEREZ JÚNIOR e SILVA, 2002). Nesta esteira de pensamento, os profissionais de contabilidade precisam aproximar-se da realidade vivenciada pelas empresas das quais prestam serviço, mostrando que esta ciência tem potencial de auxiliar os negócios a desenvolverem-se (STROEHR E FREITAS, 2008).

Devido ao distanciamento entre o serviço contábil e a rotina diária do empreendimento, a contabilidade pode vir a não retratar a realidade vivenciada pelas empresas, o que ocasiona no gestor acreditar que o principal papel desta ciência é cumprir exclusivamente a legislação fiscal. Resultante a isso, os relatórios fornecidos pela contabilidade, em sua maioria, são voltados a tributação e a questões financeiras, deixando em segundo plano os aspectos gerenciais das informações (CARVALHO E NAKAGAWA, 2004; COSTA E YOSHITAKE, 2004).

Desta forma, não é surpreendente que para a demonstração dos resultados econômicos, as duas *startups* de impacto social participantes desta pesquisa façam uso de informações e relatórios contábeis. Elas ainda afirmam utilizar relatórios elaborados dentro da própria empresa e indicadores de monitoramento.

Nesse sentido, comprovar o desempenho financeiro é essencial para atrair investidores, obter financiamentos, orientar o mercado e auxiliar na divulgação de dados relacionados ao impacto social gerado pela organização para manter a veracidade dos fatos diante da sociedade (NICHOLLS, 2009). Contudo, é importante que a fonte de informações para acompanhar, comprovar e estimar os resultados econômico-financeiros sejam aperfeiçoados tendo em vista que, além de atrair mais investidores, poderá prover a melhoria em relação ao impacto social x desempenho econômico e desempenho econômico x mercado (BERTIN, 2016).

As *startups* de impacto social do estudo discordam quanto a demonstração do impacto social. Enquanto o negócio A afirma utilizar todos os métodos citados no questionamento, tais como informações contábeis, relatórios internos, assessoria externa, indicadores de monitoramentos e outros métodos, a *startup* B assegura que emprega principalmente relatórios elaborados pela própria empresa, indicadores de monitoramento e outros métodos, mostrando-se indiferente ao uso de informações contábil e consultoria externa.

Cruz (2014) confirma que a relação entre a área financeira e o impacto social é motivo de tensão nos negócios já que as decisões tomadas em uma área, muitas vezes, influenciam a outra diretamente. Para fazer essa conexão entre os dois opostos, há a grande utilização do relatório denominado Balanço Social que consiste em um demonstrativo contábil que evidencia a responsabilidade social da empresa ao evidenciar as informações econômicas, sociais, ambientais, de recursos humanos, entre outras que tornam transparentes as ações dentro e fora da organização à comunidade, governo, acionistas, clientes e funcionários (PINTO E RIBEIRO, 2004; BERNARDO, SILVA E FALK, 2011).

De acordo com o Instituto Ethos (2019), uma das organizações brasileiras mais importantes para análise de compromisso responsável e desenvolvimento sustentável, um negócio considerado sustentável e responsável é aquele cuja atuação esteja preocupada com a diminuição do emprego dos recursos naturais viabilizando o progresso da sociedade sustentavelmente e auferir a conservação e a competição da atividade a que faz parte.

Identificou-se na literatura diferentes propostas de metodologias para a mensuração e avaliação do referido impacto gerado pelas ações da empresa. Assim sendo, iniciativas como o Instituto de Cidadania Empresarial e Avaliação Estratégica em Movimento Social (BRANDÃO, CRUZ E ARIDA, 2014), Força Tarefa de Finanças Sociais (SECRETAS et. al, 2015), Artemísia (SILVA et. al, 2017) e Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (FABIANI et. al, 2018), dispuseram formas diversas para medir o impacto social.

Utilizar métricas para atestar o impacto social causado pelas empresas é uma forma de atrair investidores já que eles as utilizam para decidir sobre investimentos, identificar e diminuir riscos, resgatar o valor agregado em longo prazo e acompanhar o investimento para garantir que os objetivos sociais e financeiros sejam executados (ARTEMÍSIA, 2018).

Logo, se faz necessária a diferenciação entre a comprovação da responsabilidade social, do impacto social tendo em vista que apresentam objetivos diferentes dentro de uma mesma organização. O comportamento socialmente responsável limita-se a agir de forma ética diante da sociedade no atendimento dos interesses econômicos e das obrigações legais da empresa (FRIEDMAN, 1970; BORGER, 2001) e o impacto social tem maior amplitude pois foca na geração de riqueza por meio da resolução de problemas sociais (ALVES E NETTO, 2012), conforme ilustra a Figura 4.

Figura 4 - Abrangência do impacto social



Fonte: A autora.

Em consonância a Figura 4 e considerando a abrangência do impacto social, identificou-se que não há uma ferramenta específica amplamente utilizada para quantificar e demonstrar o impacto social, e sim, o emprego de diferentes métricas do campo qualitativo aplicadas conforme a necessidade ou opção do negócio social.

Brandão, Cruz e Arida (2014), afirmam que as métricas de avaliação estão diretamente relacionadas com os atributos (mudanças, causa e efeito) e naturezas (tempo, território e método) do impacto social. Os autores ainda discutem a respeito de algumas ferramentas internacionais que também não possuem uma metodologia unificada como *Impact Reporting And Investment Standards* (IRIS), *Global Impact Investing Rating System* (GIIRS) e *Social Return On Investment* (SROI).

A Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil (SECRETAS et. al, 2015), determina 4 princípios para que haja harmonia entre os objetivos sociais e econômicos de modo a ganhar vantagem competitiva, identificar oportunidades e potencializar os diferenciais do negócio. São os princípios: 1) Compromisso com a missão social e ambiental; 2) Compromisso com o impacto social e ambiental monitorado; 3) Compromisso com a lógica econômica; e 4) Compromisso com a governança efetiva

Para a Artemísia os negócios de impacto devem definir sua dimensão social pois esta encontra-se ligada diretamente com as mudanças a que se pretende alcançar. Em decorrência dessa escolha e com a finalidade de avaliar o impacto, a empresa deve analisar o contexto governamental e investidores; produzir questionamentos capazes de orientar o estudo; avaliar os processos e os resultados; e eleger um método que seja abrangente, sensível e preciso

(SILVA et. al, 2017). As *startups* de impacto social ainda devem ter claro o motivo pelo qual foram criadas, suas missões, os problemas sociais centrais a suas operações, as ações que pretendem efetuar, os públicos que atingem e os impactos sociais previstos.

Por fim, Fabiani et. al (2018) realizou um compilado destes e outros estudos, revelando que a avaliação do impacto deve ser testada e aperfeiçoada. Deste modo, cada organização deve gradativamente implementar seu próprio método de medição que, através de indicadores e recursos existentes dentro da própria empresa, possam ser mais eficientes já que os principais obstáculos vivenciados para mensurar o impacto são não possuir conhecimento suficiente para medi-lo e o alto custo de implementação de métodos já existentes.

Tendo em vista o disposto e através das perguntas 26 a 33 do questionário enviado, buscou-se identificar o grau de utilização de índices contábeis para alcance da dimensão social a que a organização pertence a fim de demonstrar que uma métrica quantitativa de impacto social pode ser criada a partir de informações contábeis presentes na empresa ou com o auxílio do serviço de contabilidade, como demonstra o Quadro 5.

Quadro 5 - Informações contábeis para alcance da dimensão social.

STARTUPS	DIMENSÃO	ATIVIDADE	BAIXA/NÃO UTILIZAÇÃO
A	Ampliação de possibilidades de aumento de renda: atuar no aumento das oportunidades de emprego estável ou na melhoria das condições de trabalho do microempreendedor	Micro empreendedorismo	Políticas de descontos, facilidade de pagamento e acesso a crédito para clientes
B		Socioambiental	Formação do preço do produto ou serviço (redução de custos de fabricação e operação, bem como planejamento de uso matéria-prima para consciência ambiental); Investimentos em capital humano (aumento da produtividade, participação de resultados, plano de carreira, política interna de incentivo a educação continuada e a inclusão); Indicadores de desempenho (análise de processos, investimento e faturamento)

Fonte: Dados da pesquisa

No tocante aos pontos destacados na empresa A, pode-se identificar no Quadro 5 a baixa ou a não utilização de políticas de descontos, facilidade de pagamento e acesso a crédito para clientes no que se refere ao alcance da dimensão social de atuar no aumento das oportunidades de emprego estável ou na melhoria das condições de trabalho do microempreendedor. Nesta perspectiva, tendo em vista que sua atividade se refere a uma plataforma de divulgação de serviços de microempreendedores da área de eventos à consumidores finais e que a renda do

negócio é constituída por uma porcentagem sobre o serviço prestado por este fornecedor, a contabilidade pode auxiliar na métrica do impacto social.

Em conformidade ao GEM (2017), 39,9% dos negócios totais são criados motivados pelo empreendedorismo por necessidade que refere-se ao empreendedor que quer superar o desemprego, a falta de oportunidades na carreira (DORNELAS, 2005) ou que não consegue inserir-se no mercado de trabalho formal, sendo este um modo de buscar por uma chance de ocupação e geração de renda (SIVAPALAN E BALASUNDARAM, 2012).

De acordo com PNAD Contínuo (2019), divulgado pelo IBGE em julho de 2019, o Brasil possui 12,6 milhões de pessoas desempregadas. Entretanto, este número está em queda se comparado a dezembro de 2018 devido ao aumento do trabalho informal e da quantidade de indivíduos que trabalham por conta própria. Estes que possuem ocupação de forma pessoal tiveram um crescimento de 5,2% se confrontado com o ano anterior.

Em decorrência disso, conforme o Portal do Empreendedor (2019), até o final de 2018 havia mais de 7,7 milhões de microempreendedores, sendo estes concentrados principalmente nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, respectivamente. Em agosto de 2019 este número aumentou para cerca de 8,9 milhões de microempreendedores, ou seja, um crescimento de mais de 15% em 8 meses.

Quanto ao setor de prestação de serviços, este apresenta uma parcela relevante do mercado tendo em vista que corresponde ao ramo com maior atuação dos empreendedores, tratando-se de 55,8% das empresas já estabelecidas e 72% dos negócios que estão em estágio inicial (GEM, 2017). Portanto, percebe-se que a área de atuação da *startup A* tem grande potencial de prosperar visto que os microempreendedores a que pretendem atingir estão em crescente no país motivados, principalmente, pela necessidade.

Desta forma, já que a *startup A* emprega indicadores de desempenho, o serviço contábil pode criar a partir destes uma ferramenta que demonstre a viabilidade de oferecer descontos e facilitar pagamentos para os clientes. Após a aplicação, a contabilidade pode verificar os resultados obtidos com o uso deste índice, identificando se o número de serviços prestados e de usuários contratantes na plataforma aumentou, bem como as vantagens competitivas e sociais na utilização do mesmo.

Sob a ótica da *startup B*, o mercado do qual é integrante tem grande potencial em virtude da atual produção nacional de resíduos sólidos que já atinge a casa das 70 milhões de toneladas na área urbana. Destes, 20 milhões de toneladas acabam em aterros, lixões e oceanos resultando na perda de cerca de R\$ 10 bilhões em recicláveis não aproveitados e na poluição ambiental (ARTEMÍSIA, 2019). Quase 10 anos antes Ricci e Vieira (2008) anunciaram esta alarmante

situação com respeito as questões ambientais e econômicas posto que a quantidade de lixo gerado é proporcional aos problemas e ao desembolso financeiro gastos com ele.

Deste modo, propõem-se a análise no viés da gestão de custos uma vez que ela presta serviço de instalação de contêineres, realizando a intermediação entre o cidadão e as empresas recicladoras. Além disso, a empresa fomenta a atuação do microempreendedor catador de baixa renda que se torna um operador dos contêineres, deixando a condição de vulnerabilidade social.

Devido a área de atuação do negócio B, que é o socioambiental, se faz necessária a identificação da contabilidade ambiental que tem como objetivo o fornecimento de informações que identifiquem, mensurem e evidenciem eventos ambientais que alterem o patrimônio (COSTA, 2012). Além disso, segundo Ribeiro (2010), essa área da ciência contábil informa a respeito dos efeitos ambientais que são consequência da atuação da empresa.

Inclusa a gestão ambiental, a análise de custos é uma ferramenta gerencial relevante que deve ser utilizada para calcular e avaliar os recursos disponíveis na empresa com o objetivo de garantir a sua melhor utilização e aproveitamento (ZARDO E SCHLOSSER, 2002). Quanto a gestão de custos ambientais, esta possui como premissa verificar os esforços realizados pela organização no intuito da defesa do meio ambiente, como a prevenção, planejamento e controle (GONÇALVES E HELIODORO, 2005).

De modo geral, utilizar-se da gestão de custos é de suma importância no processo decisório, de controle e planejamento porque é capaz de fornecer informações úteis para estes (SANTOS, 2018). Ademais, a contabilidade de custos mensura e avalia os produtos ou serviços consumidos na organização na realização de suas atividades (MARTINS E ROCHA, 2010).

Outra questão é o planejamento da viabilidade econômica do negócio que é um dos caminhos para que ele se torne uma empresa de sucesso. Para a viabilidade, é preciso identificar os custos para que assim a organização faça um planejamento e encontre o equilíbrio para com as suas receitas, tornando-a economicamente sustentável (CHIAVENATO, 2007).

Além disso, de acordo com Frezatti (2008), deve-se ter consciência de que para a geração de um custo este deve propiciar um retorno para empresa. Deste modo, Hoji (2010), ressalta que a análise da viabilidade econômica pode auxiliar nas escolhas sobre investimentos, apresentando dados sobre o retorno dos investimentos realizados e dos riscos admitidos pela empresa.

Na pesquisa, verificou-se a baixa ou a não utilização, pela *startup* de impacto social B, de índices de redução de custos de fabricação e operação, planejamento de uso de matéria-prima e indicadores de desempenho, como análise de processos, investimento e faturamento. Neste sentido, a contabilidade pode contribuir no estudo dos fatores atrelados ao custo da operação

para cada contêiner e para colocá-los em prática, além de planejar ações para reduzir custos desnecessários e energia, por exemplo.

A contabilidade, ainda, pode analisar os processos desde a arrecadação dos descartáveis até a entrega para as empresas de compra de reciclável, disponibilizando informações como o tempo necessário para encher um contêiner e para recolhimento do mesmo, e o local que possui maior e/ou menor arrecadação. Ademais, o serviço contábil pode realizar uma prospecção de faturamento, bem como fazer uma relação com os custos e o investimento. E, verificar possíveis investimentos em novos contêineres, investigando o índice de tempo de retorno econômico-financeiro.

Portanto, como já citado anteriormente, para que um negócio seja considerado de impacto, deve ser um negócio de economia sustentável, ou seja, que auferir lucros melhorando as condições de vulnerabilidade social (ARTEMÍSIA, 2019). Por isso é importante que na mensuração do impacto social também sejam analisados os índices de redução de custos de fabricação e operação, indicadores de desempenho, análise de processos, investimento e faturamento, mantendo o equilíbrio entre os objetivos econômicos e sociais.

Identificou-se, também, que o negócio de impacto B não faz uso do investimento em capital humano como um indicador de medição do impacto social, tendo em vista que sua dimensão social é a ampliação de possibilidades de aumento de renda. Dentro deste contexto, há os trabalhadores de materiais recicláveis, mais conhecidos como catadores. Eles têm papel importante na sociedade porque auxiliam na destinação correta do lixo e fomentam a economia socioambiental. Todavia, esta é uma profissão desvalorizada tanto do ponto de vista financeiro quanto do social pois eles possuem baixa renda, pouca escolaridade, sofrem com o descaso do poder público e correm riscos diários de acidentes, doenças e preconceito (CAVALCANTE E FRANCO, 2010; BESEN, 2011; MACIEL et al., 2011).

Estes profissionais estão em condição de vulnerabilidade social, ou seja, sua integridade fica exposta perante a sociedade trazendo danos e precariedade na obtenção de seus direitos sociais e pessoais que estão relacionados com o descaso de políticas públicas (AYRES et al., 2003; CRONEMBERGER E TEIXEIRA, 2013).

Deste modo, iniciativas sociais como o Projeto Profissão Catador elaborado na Universidade de Cruz Alta – RS, é um exemplo de como diminuir a vulnerabilidade vivenciada por estas pessoas através da ligação entre comunidade e poder público, além do investimento em catadores. O projeto tem por finalidade elevar a geração de renda, diminuir o preconceito, propiciar oportunidades e obter avanços na conscientização socioambiental da cidade por meio de estudos e tecnologia para acompanhar o trabalho dos catadores. Resultante a isso, foram

atendidos mais de 940 catadores e pessoas do grupo familiar, aumento da renda per capita dos participantes do projeto em 208%, apoio de 92 empresas da iniciativa privada e melhora da consciência ambiental (PROJETO PROFISSÃO CATADOR, 2019).

Assim sendo, seria interessante quantificar a produtividade dos operadores e a partir dos resultados para estimular o trabalho com a participação de lucros, plano de carreira e política interna de incentivo a educação continuada. Após esses incentivos, a contabilidade pode acompanhar por meio de indicadores a relação entre o desempenho do catador e o que foi investido nele, quantificando a mudança social e econômica.

Ainda, nota-se que a utilização das informações contábeis frente as dimensões comuns das *startups* de impacto social tais como tomada de decisão, mensuração e demonstração do desempenho econômico e de impacto social possuem diferentes pontos a serem ressaltados. Para fins gerenciais, como a tomada de decisão para alcance de metas organizacionais, a contabilidade mostrou-se presente em ambas as organizações, mas ficou equiparada ao uso de métodos não confiáveis como o conhecimento do gestor ou da intuição, como destacado pela *startup* B, o que acaba aumentando a chance de os negócios não prosperarem como acontece na maioria das pequenas empresas brasileiras.

Quanto a demonstração do desempenho econômico não é surpreendente que as *startups* de impacto social A e B utilizem as informações contábeis já que, em muitas empresas, esta ciência tem o papel exclusivo de atender normas legais e tributárias. Entretanto, é importante destacar que, provavelmente devido a terceirização do serviço de contabilidade, os negócios A e B acabam por desenvolver relatórios internos para suprir suas necessidades.

Referente a mensuração e demonstração do impacto social, nota-se a ausência de métrica contábil padronizada. Deste modo, é possível identificar que a contabilidade tem potencial de adentrar neste tipo de negócio para auxiliar a desenvolver maneiras mais confiáveis de quantificar o impacto social gerado por estas organizações, tornando-as mais atrativas para investidores, competitivas no mercado e com alto grau de confiabilidade perante a sociedade. Observa-se, ainda, que o serviço de contabilidade e as informações geradas por este devem se adequar as necessidades destas empresas, mostrando-se flexível e com sensibilidade de reconhecer diferentes métricas para o impacto social causado por elas, mesmo que estas informações advenham de outros campos do conhecimento.

4.3 Entendimento dos gestores sobre informação contábil

O último capítulo do estudo tem o objetivo de compreender a percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das *startups* de impacto social. Para alcançá-lo, as perguntas da terceira parte do questionário destinaram-se a verificar as características das informações contábeis, a principal função das demonstrações contábeis para os negócios A e B, a satisfação do gestor com a contabilidade e a relevância dos dados em cada setor, como demonstra o Quadro 6.

Quadro 6 - Importância das informações contábeis por setor.

SETORES	SI	PI	N	I	MI
Cumprir as exigências da legislação com o intuito de evidenciar informações consistentes do histórico da empresa.					AB
Auxiliar a administração na obtenção de resultados dando apoio as decisões internas a fim de controlar e obter feedback do desempenho empresarial.					AB
Mensurar e avaliar os produtos ou serviços consumidos dentro da organização para realizar as suas atividades, bem como executar a avaliação dos estoques, dos produtos vendidos e produzidos.			B		A
Auxiliar na mensuração e avaliação do impacto social gerado a fim de fazer a divulgação desta informação para atração de investidores e transparência do negócio.			B		A
Registrar os fatos organizacionais ocorridos os traduzindo em informações oportunas e relevantes que contribuem para o processo decisório.				B	A

Fonte: Dados da pesquisa.

Sem importância (SI); Pouco importante (PI); Neutro (N); Importante (I); Muito importante (MI).

De acordo com o Quadro 6, as gestoras das *startups* de impacto social A e B elegem a informação contábil como muito importante para cumprimento da legislação e como ferramenta de auxílio a administração no controle do desempenho operacional. Quanto ao emprego de informações que contribuam para o processo decisório, estas julgam como importante e muito importante, conseqüentemente, percebem que a principal função das demonstrações contábeis é de produzir informações úteis a tomada de decisão.

Segundo Mosimann e Fisch (2009), possuir informações econômico-financeiras otimizam o resultado empresarial, permitindo uma programação financeira que forneça segurança para a organização e seu patrimônio. Todavia, Moreira et al. (2013) identificou que alguns gestores percebem a contabilidade como área limitada aos assuntos fiscais, tendo em vista que o foco do serviço ofertado pelo contador muitas vezes está voltado a garantia do cumprimento de todas as obrigações exigidas pelo fisco, fazendo com que os relatórios destinados a gestão permaneçam em segundo plano.

No entanto, a informação contábil possui grande amplitude permitindo ao gestor acompanhar e analisar o desempenho dos setores (KAPLAN, 2008). Rapozo (2004) ressalta que a contabilidade não se destina a mera entrega das tributárias e contábeis, mas sim como

instrumento balizador para fazer escolhas através de estratégias que advenham de dados relevantes e tempestivos. Pesquisa realizada por Oliveira (2004) evidencia que a utilização das informações contábeis em pequenas empresas mostra-se importante tanto para as necessidades tributárias quanto as gerenciais.

Em relação a mensuração e avaliação dos recursos consumidos e do impacto social, as gestoras das *startups* A e B destoam em suas respostas. Enquanto a gestora A afirma que o uso dos dados contábeis é de grande importância para a empresa, a gestora B mostrou-se neutra neste assunto.

De acordo com Lee, Peng e Fan (2016), para prestar o serviço de contabilidade exige-se inovação na modificação das organizações do qual fornece valor a empresa para enfrentar a competitividade do mercado. Para os gestores é notória a necessidade de novidades na contabilidade, porque eles relatam que mensurar o impacto social consistem em uma tarefa árdua que poderia ser minimizada com o auxílio da área contábil, à medida que obtenha as informações e interajam com o do negócio. Entretanto, percebe-se que há pouco interesse pelos profissionais contadores em ingressar na área de empresas sociais, sendo este um nicho de trabalho que poderia ser explorado de forma mais ativa pela contabilidade (GOUVEIA, 2016).

Tendo em vista que o Quadro 6 demonstrou que em alguns setores da organização social a contabilidade não está sendo relevante na sua totalidade, objetivou-se identificar quais características das informações contábeis as gestoras observam que não estão sendo entregues pelo serviço de contabilidade dentro dos *startups* de impacto social, o que afeta diretamente a importância desta ciência, como ilustra Quadro 7.

Quadro 7 - Características das informações contábeis disponíveis.

CARACTERÍSTICAS	DT	D	ND/NC	C	CT
Frequentes			B		A
Claras				B	A
Úteis				B	A
Completas			B		A
Confiáveis			B		A
De fácil compreensão		B			A
Direcionadas ao estilo e as necessidades do negócio		B			A

Fonte: Dados da pesquisa.

Discordo totalmente (DT); Discordo (D); Nem discordo/Nem concordo (ND/NC); Concordo (C); Concordo totalmente (CT).

Conforme o Quadro 7, em relação as características das informações contábeis disponíveis na organização, as gestoras possuem opiniões, em maioria, conflitantes. Para a

gestora da *startup* de impacto social A, todas as informações disponibilizadas pelo serviço de contabilidade são frequentes, claras, úteis, completas, confiáveis, de fácil compreensão e direcionadas ao estilo e as necessidades do negócio.

Em contrapartida, a gestora da *startup* B discorda que as informações contábeis sejam de compreensão fácil e direcionadas ao negócio, mostrando-se indiferente quanto as características de que as informações sejam frequentes, completas e confiáveis. Ademais, a gestora concorda que as informações da contabilidade sejam claras e úteis.

De acordo com a Resolução nº 1.374/11 do Conselho Federal de Contabilidade, da qual determina a NBC TG 01, as características qualitativas fundamentais para que uma informação contábil seja considerada útil são a relevância, a representação fidedigna, comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade.

Segundo Silva et al. (2010), apesar de a maioria das empresas possuírem e confiarem nas informações do serviço de contabilidade, os gestores não utilizam estes dados para melhorar o desempenho da empresa, avaliar impactos e traçar metas, o que dificulta na obtenção de resultados. Nos estudos de Caneca e Rodrigues (2008) verificou-se que os gestores afirmam que as informações contábeis sejam úteis, mas não as usam para questões relevantes.

Em estudo realizado por Fernandes (2012) demonstra que as informações disponibilizadas pela contabilidade são deficitárias pois não são confiáveis e sendo divulgadas de modo tardio, prejudicando a prestação de contas da empresa. Além disso, os gestores julgam as informações contábeis como um sistema insuficiente para ao atendimento das necessidades.

Para Oliveira, Muller e Nakamura (2000), as informações advindas da contabilidade precisam ser úteis, oportunas, claras, completas, relevantes, flexíveis, íntegras e direcionadas a organização para que assim se tornem uma fonte de informações desejáveis aos seus usuários. Resultante, as decisões tomadas serão de qualidade, como afirmam Ribeiro, Freire e Barella (2012).

Entretanto, pesquisas sobre a gestão das micros e pequenas empresas concluem que os gestores possuem dificuldade de entender as informações contábeis e por isso não as utilizam para tomar decisões (DIAS FILHO, 2000). Uma das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores apontada por Hendriksen e Van Breda (2009), ao elucidar que a linguagem científica com qual os relatórios e informações são fornecidos aos gestores dificulta o seu completo entendimento. Os usuários não conseguem compreender os dados divulgados, tornando a leitura dos relatórios contábeis algo complexo, levando a não utilização no real potencial desta ciência.

As informações devem atender as necessidades de quem as lê, carecendo de dados que sejam claros, concisos, corretos e presentes que proporcionem segurança no momento do gestor tomar decisões. Com isso, a qualidade da informação torna-se mais importante do que ter vários relatórios não oportunos (IUDÍCIBUS, 2009; MARION, 2009).

Segundo Dias Filho e Nakagawa (2001), a comunicação é composta pelos seguintes itens: emissor, mensagem, canal e receptor. Na contabilidade, o emissor é o contador que tem como objetivo tornar a mensagem compreensível; a mensagem é a informação contábil em si, resultante da união de dados; o canal é o modo como a mensagem é passada; e o receptor é o usuário da informação.

Para Libonati e Maior (1996), as dificuldades encontradas na comunicação contábil resumem-se a terminologia rebuscada que se utiliza de linguagem técnica; o excesso de informação disponível que pode ocasionar em perda do poder de análise do gestor; e a falta ou pouco conhecimento contábil do usuário que minimiza o entendimento das informações.

Nesse sentido, o processo de comunicação entre a contabilidade e seus usuários deve melhorar tendo em vista que o objetivo da informação gerada por esta ciência é minimizar as incertezas de quem a utiliza. Assim sendo, o contador possui como dever observar e analisar os fenômenos dentro e fora da organização de modo a gerar informações de qualidade aos usuários (PEREIRA, RIBEIRO FILHO E FRAGOSO, 2004).

Portanto, devido a comunicação falha existente entre empresa e contabilidade, a qualidade do serviço prestado é proporcional a satisfação dos usuários (IZOGO E OGBA, 2015). Em estudo, de acordo com Reis, Santos e Tavares (2018), os gestores estão em maioria insatisfeitos com o serviço de contabilidade. Todavia, os autores (2018) ressaltam que a relação entre contador e empresa deve ser de parceria para as tomadas de decisão, pois este profissional tem que conhecer as necessidades da organização e os gestores compreender os relatórios da contabilidade.

Percebe-se que em relação a satisfação das gestoras das *startups* de impacto social A e B com as informações geradas pela contabilidade mostrou-se distintas, pois a gestora A diz estar totalmente satisfeita e a gestora B afirma estar insatisfeita com as informações fornecidas.

Gouveia (2016) em seu estudo objetivou identificar como a contabilidade atualmente interage com os empreendimentos sociais, e como resultado pode-se verificar que alguns gestores não percebem o verdadeiro papel do contador dentro da empresa, o que os leva a acreditar que os profissionais de área contábil atendem somente para fins burocráticos. Por consequência, há uma grande insatisfação quanto a prestação dos serviços contábeis, mesmo

que a maioria dos entrevistados confirmem acreditar na importância da contabilidade para alcançar o sucesso.

Outro fator importante é que os gestores que obtêm serviços direcionados a contabilidade gerencial possuem maior chance de sentirem-se satisfeitos uma vez que os auxilia a ganhar vantagem competitiva de mercado (CANECA et al., 2009).

Pesquisa afirma que a não satisfação dos gestores está relacionada com a ausência da contabilidade em disponibilizar informações que atendam às necessidades da organização. Diversas vezes os relatórios divulgados atendem aos usuários parcialmente, tendo estes que recorrer a outros tipos de relatórios para complementar a informação (STROEHER, 2005). Também afirmam Laudon e Laudon (2004) ao entender que as informações devem ser fidedignas e estarem em conformidade com as metas idealizadas pela empresa.

Para Caneca et al. (2009), a satisfação dos gestores não é limitada ao tipo de informação contábil produzida, ela ainda pode ser influenciada pelo relacionamento interpessoal com o contador, a frequência do contato da contabilidade com a empresa, a assiduidade dos relatórios e a dedicação na prestação do serviço. Bernardes e Miranda (2011) corroboram ao mostrarem que os gestores participantes de sua pesquisa não recebem visitas constantes do contador e não possuem acesso a relatórios gerenciais, ocasionando em insatisfação tanto do contador que não é valorizado, quanto do gestor que não recebe informações oportunas.

Portanto, conclui-se que o entendimento das gestoras sobre informação contábil e a satisfação das mesmas está diretamente relacionado com o tipo de serviço de contabilidade que é prestado para as *startups* de impacto de social. Observa-se que, provavelmente, a *startup* A possui um contador que entende a realidade da empresa, que adequou-se as necessidades da gestora e tornou a comunicação mais viável. Já na *startup* B existem dificuldades na troca de informações com a contabilidade ocasionando na insatisfação da gestora. Além disso, é possível identificar que elas entendem a importância da informação da contabilidade dentro da organização, ainda que por hora, não recebam o serviço direcionado ao estilo do negócio.

5 CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como objetivo compreender a importância da informação contábil na gestão de *startups* de impacto social. Como objetivos específicos realizou-se a caracterização, análise sobre utilização das informações contábeis frente as dimensões comuns e analisar a percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das *startups* de impacto social.

Para realização da pesquisa e com o intuito de responder aos objetivos propostos, fez-se uso de um questionário fechado gerado e enviado de forma eletrônica a duas *startups* de impacto social, escolhidas por critérios de acessibilidade, participantes dos programas de aceleração da organização Artemísia entre os anos de 2014 a 2018.

A partir do estudo realizado foi possível a construção de um perfil dos gestores que se encontram a frente dos negócios, sendo ambas as empresas lideradas por jovem mulheres com níveis de formação elevados, em convergência a realidade nacional das empresas e empresários.

Na mesma linha destes resultados foram identificadas características comuns a *startups* nacionais, quanto localização das empresas e quanto a utilização das aceleradoras, uma vez que ambas estão presentes em uma região com maior volume de empresas de impacto social (sudeste) e já utilizaram essa forma de recurso.

Ainda quanto a caracterização das *startups* estudadas destaca-se o direcionamento de suas ações a mesma finalidade de ampliação de possibilidade de aumento de renda e melhoria das condições de trabalho. O segundo destaque coube ao desempenho econômico declarado acima da média nacional para o segmento.

A contabilidade utilizada pelas *startups* de impacto social estudadas dá-se de forma terceirizada, criando uma lacuna entre empresa e contador, que pode ter propiciado o uso de relatórios internos complementares para fins de demonstrar o desempenho econômico da empresa e de ferramentas não confiáveis como o conhecimento do gestor ou da intuição para fins de tomada de decisão e de alcance de objetivos organizacionais.

Na utilização das informações contábeis frente ao objetivo de medir e demonstrar o impacto social, percebe-se a falta de métrica contábil padronizada. Este cenário pode levar a utilização de outros relatórios e a dificuldade do gestor na comparação entre empresas do mesmo segmento. Com isso, as organizações ficam vulneráveis no mercado tornando-se menos atrativas para os investidores por não possuírem uma métrica mais clara.

No que tange a percepção das gestoras quanto ao emprego dos dados contábeis na gestão das *startups* de impacto social, conclui-se que elas compreendem a relevância deste

instrumento. Na realidade da *startup* A, a gestora aponta a contabilidade como uma ferramenta fundamental na gestão de todos os setores da empresa uma vez que possui várias qualidades. Todavia, a gestora B mostra-se insatisfeita com a contabilidade uma vez que não está alinhada as necessidades do negócio tornando-se assim um fator que pesa frente sua avaliação sobre a qualidade do serviço de contabilidade.

A importância da informação contábil na gestão de *startups* de impacto social transpõe os aspectos tributários, financeiros e gerenciais, como acontece em empresas de outras áreas. Os dados oriundos da contabilidade são capazes de auxiliar nas decisões e mensuração do impacto social destes negócios, sendo este um diferencial que pode impulsionar as *startups* para o mercado. Todavia, percebe-se que tal relevância ainda é pouco explorada por estas empresas já que, muitas vezes, não possuem a contabilidade como aliada ou não percebem o potencial desta ciência na análise de viabilidade do negócio e no retorno sobre as atividades desenvolvidas.

É imprescindível que a ciência contábil busque a inovação ao compreender estas empresas que almejam impacto positivo, ultrapassando a barreira da responsabilidade social através da criação de indicadores capazes de quantificar e demonstrar o impacto social gerado. Propondo-se, ainda, um olhar crítico para os relatórios contábeis tradicionais já existentes a fim de alinhá-los a realidade da organização uma vez que são fontes relevantes que podem ser utilizadas de maneiras mais amplas se forem construídos com qualidade e em convergência as expectativas dos gestores.

Como limitações de estudo destaca-se o tamanho da amostra utilizada na obtenção dos resultados o que não possibilita a generalização dos dados coletados, a ausência de uma vasta literatura no que tange ao relacionamento entre a contabilidade e o empreendedorismo social, e a falta de métricas padronizadas para impacto, que possam ser vinculada aos indicadores pertencentes a contabilidade.

Para novas pesquisas sugere-se a ampliação da amostra, aplicando-se o questionário a outras *startups* de impacto social de diferentes setores e regiões do país com o intuito de obter comparações e evidenciar se os resultados aqui analisados se aplicam a outras organizações. Além disso, sugere-se um estudo que proponha uma metodologia de mensuração contábil para o impacto social uma vez que esta é uma necessidade do mercado dos negócios, possibilitando comparação dos resultados das empresas bem como do retorno das ações desenvolvidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, P. R. M.; CAMPOS, N. M. **O panorama das aceleradoras de startups no Brasil**. Centro de Estudos em *Private Equity e Venture Capital* (GVcepe), 2016.

ALBUQUERQUE, A. F. **Gestão estratégica das informações internas na pequena empresa**: estudo comparativo de casos em empresas do setor de serviços (hoteleiro) da região de Brotas-SP. 2004. 209 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2004. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-10082004-110724/pt-br.php>>. Acesso em: 26 de agosto de 2019.

ALVES, A. L.; NETTO, F. **Terceiro setor e empreendedorismo social: o caso da Hallel Escola no Brasil**. *Tourism & Management Studies*, v. 4, 2012.

ARRUDA, C.; NOGUEIRA, V. **Causas da mortalidade de startups brasileiras**. O que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no mercado, 2012.

ARTEMÍSIA. **Quem Somos**, 2019. Disponível em: <<https://artemisia.org.br/quemsomos/>>. Acesso em: 01 de abril de 2019.

_____. **Como mensurar o impacto social da minha startup**, 2018. Disponível em: <<https://artemisia.org.br/como-mensurar-o-impacto-social-da-minha-startup/>>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

_____. **Acelerados do momento**, 2019. Disponível em: <https://www.artemisia.org.br/aceleradoraestacaohack/2019_Aceleradora_Estacao_Hack_Turma_3-min.pdf>. Acesso em 01 de setembro de 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS. **Estatísticas da Associação Brasileira de Startups**. Disponível em: <<https://startupbase.abstartups.com.br/stats>>. Acesso em: 11 de abril de 2019.

ATKINSON, A. A.; BALAKRISHAN, R.; BOOTH, P.; COTE, J. M.; GROOT, T.; MALMI, T.; ROBERTS, H.; ULIANA, E.; WU, A. **New directions in management accounting research**. *Journal of Management Accounting Research*, 1997. V. 9, p. 79-108.

AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. **Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?** *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2006. p. 1-22.

AYRES, J. R. C. M.; FRANÇA JÚNIOR, I.; CALAZANS, G. J.; SALETTI FILHO, H. C. **O conceito de vulnerabilidade e as práticas de saúde: novas perspectivas e desafios**. In D. Czeresnia & C. M. Freitas (Orgs.) *Promoção da saúde: conceitos, reflexões, tendências* (pp. 117-139). Rio de Janeiro: Fio Cruz, 2003.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO. **Classificação por faturamento das empresas nacionais**, 2019. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/quem-pode-ser-cliente>>. Acesso em: 15 de agosto de 2019.

BARROS, V. M. **O novo velho enfoque da informação contábil**. Revista Contabilidade & Finanças, v. 16, n. 38, p. 102-112, 2005.

BASTOS, H. M.; ARAÚJO, G. C. **Cidadania, empreendedorismo social e economia solidária no contexto dos catadores cooperados de materiais recicláveis**. Revista Capital Científico – Eletrônica RCCe, 13, 01-18, 2014.

BEN-AMAR, W.; CHANG, M.; MCILKENNY, P. **Board gender diversity and corporate response to sustainability initiatives: Evidence from the carbon disclosure project**. *Journal of Business Ethics*, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-015-2759-1>>. Acesso em: 26 de agosto de 2019.

BENEDICTO, G. C.; SALAZAR, J. N. A. **Contabilidade Financeira**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

BERNARDES, D. P. G.; MIRANDA, L. C. **Quatro histórias da utilização de informação econômico–financeira nas Micro e Pequenas Empresas: lições para futuros empreendedores**. Revista da Micro e Pequena Empresa, v. 5, n. 3, p. 84-98, 2011.

BERNARDO, T. N. C.; SILVA, A. P. F.; FALK, J. A. **Indicadores de balanço social como ferramenta para demonstrar as práticas de responsabilidade socioambiental: um estudo realizado no setor elétrico**. Belo Horizonte, 2011. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2011_TN_STO_145_910_18432.pdf>. Acesso em: 29 de agosto de 2019

BERTIN, B. M. S. **Investimento de impacto no Brasil e um estudo de caso sobre a Artemísia**, 2016

BESEN, G. R. **Coleta seletiva com inclusão de catadores: construção participativa de indicadores e índices de sustentabilidade**. São Paulo: Faculdade de Saúde Pública da USP, 2011.

BEUREN, I. M.; LONGARAY, A. A.; RAUPP, F. M.; SOUSA, M. A. B.; COLAUTO, R. D.; BONA PORTON, R. A. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**, 2009.

BLANK, S. G. *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*. Cafepress.com, 3rd edição, 2007.

BORGER, F. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. Tese de Doutorado – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo, Brasil, 2001.

BORGES, L. F. M.; LEAL, E. A. **Contabilidade gerencial: A utilização das informações contábeis gerenciais pelos gestores das micro e pequenas empresas.** Universidade Federal de Alagoas-IX Simpósio de excelência em gestão e tecnologia, 2012.

BRANDÃO, D.; CRUZ, C.; ARIDA, A. L. **Métricas em negócios de impacto social: Fundamentos.** São Paulo - SP: Empresarial, ICE-Instituto de Cidadania e MOVE-Avaliação e Estratégia, 2014.

BRASIL. CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução nº 1.374 de 08 de dezembro de 2011.** Revoga a Resolução CFC nº 1.121/08. Aprova a NBC TG 01 – Estrutura Conceitual – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. Disponível em: < http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/RES_1374.pdf>. Acesso em: 26 de setembro de 2019

BRASIL, Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976, Dispõe sobre as sociedades por ações. **Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos.** Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm>. Acesso em: 28 de abril de 2019

CAMPIGLIA, A. O.; CAMPIGLIA, O. R. P. **Controles de Gestão – Controladoria financeira das empresas.** Fundação Salim Farah Maluf, São Paulo: Atlas, 1995.

CANECA, R. L.; MIRANDA, L. C.; RODRIGUES, R. N.; LIBONATI, J. J.; FREIRE, D. R. **A influência da oferta de contabilidade gerencial na percepção da qualidade dos serviços contábeis prestados aos gestores de micro, pequenas e médias empresas.** Pensar contábil, 11(43), 2009.

CANECA, R. L.; RODRIGUES, R. N. **Oferta e Procura de Serviços Contábeis para Micro, Pequenas e Médias Empresas: Um estudo comparativo das percepções dos empresários e contadores.** 2008. 181 f. Dissertação (Pós-Graduação em Ciências Contábeis) – Programa Multi institucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade de Brasília; Universidade Federal da Paraíba; Universidade Federal de Pernambuco; Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Recife, 2008.

CARNEIRO, D. A. **Perfil do empreendedor social brasileiro: estudo comparativo entre Brasil e Portugal.** Tese de Doutorado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, 2017.

CARVALHO, A. M. R.; NAKAGAWA, M. **Informações contábeis: um olhar fenomenológico.** In: Congresso Brasileiro De Contabilidade, 17., 2004, Santos. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2004. 160p.

CAVALCANTE, S.; FRANCO, M. F. A. **Profissão perigo: percepção de risco à saúde entre os catadores do Lixão do Jangurussu.** Revista Subjetividades, 7(1), 211-231, 2010.

CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR. **Mulheres são maioria na educação superior brasileira,** 2016. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206>. Acesso em: 22 de agosto de 2019

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.** 2007.

CHU, M. *Commercial returns at the base of the pyramid. Innovations.*2007, p. 115-146.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Mulheres permanecem como maioria na pós-graduação brasileira,** 2016 Disponível em: <<https://www.capes.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/8787-mulheres-permanecem-como-maioria-na-pos-graduacao-brasileira>>. Acesso em: 22 de agosto de 2019

COSTA, C. A. G. **Contabilidade ambiental - Mensuração, Evidenciação e Transparência.** São Paulo: Atlas, 2012. p. 29 - 40, p. 48 - 50, p. 54, p. 190 - 191.

COSTA, R. **A contribuição da ciência contábil para a preservação do meio ambiente.** 2002. Disponível em: <<http://www.especiais.valoronline.com.br>>. Acesso em: 10 de abril de 2019

COSTA, D. F.; YOSHITAKE, M. **O controle e a informação contábil nas pequenas empresas.** In: Congresso Brasileiro De Contabilidade, 17., 2004, Santos. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2004. 160p.

CRONEMBERGER, I. H. G M.; TEIXEIRA S. M. **Famílias vulneráveis como expressão da questão social, à luz da política de assistência social.** Revista Eletrônica Informe Econômico, 1(1), 1-10, 2013. Disponível em: <<https://ojs.ufpi.br/index.php/economiaufpi/article/view/1267/990>>. Acesso em: 16 de setembro de 2019

CRUZ, J. M. F. **Tensões entre objetivos sociais e financeiros em negócios sociais e suas relações com o ambiente organizacional.** Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. 2014.

DAFT, R. L. **Administração.** 5º Edição, São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DIAS, R. L. C. J. **A contabilidade como fonte de informação às micro e pequenas empresas do setor de serviços: um estudo no bairro da Barra da Tijuca na cidade do Rio de Janeiro no período de 2009 a 2010.** 2010. 142 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial) -Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em:<<http://portal.estacio.br/media/2393339/regina%20lucia%20de%20carvalho%20januario%20dias%20completa.pdf>>. Acesso em: 26 de agosto de 2019

DIAS FILHO, J. M. **A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação,** Caderno de Estudos, FIPECAFI, São Paulo, v.13, n. 24, p. 38 - 49, jul./dez. 2000.

DIAS FILHO, J. M.; NAKAGAWA, M. **Análise do processo da comunicação contábil: uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da teoria da comunicação.** Revista Contabilidade e Finanças. São Paulo: USP, v. 15, n. 26, p. 42-57, mai./ago. 2001.

DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Pearson. 2004. 170p.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DOURADO, C. B. M. **Motivações na criação de um negócio social**. 2016.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: entrepreneurship: prática e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FABIANI, P.; REBEHY, S.; CAMELO, R.; VICENTE, F. J.; MOSANER, M. **Avaliação de impacto social: metodologias e reflexões**. Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, 2018. Disponível em: < https://www.idis.org.br/wp-content/uploads/2018/05/Artigo_Avaliacao_Impacto_Social_06.pdf>. Acesso em 10 de setembro de 2019.

FERNANDES, M. S. A. **Potencial de utilização da informação contábil no processo de prestação de contas sob a ótica do mecanismo da governança corporativa: um estudo em hotéis brasileiros**. 2012. 234 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Universidade de Brasília, UFPB, UFRN, João Pessoa, 2012.

FERNANDES, R. C. **O que é o terceiro setor?** In: IOSCHPE, Evelyn Berg. 3º setor: desenvolvimento social sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

FERNANDES, F. C.; KLANN, R. C.; FIGUEREDO, M. S. **A utilidade da informação contábil para a tomada de decisões: uma pesquisa com gestores alunos**. Contabilidade Vista & Revista, v. 22, n. 3, p. 99-126, 2011.

FERRÃO, S. **Empreendedorismo e empresas startup: uma nova visão estratégica como motor de empregabilidade jovem**. Boletim de Sociologia Militar, p. 9, 2013.

FERRELL, O.; FRAEDRICH, J.; FERRELL, L. **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisão e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FREZATTI, Fábio. **Gestão da viabilidade econômico-financeira dos projetos de investimento**. São Paulo: Atlas, 2008.

FRIEDMAN, M. *The social responsibility of business is to increase its profits*. *The New York Times Magazine*, Nova York, Sept. 13, 1970.

GARCIA, R. F.; ROMERO, A. M. M. *La empresa social: marco conceptual, contexto e información*. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

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

GLAUTIER, M. W. E; UNDERDOW, S. *Accounting Theory and proactive*. London: Pitman Publishing Limited, 1976.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. *What is GEM?* Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatório%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 14 de agosto de 2019.

GONÇALVES, S. S.; HELIODORO, P. A. **A contabilidade ambiental como um novo paradigma.** Revista Universo Contábil, v. 1, n. 3, p. 81-93, 2005.

GOLDSMITH D. *Problem Solved! The Secrets of Decision Making and Problem Solving.* 1 ed. Goldsmith Publishing, 2014.

GOUVEIA, W. M. **Empreendedorismo Social e Contabilidade: uma visão sobre a participação e importância da contabilidade nos negócios sociais.** Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Controladoria e Contabilidade, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

HAERTHEL, S. **Terceirização: Vantagens e Desvantagens, Percepção dos colaboradores e gestores da empresa.** Rio de Janeiro, 2011.

HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. **Teoria da Contabilidade,** tradução de Antônio Zoratto Sanvicente. – 1 ed. – 7. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2009.

HIGASHI, L. N. **A competitividade dos negócios sociais.** Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2016.

HISRICHE, R.; PETERS, M.; SHEPHERD, D. *Entrepreneurship,* 8th Edition, McGraw Hill International Edition, 2010.

HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.** Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/condicoes-de-vida-desigualdade-e-pobreza/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html?=&t=destaques>>. Acesso em: 28 de março de 2019

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - contínua, 2º trimestre de 2019.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/habitacao/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?edicao=25303&t=destaques>> Acesso em: 16 de setembro de 2019.

INSTITUTO ETHOS, **O que são negócios responsáveis e sustentáveis?** 2019. Disponível em:<<https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.XW2fKihKjIU>>. Acesso em: 02 de setembro de 2019

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da Contabilidade.** 8. ed., São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Contabilidade Gerencial.** 6. Ed. – 16 reimpr. São Paulo. Editora: Atlas, 2009.

IZOGO, E. E.; OGBA, I. E. **Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector**. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250-269, 2015

KAPLAN, R. S. *Contabilidade Gerencial*. 2. Ed. – 2 reimpressões. São Paulo. Editora: Atlas, 2008.

KERLIN, J. **Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences**. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 17, n. 3, p. 246-262, 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s11266-006-9016-2>> Acesso em: 22 de abril de 2019

KON, F.; MONTEIRO, J. **Empreendedorismo em computação e startups de software**. Jornadas de Atualização em Informática (JAI'2014), 2014.

KOS, S. R.; ESPEJO, M. M. S. B.; RAIFUR, L.; ANJOS, R. P. **Compreensão e utilização da informação contábil pelos micros e pequenos empreendedores em seu processo de gestão**. *Enfoque: Reflexão Contábil*, v. 33, n. 3, 2014.

KROETZ, C. E. S. **Contabilidade social**. Ijuí: Rio Grande do Sul, 1999.

LAUDON, J. P.; LAUDON, K. C. **Sistemas de informações gerenciais: Adiministrando a empresa digital**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

LEE, L. T.; PENG, C. S.; FAN, C. K. **An empirical study of service quality: web service business transformation**. *International Journal of Computational Science and Engineering*, 12(1), 58-64, 2016.

LEWIS, L. D. **The Power of Accounting: What the Numbers Mean and How to Use Them**. 1. ed. Routledge, 2012

LIAO, L.; LIN, T. P.; ZHANG, Y. **Corporate board and corporate social responsibility assurance: Evidence from China**, 2016. *Journal of Business Ethics*. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s10551-016-3176-9>>. Acesso em: 26 de agosto de 2019

LIBONATI, J. J.; MAIOR, V. C. S. **O papel da comunicação na contabilidade**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 15, 1996, Fortaleza. Anais... Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 1996. v. 4. p. 230-254.

LIBONATI, M.; ARAÚJO, L.F.L.; MONTEIRO, T. E. **Uma nova forma de empreender**. *Revista Eletrônica Nova Roma, Pernambuco*, v. 1, n. 1, p. 81-94, 2017.

LIMA, M. R. S.; CHACON, M. J. M.; SILVA, M. C. **Uma contribuição a importância do fluxo de informações contábeis no processo decisório das micro e pequenas empresas: uma pesquisa realizada na cidade de Recife no estado de Pernambuco**. In: Conferência Internacional de Empreendedorismo Latino Americana, 2004, Rio de Janeiro. Anais CIPEAL, 2004. CD-ROM.

- LONGEN, J. V. P.; PEREIRA, G. H.; RYBA, A.; SILVA JUNIOR, R. G. **Viabilidade de uma Startup baseada em Economia Colaborativa**. Revista Gestão & Conexões, v. 8, n. 1, p. 24-42, 2018.
- MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 15. Ed. São Paulo. Editora Atlas, 2009.
- MARTINS, M. R. **Negócios sociais e antropologia: dois ensaios em economia do desenvolvimento**. 2015.
- MARTINS, E.; ROCHA, W. **Métodos de Custeio Comparados - custos e margens analisados sob diferentes perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2010.
- MACIEL, R. H.; MATOS, T. G. R.; BORSOI, I. C. F.; MENDES, A. B. C.; SIEBRA, P. T.; MOTA, C. A. **Precariedade do trabalho e da vida de catadores de recicláveis em Fortaleza, CE**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 63, 71-82, 2011.
- MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MORAES, R.; CALVACANTE, H.; BRASIL, A.; BOTELHO, M. **Empreendedorismo Start Up: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará**. In Simpósio de Excelência em Gestão e tecnologia. Brasil: IX SEGET 2012.
- MOREIRA, R. L.; ENCARNAÇÃO, L. V.; BISPO, O. N. A.; COLAUTO, R. D.; ANGOTTI, M. **A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas**. Revista Contemporânea de Contabilidade, v. 10, n. 19, p. 119-140, 2013.
- MOSIMANN, C. P.; FISCH, S. **Controladoria: seu papel na administração de empresas**. 2 ed. – 6. Reimpressão. São Paulo. Editora: Atlas, 2009.
- NICHOLLS, A. *'We do good things, don't we?': 'Blended Value Accounting' in social entrepreneurship*. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6), 755-769, 2009.
- OLIVEIRA, A. G. **Uma contribuição ao estudo da contabilidade como sistema de informação ao processo de gestão das micro e pequenas empresas: uma pesquisa no Estado do Paraná**. 2004. 232f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.
- OLIVEIRA, E. M. **O empreendedorismo social indutor de auto-organização no enfrentamento das questões sociais e no desenvolvimento integrado e sustentável: notas introdutórias e aproximativas**. Informe Gepec, v. 8, n. 1, 2004.
- OLIVEIRA, A. G.; MÜLLER, A. N.; NAKAMURA, W. T. **A utilização das informações das informações gerados pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas**. Revista da FAE, Curitiba, vol3, num 3, set/dez, 2000, p. 1-12.

OLIVEIRA, W. L.; OLIVEIRA, S. F. S.; GALEGALE, N. V. **O Sistema de Informação Contábil com suporte ao processo decisório na Startup**, 2018.

OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JÚNIOR, J. H.; SILVA, C. A. S. **Controladoria estratégica**. São Paulo: Atlas, 216p, 2002.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. **Contabilidade gerencial**. Curitiba: IESDE BRASIL S.A, 2012.

PEREIRA, C. C.; RIBEIRO FILHO, J. F.; FRAGOSO, A. R. **Comunicação em contabilidade: Estudo comparativo do nível de percepção de usuários da informação contábil em Florianópolis (SC) e Recife (PE) sobre a utilidade das representações gráficas no processo de evidenciação**. 4º Congresso USP. 2004. Disponível em: <http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos42004/67.pdf>. Acesso em: 26 de setembro de 2019.

PINTO, A. L.; RIBEIRO, M. S. **Balço social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina**. Revista contabilidade & finanças, v. 15, n. 36, p. 21-34, 2004.

PIOTROSKI, J. D. *Discussion of Separating Winners from Losers among Low Book-to-Market Stocks using Financial Statement Analysis*. *Review of Accounting Studies* 10, p. 171-184, 2005.

PIPE SOCIAL, **2º Mapa de negócios de impacto. Social + Ambiental**, 2019. Disponível em: <<https://www.pipe.social/mapa2019>>. Acesso em: 02 de setembro de 2019

POLIT, D. F.; BECK, C. T.; HUNGLER, B. P. **Fundamentos de pesquisa em enfermagem: métodos, avaliação e utilização**. Trad. de Ana Thorell. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**, 2019. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019

PORTON, R. A. B.; LONGARAY, A. A. **Relevância do uso das informações contábeis nos processos decisórios**. Revista Angrad – vol. 7, n. 4, out-nov-dez/2006 – pp. 89-110, 2007.

POST, C.; RAHMAN, N.; RUBOW, E. *Green governance: Boards of directors' composition and environmental corporate social responsibility*. *Business & Society*, 50(1), 189–223, 2011.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico** - 2ª Edição. Editora Feevale, 2013.

PROJETO PROFISSÃO CATADOR. **Sobre nós**. Universidade de Cruz Alta – RS, 2019. Disponível em: <<https://home.unicruz.edu.br/profissao-catador/#sobre-nos>>. Acesso em: 16 de setembro de 2019

RAPOZO, F. O. **O Uso das Informações Contábeis para Fins Gerenciais – Nas Micro e Pequenas Empresas de Teresópolis.** 2004. 110 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Centro de Ciências Humanas e Sociais, Fundação Educacional Serra dos Órgãos, Teresópolis, 2004.

REIS, E. R.; SANTOS, G. C.; TAVARES, M. **Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis: Um estudo com micro e pequenos empresários da cidade mineira de Uberlândia.** RAGC, v. 6, n. 24, 2018.

REVISTA ÉPOCA NEGÓCIOS. **Empreendedorismo de impacto social cresce no Brasil,** 2019. Disponível em:

<<https://epocanegocios.globo.com/Mercado/noticia/2018/07/empreendedorismo-de-impacto-social-cresce-no-brasil.html>> Acesso em: 15 de agosto de 2018

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. **Curso orienta empreendedores sobre como desenvolver negócios de impacto social,** 2019. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2019/03/curso-orienta-empresarios-sobre-como-desenvolver-negocios-de-impacto-social.html>>. Acesso em: 19 de março de 2019

RIBEIRO, M. S. **Contabilidade ambiental.** São Paulo: Saraiva. 2010. p. 13, p. 16, p. 44-48, p. 49 – 50, p. 61

RIBEIRO, A.; FREIRE, E. J.; BARELLA, L. A. **A informação contábil como instrumento de apoio às micro e pequenas empresas: percepção dos gestores de micro e pequenas empresas de Paranaitá–MT, quanto à utilização de informações da contabilidade no processo de tomada de decisão, no ano de 2012.** Revista Eletrônica da Faculdade de Alta Floresta, v. 2, n. 1, 2013.

RICCI, F.; VIEIRA, A. C. M. **Cooperativas Populares de Reciclagem e a articulação entre geração de renda, reciclagem e gestão ambiental.** Anais do V Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, pp. 1-16, Resende, RJ, 21 a 23 de outubro de 2008.

RICINI, C. D.; ZANCHET, A. **Fatores determinantes nas decisões de terceirização dos serviços contábeis das empresas da cidade de Palotina-pr.** Seminário Do Centro De Ciências Sociais Aplicadas, VII, 2008.

RIES, E. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.* Crown Publishing Group, 2011.

ROSSONI, L.; OZONATO, E.; HOROCHOVSKI, R. R. **O terceiro setor e o empreendedorismo social: Explorando as particularidades da atividade empreendedora com finalidade social no Brasil,** 30º Encontro da Ampad, 1-13, 2006.

SANTOS, I. R. **O lado jurídico das startups: empreendedorismo, inovação e responsabilidade social.** 2016.

SANTOS, M. A. **Contabilidade de custos.** 2018.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e inovação.** Lisboa: Escolar Editora, 2010.

SECRETAS, B.; CRUZ, C.; QUITÉRIO.; BOMBARDI, F.; LETELTER, L.; GUIMARÃES, M. **Carta de Princípios para Negócios de Impacto no Brasil**. Força Tarefa de Finanças Sociais, 2014. Disponível em: <http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Carta_Principios.pdf>. Acesso em: 10 de setembro de 2019.

SILVA, R. R.; GASPARINI, M.; ALQUEZAR, E.; GONGRA, P.; RIBEIRO, A. **Guia Prático: Avaliação Para Negócios De Impacto Social**, 2017. Disponível em: <<https://artemisia.org.br/como-mensurar-o-impacto-social-da-minha-startup/>>. Acesso em: 01 de maio de 2019

SILVA, D. J. C.; MIRANDA, L. C.; FREIRE, D. R.; ANJOS, L. C. M. **Para que Serve a Informação Contábil nas Micro e Pequenas Empresas?** Revista Contemporânea de Contabilidade. Florianópolis, v. 1, n. 13, p. 89-106, jan./jun., 2010.

SILVEIRA, D. **Evidenciação contábil de fundações privadas de educação e pesquisa: uma análise da conformidade das demonstrações contábeis de entidades de Santa Catarina**. 2007.

SISTEMA BRASILEIRO DE APOIO AS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS. **Sobrevivências das empresas brasileiras**, 2016. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>> Acesso em: 02 de abril de 2019

_____. **Entenda a diferença entre incubadora e aceleradora**, 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-diferenca-entre-incubadora-e-aceleradora,761913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 16 de abril de 2019

SIVAPALAN, A.; BALASUNDARAM, N. *Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates' perspective*. *South Asian Academic Research Journals*, 2(10), 24-42, 2012.

SOUSA, E. G.; LOPES, J. E. F. **Empreendedorismo tecnológico e startups: uma análise de cenários no contexto de universidades brasileiras**. In: IX EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Passo Fundo – RS, 2016.

STARTSE. **Censo Startse**, 2017. Disponível em: <<https://censo.startse.com/assets/download/censo-startse-2017.pdf>>. Acesso em: 25 de março de 2019

STROEHER, A. M. **Identificação das características das informações contábeis e a sua utilização para tomada de decisão organizacional de pequenas empresas**. 2005. 160 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

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

- TABORDA, A. **O que é uma startup?** 2006. Disponível em: <http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf> Acesso em: 16 de abril de 2019.
- TONELLI, C. C.; HIPÓLITO, C. F.; REBELO, D. D. S. V.; SILVA, K. A. M.; ROSA, M. B. **A Relação da Organização da Sociedade Civil (OSC) com o Contador Terceirizado.** Revista Acadêmica Integra/Ação, 1(1), 135-146, 2017.
- WARREN, C. S.; REEVE, J. M.; FESS, P. E. **Diferenças entre a Contabilidade Gerencial e a Financeira. In: Contabilidade Gerencial.** Tradução André O. D. Castro. Cap. 1, p. 1-48. São Paulo: Pioneira, 2001.
- WERLANG, N. B.; FONSECA, J. **Competências empreendedoras e startups: um estudo com gestores de empresas embrionárias catarinenses.** Revista Eletrônica de Administração e Turismo, 8(4), 851-869, 2016
- WILSON, F.; POST, J. E. **Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation.** *Small Business Economics: An Entrepreneurship Journal, Cleveland*, v. 40, n. 3, p. 715-737, Dec. 2011. Disponível em: <<http://link.springer.com/article/10.1007/s11187-011-9401-0>>. Acesso em: 17 de abril de 2019.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- YOUNG, D. R. **A Unified Theory of Social Enterprise.** Georgia State University, 2007.
- YUNUS, M. **Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs.** Philadelphia: Public Affairs, 2010.
- ZARDO, O. C; SCHLOSSER, R. H. L. **Custos da qualidade ambiental: uma abordagem geral.** Revista Paulista de Contabilidade. São Paulo, SP: ano LXXVIII, n.483, p.22-29, mar. 2002.
- ZUINI, P. **4 fases que uma startup precisa superar para dar certo.** Revista Exame, 2014. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/4-fases-que-sua-startup-precisa-superar-para-dar-certo/>>. Acesso em: 24 de abril de 2019

APÊNDICE A – Questionário

A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL PARA *STARTUPS* DE IMPACTO SOCIAL

Acadêmica: Letícia Weber Lemos.

Professora: Bruna Faccin Camargo.

A acadêmica Letícia Weber Lemos, da Universidade Franciscana, aplica este questionário, que refere-se ao seu trabalho final de graduação, para fins de obter o grau de bacharel em Ciências Contábeis. A pesquisa tem por objetivo compreender a importância da informação contábil para as *startups* de impacto social. Ressalta-se que o questionário é somente para fins acadêmicos e contém caráter sigiloso do qual não divulgará os nomes das empresas participantes da pesquisa.

Bloco A – Perfil das *startups* de impacto social

1. Qual é a sua escolaridade?

- a) Ensino Fundamental
- b) Ensino Médio
- c) Ensino Superior
- d) Pós-graduação

2. Qual é o seu gênero?

- a) Feminino
- b) Masculino
- c) Outro
- d) Prefiro não responder

3. Qual sua idade?

- a) Entre 18 e 24 anos
- b) Entre 25 e 34 anos
- c) Entre 35 e 44 anos
- d) 45 anos ou mais

4. Dentre estes perfis de área de atuação, qual mais corresponde ao negócio?

- a) Alimentação e nutrição
- b) Cultura
- c) Desenvolvimento local
- d) Educação
- e) Empregabilidade
- f) Energia
- g) Engajamento cívico
- h) Financeiro
- i) Govtech
- j) Habitação e Saneamento
- k) Infância
- l) Infraestrutura
- m) Microempreendedorismo
- n) Mobilidade
- o) Saúde
- p) Socioambiental
- q) Tecnologia assistiva

5. Em qual região fica localizada o negócio?

- a) Norte
- b) Nordeste
- c) Centro-Oeste
- d) Sudeste
- e) Sul

6. Há quanto tempo a *startup* está em funcionamento?

- a) Até 1 ano
- b) Entre 1 e 2 anos
- c) Entre 2 e 3 anos
- d) Entre 3 e 4 anos
- e) Entre 4 e 5 anos
- f) Superior a 5 anos

7. Atualmente, qual a faixa de faturamento do negócio?

- a) Menor ou igual a R\$ 360 mil
- b) Maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões
- c) Maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
- d) Maior que R\$ 300 milhões

8. A *startup* utilizou algum tipo de auxílio externo para fomentar seu negócio?

- a) Sim, utilizou aceleradoras
- b) Sim, utilizou incubadoras
- c) Sim, utilizou aceleradoras e incubadoras
- d) Não utilizou, mas pretende utilizar
- e) Não utilizou e não pretende utilizar
- f) Não sei o que são

9. Dentre as afirmações a seguir, o que mais se encaixa no perfil da *startup*?

- a) Combater um problema social para obter transformação de alto impacto através de uma

proposta que seja nova e dinâmica, maximizando lucros e escalabilidade financeira

- b) Atender a necessidades do mercado através da produção de bens e serviços
- c) Desenvolver a filantropia, cidadania e a caridade sem ter fins lucrativos
- d) Atender exclusivamente aos interesses econômicos e as obrigações legais de forma ética e responsável

Bloco B – Utilização da informação contábil**10. Onde é feita a contabilidade do negócio?**

- a) Internamente
- b) Serviço terceirizado

- Para a tomada de decisão e alcance dos objetivos organizacionais, quais dos métodos a seguir a *startup* utiliza?

11. Empregar informações e relatórios contábeis

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

12. Fazer uso de planilhas eletrônicas elaboradas internamente

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

13. Utilizar o conhecimento do gestor

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo

- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

14. Usar a intuição

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

15. Outros métodos para tomada de decisão e alcance dos objetivos organizacionais

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

- **Para demonstrar o impacto social gerado, quais dos métodos a seguir a *startup* utiliza?**

16. Empregar informações e relatórios contábeis

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

17. Fazer uso de relatórios elaborados internamente

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

18. Usar informações advindas de assessoria externa

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo

- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

19. Utilizar indicadores de monitoramento

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

20. Outros métodos para demonstrar o impacto social gerado

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

- **Para demonstrar o desempenho econômico, quais dos métodos a seguir a *startup* utiliza?**

21. Empregar informações e relatórios contábeis

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

22. Fazer uso de relatórios elaborados internamente

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

23. Usar informações advindas de assessoria externa

- a) Discordo totalmente

- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

24. Utilizar indicadores de monitoramento

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

25. Outros métodos para demonstrar o desempenho econômico

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

26. Dentre estes objetivos, o que mais tem a ver com a *startup*?

- a) Oferecer produtos e serviços que diminuam ou eliminem barreiras de acesso a bens e serviços essenciais
- b) Oferecer produtos que facilitem a proteção de bens conquistados e a antecipação ou prevenção de riscos futuros, como seguros de vida, saúde, trabalho e assistência funeral
- c) Atuar no aumento das oportunidades de emprego estável ou na melhoria de condições de trabalho do microempreendedor
- d) Promover oportunidades para que pessoas de baixa renda fortaleçam seu capital humano e social
- e) Contribuir para o fortalecimento da cidadania por meio de produtos e serviços essenciais para uma qualidade de vida digna

- **Para o alcance dos objetivos citados na pergunta anterior, quais destas informações a startup faz uso?**

27. Formação do preço do produto ou serviço (redução de custos de fabricação e operação, bem como planejamento de uso matéria-prima para consciência ambiental)

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização
- d) Não sabe/não respondeu

28. Logística (revisão de custos de transporte e frete)

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização
- d) Não sabe/não respondeu

29. Planejamento tributário

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização
- d) Não sabe/não respondeu

30. Investimentos em capital humano (aumento da produtividade, participação de resultados, plano de carreira, política interna de incentivo a educação continuada e a inclusão)

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização
- d) Não sabe/não respondeu

31. Políticas de descontos, facilidade de pagamento e acesso a crédito para clientes

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização

d) Não sabe/não respondeu

32. Planejamento estratégico (provisões de riscos futuros, análise de viabilidade de parcerias empresariais e análise de viabilidade de expansão)

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização
- d) Não sabe/não respondeu

33. Indicadores de desempenho (análise de processos, investimento e faturamento)

- a) Não utilizo
- b) Baixa utilização
- c) Alta utilização
- d) Não sabe/não respondeu

Bloco C – Entendimento dos gestores sobre informação contábil

- **Na sua opinião, qual o grau de importância da informação contábil para os setores a seguir?**

34. Cumprir as exigências da legislação com o intuito de evidenciar informações consistentes do histórico da empresa

- a) Sem importância
- b) Pouco importante
- c) Neutro
- d) Importante
- e) Muito importante

35. Auxiliar a administração na obtenção de resultados dando apoio as decisões internas a fim de controlar e obter feedback do desempenho empresarial

- a) Sem importância

b) Pouco importante

c) Neutro

d) Importante

e) Muito importante

36. Mensurar e avaliar os produtos ou serviços consumidos dentro da organização para realizar as suas atividades, bem como executar a avaliação dos estoques, dos produtos vendidos e produzidos

- a) Sem importância
- b) Pouco importante
- c) Neutro
- d) Importante
- e) Muito importante

37. Auxiliar na mensuração e avaliação do impacto social gerado a fim de fazer a divulgação desta informação para atração de investidores e transparência do negócio

- a) Sem importância
- b) Pouco importante
- c) Neutro
- d) Importante
- e) Muito importante

38. Registrar os fatos organizacionais ocorridos os traduzindo em informações oportunas e relevantes que contribuem para o processo decisório

- a) Sem importância
- b) Pouco importante
- c) Neutro
- d) Importante
- e) Muito importante

39. Para você, qual a principal função das demonstrações contábeis?

- a) Apresentar a fiscalização tributária e fiscal
- b) Avaliar o patrimônio da empresa

- c) Produzir informações úteis a tomada de decisão
- d) Não sei o que são demonstrações

- **Na sua opinião, as informações contábeis disponíveis no negócio são:**

40. Frequentes

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

41. Claras

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

42. Úteis

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

43. Completas

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

44. Confiáveis

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

45. De fácil compreensão

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

46. Direcionadas ao estilo e as necessidades do negócio

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente

47. Atualmente, você se sente satisfeito com as informações geradas e fornecidas pela contabilidade?

- a) Discordo totalmente
- b) Discordo
- c) Nem concordo, nem discordo
- d) Concordo
- e) Concordo totalmente