

A RELEVÂNCIA DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL PARA STARTUPS DE IMPACTO SOCIAL

Letícia Weber Lemos

Universidade Franciscana

Lucas Almeida Dos Santos

Universidade Franciscana

Jaqueline Carla Guse

Universidade Franciscana

Bruna Faccin Camargo

Universidade Franciscana

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 de 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 gerenciais 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.

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

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 de 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 gerenciais 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.

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 (Sousa & 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 & Netto, 2012). 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, Pereira, Ryba, & da Silva, 2018).

Desta forma, tanto para a obtenção do lucro e oferta de retorno aos investidores, a informação contábil faz-se necessária. 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 contou 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 as *startups* de impacto social e compreender a percepção dos gestores quanto a utilização da informação contábil na gestão das *startups* de impacto social.

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

2.1 Empreendedorismo e os negócios de impacto social

Para Hisrich, Peters e Shepherd (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 (2015) 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 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.

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 visto que busca conectar dois objetivos distintos de maximizar lucros e de causar impacto social aos menos favorecidos (Wilson & Post, 2011)

Na literatura pode ser encontrada uma discussão entre autores quanto a parte financeira e econômica dos negócios sociais. 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. 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*)”. 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.

2.2 *Startup*: a nova estrutura de negócio

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 mantêm baixos custos crescendo financeiramente rápido.

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 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 Galegale (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. 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, informação da qual é resultado do trabalho da contabilidade devendo estas serem úteis e relevantes para a tomada de decisão (Costa & Yoshitake, 2004)

Na perspectiva dos gestores, os mesmos preocupam-se apenas com as informações necessárias a cumprir a legislação fiscal, 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, Encarnação, de Almeida, Colauto, & Angotti, 2013). Todavia, além de possuir a informação é necessário que esta seja de qualidade. Ribeiro, Freire e Barella (2013) destacam que as decisões serão de qualidade caso a informação também seja.

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, Gasparini, Alquezar, Gongra, & Ribeiro, (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

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. 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.

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.

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 (Artemísia, 2019). Escolheu-se 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.

Como principal instrumento de coleta de dados aplicou-se um questionário com perguntas fechadas, dividido em três partes a fim de 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.

Com a intenção de complementar o primeiro objetivo do estudo, foram coletados dados também através da página oficial da Artemísia. 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.

Tendo em vista que o segundo objetivo desta pesquisa foi de analisar as informações contábeis frente as dimensões comuns as *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 Quadro 1.

Quadro 1 - Dimensões do impacto social

Redução de custos de transação	Oferecer produtos e serviços que diminuam ou eliminem barreiras de acesso a bens e serviços essenciais.
Redução de condições de vulnerabilidade	Oferecer produtos que facilitem a proteção de bens conquistados e a antecipação ou prevenção de riscos futuros
Ampliação de possibilidades de aumento de renda	Atuar no aumento das oportunidades de emprego estável ou na melhoria das condições de trabalho do microempreendedor.
Promoção de oportunidades de desenvolvimento	Promover oportunidades para que pessoas de baixa renda fortaleçam seu capital humano e social
Fortalecimento da cidadania e dos direitos individuais	Contribuir para o fortalecimento da cidadania por meio de produtos e serviços essenciais para uma qualidade de vida digna.

Fonte: Adaptado de Silva et al., 2017.

Em conformidade a Quadro 1, 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. Após a coleta de dados oriundos das respostas obtidas através do questionário e dos dados oficiais da aceleradora Artemísia fez-se uma análise comparativa e de conteúdo por meio de comparação em planilha eletrônica, além de figuras e quadros.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

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.

O perfil de área de atuação da *startup* de impacto social A é o microempreendedorismo e o da B é o socioambiental. Tanto o negócio A quanto a B afirmam ser *startups* de impacto social. Conforme Fisac 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.

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, Nogueira, Cozzi e Costa, 2014).

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.

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).

Ambas estão localizadas na região sudeste do Brasil, local onde estão dispostas a maioria das *startups* do país (ABS, 2019). 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 & 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, 2017). 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.

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. 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. 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 as *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.

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 2.

Quadro 2 - 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 2, as *startups* de impacto social A e B afirmam utilizar informações e relatórios contábeis para a tomada de decisão e alcance dos objetivos empresariais. Entretanto, segundo Oliveira, Oliveira e Galegale (2018), além de contribuir 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.

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 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 & Silva, 2004).

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 (Costa & 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.

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.

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 (Borger, 2001) e o impacto social tem maior amplitude pois foca na geração de riqueza por meio da resolução de problemas sociais (Alves & Netto, 2012),

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)*. Por fim, Fabiani et. al (2018) realizou um compilado destes e outros estudos, revelando que a avaliação do impacto deve ser testada e aperfeiçoada.

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 3.

Quadro 3 - 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 3 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 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.

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.

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).

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).

Inclusa a gestão ambiental, 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. Ademais, a contabilidade de custos mensura e avalia os produtos ou serviços consumidos na organização na realização de suas atividades (Martins & Rocha, 2015).

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.

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.

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 4.

Quadro 4 - 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 4, 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, consequentemente, percebem que a principal função das demonstrações contábeis é de produzir informações úteis a tomada de decisão.

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.

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.

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. 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 5.

Quadro 5 - 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 5, 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. Além disso, os gestores julgam as informações contábeis como um sistema

insuficiente para ao atendimento das necessidades. 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). 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 quem que 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.

Portanto, devido a comunicação falha existente entre empresa e contabilidade, a qualidade do serviço prestado é proporcional a satisfação dos usuários (Izogo & Ogba, 2015). 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.

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).

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. 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

Alves, A. L. C., & Netto, F. S. (2013). Terceiro setor e empreendedorismo social: o caso da Hallel Escola no Brasil. *Tourism & Management Studies*, 4, 1220-1231.

Arruda, C., Nogueira, V., Cozzi, A., & Costa, V. (2014). Causas da mortalidade de startups brasileiras. Núcleo de Inovação e Empreendedorismo, Fundação Dom Cabral.

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

- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.
- Banco Nacional do Desenvolvimento (2019). Classificação por faturamento das empresas nacionais, 2019. Recuperado em 15 de agosto de 2019, de <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/quem-pode-ser-cliente>.
- Bastos, H. M., & de Araújo, G. C. (2015). Cidadania, empreendedorismo social e economia solidária no contexto dos catadores cooperados de materiais recicláveis. *Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)*-ISSN 2177-4153, 13(4), 62-79.
- Ben-Amar, W., Chang, M., & McIlkenny, P. (2017). Board gender diversity and corporate response to sustainability initiatives: Evidence from the carbon disclosure project. *Journal of business ethics*, 142(2), 369-383.
- Blank, S. A. (2007). *The four steps to the epiphany: Successful Strategies for Products that Win* CafePress. com.
- Borger, F. G. (2001). *Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. Tese de Doutorado em Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Brandão, D., Cruz, C., & Arida, A. L. (2014). *Métricas em negócios de impacto social: Fundamentos*. São Paulo-SP: Empresarial, ICE-Instituto de Cidadania e MOVE-Avaliação e Estratégia.
- Brasil, Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976, Dispõe sobre as sociedades por ações. Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Recuperado em 28 de abril de 2019, http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm.
- Carneiro, D. A. (2017). *Perfil do empreendedor social brasileiro: estudo comparativo entre Brasil e Portugal*. Tese de Doutorado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, 2017, Porto, Portugal.
- Costa, D. F., & Yoshitake, M. (2004). Controle e a informação contábil nas pequenas empresas: um estudo em Formiga. *Anais do 17º Congresso Brasileiro de Contabilidade*. Santos, SP, Brasil.
- Dias Filho, J. M. (2000). A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. *Caderno de Estudos*, (24), 38-49.
- Dias Filho, J. M., & Nakagawa, M. (2001). Análise do processo da comunicação contábil: uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da teoria da comunicação. *Revista Contabilidade & Finanças*, 12(26), 42-57.
- Fabiani, P.; Rebehy, S.; Camelo, R.; Vicente, F. J.; Mosaner, M. *Avaliação de impacto social: metodologias e reflexões*.(2018).Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, 2018. Recuperado em 10 de setembro de 2019 de

https://www.idis.org.br/wpcontent/uploads/2018/05/Artigo_Avaliacao_Impacto_Social_06.pdf.

Fisac, R., & Romero, A. M. (2015). La empresa social: marco conceptual, contexto e información. *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, (112), 3-6.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. What is GEM? (2017). Recuperado em 14 de agosto de 2019 de https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatório%20Executivo%20BRASIL_web.pdf.

Gouveia, W. M. D. (2016). *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, SP, Brasil.

Hisrich, R.; Peters, M.; Shepherd, D (2010). *Entrepreneurship*, 8th Edition, McGraw Hill International Edition.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2015). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios*. Recuperado em 28 de março de 2019, <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/condicoes-de-vida-desigualdade-e-pobreza/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html?=&t=destaques>.

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

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

Libonati, J. J., & Souto Maior, V. C. (1996). *O papel da comunicação na contabilidade*. Anais do Congresso Brasileiro de Contabilidade, Fortaleza, CE, Brasil.

Lima, M. R. S.; Chacon, M. J. M. & Silva, M. C. (2004) *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*. Anais da Conferência Internacional de Empreendedorismo Latino Americana, 2004, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Longen, J. V.P., Pereira, G. H., Ryba, A., & da Silva Jr, R. G. (2018). Viabilidade de uma Startup baseada em Economia Colaborativa. *Revista Gestão & Conexões*, 8(1), 24-42.

Martins, E., & Rocha, W. (2015). *Métodos de custeio comparados: custos e margens analisados sob diferentes perspectivas*. São Paulo: Atlas.

- Moreira, R.L., Encarnação, L. V., de Almeida Bispo, O. N., Colauto, R. D., & Angotti, M. (2013). A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 10(19), 119-140.
- Oliveira, W. L.; Oliveira, S. F. S. & Galeale, N. V. (2018) O Sistema de Informação Contábil com suporte ao processo decisório na Startup. *Anais do XIII Workshop de Pós-Graduação e Pesquisa do Centro Paula Souza*. São Paulo, SP, Brasil.
- Post, C., Rahman, N., & Rubow, E. (2011). Green governance: Boards of directors' composition and environmental corporate social responsibility. *Business & Society*, 50(1), 189-223.
- Rapozo, F. O. (2004). O Uso das Informações Contábeis para Fins Gerenciais – Nas Micro e Pequenas Empresas de Teresópolis. Monografia de Graduação em Ciências Contábeis) – Centro de Ciências Humanas e Sociais, Fundação Educacional Serra dos Órgãos, Teresópolis, SP, Brasil.
- Reis, É. R., Santos, G. C., & Tavares, M. (2018). Nível de satisfação quanto aos serviços contábeis: Um estudo com micro e pequenos empresários da cidade mineira de Uberlândia. *RAGC*, 6(24).
- Revista Época Negócios. Empreendedorismo de impacto social cresce no Brasil (2019). Recuperado em 15 de agosto de 2019 de <https://epocanegocios.globo.com/Mercado/noticia/2018/07/empreendedorismo-de-impacto-social-cresce-no-brasil.html>.
- Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios. Curso orienta empreendedores sobre como desenvolver negócios de impacto social (2019). Recuperado em 19 de março de 2019 de <https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2019/03/curso-orienta-empreendedores-sobre-como-desenvolver-negocios-de-impacto-social.html>.
- Ribeiro, A., Freire, E. J., & Barella, L. A. (2013). A informação contábil como instrumento de apoio às micro e pequenas empresas: percepção dos gestores de micro e pequenas empresas de Paranaíta–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*, 2(1), 32-61.
- Ricini, C. D.; Zanchet, A.(2008). Fatores determinantes nas decisões de terceirização dos serviços contábeis das empresas da cidade de Palotina-pr. *Anais do Seminário Do Centro de Ciências Sociais Aplicadas*.
- Ries, E.(2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Publishing Group.
- Silva, R. R; Gasparini, M.; Alquezar, E.; Gongra, P.& Ribeiro, A (2017). Guia Prático: Avaliação Para Negócios De Impacto Social. Recuperado em 01 de maio de 2019 de <https://artemisia.org.br/como-mensurar-o-impacto-social-da-minha-startup>.
- Silva, D. J. C., Miranda, L. C., Freire, D. R., & dos Anjos, L. C. M. (2010). Para que serve a informação contábil nas micro e pequenas empresas. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 7(13), 89-106.

Sistema Brasileiro De Apoio As Micros E Pequenas Empresas (2016). Sobrevivências das empresas brasileiras. Recuperado em 02 de abril de 2019 de <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>.

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

Werlang, N. B., & Fonseca, J. (2016). Competências Empreendedoras e Startups: um estudo com gestores de empresas embrionárias catarinenses/entrepreneurial skills and startups: a study with embryonic business managers of santa catarina. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo-ReAT*, 8(4), 851-869.

Wilson, F., & Post, J. E. (2011). Business models for people, planet (& profits): exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation. *Small Business Economics*, 40(3), 715-737.

Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso-: Planejamento e métodos*. Bookman editora.

Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. PublicAffairs.