

EQUITY CROWDFUNDING COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMENTO PARA PEQUENOS NEGÓCIOS: UM ESTUDO COM MICROEMPREENDEDORES DA REGIÃO METROPOLITANA DE SOBRAL – CE

Messias Elmiro Gomes Loiola de Oliveira

RESUMO

O presente artigo apresenta o *equity crowdfunding* como uma alternativa para captação de recursos para empreendimentos abertos por universitários do curso de Administração da UVA. Sabe-se que o *crowdfunding* surgiu da prática da pesquisa coletiva (*crowdsourcing*), consistindo em financiamentos coletivos que se proliferaram com a popularização da internet, o *crowdfunding* pode ser dividido em quatro tipos: de doação, de recompensa, de empréstimo e de participação (*equity crowdfunding*). A pesquisa tem por objetivo verificar a utilização do *equity crowdfunding* em seus negócios, semelhante ao que já ocorre com pequenos empresários dos Estados Unidos e da Europa. Para tanto, fez-se uma pesquisa qualitativa descritiva aplicando um questionário semiestruturado de caráter não probabilístico a um público de dez micro e pequenos empreendedores estudantes do curso. Os estudantes abordados na pesquisa possuem até 30 anos, estão no mercado há no máximo dois anos e metade deles possuem empreendimentos não formalizados. Analisou-se que a fonte de financiamento preferida pelo público estudado é o capital próprio justificando a sua utilização como uma opção de maior autonomia para tomar decisões e evitar situações desagradáveis. 60% dos entrevistados possui algum conhecimento sobre *crowdfunding* embora nunca tenha utilizado dessa ferramenta para captar recursos. Quanto ao *equity crowdfunding* 70% disse possuir muito pouco ou nenhum conhecimento sobre, mas veem como arriscada a ideia de abrir o capital do negócio em plataformas online, não a consideram uma opção atraente.

Palavras-chave: financiamento coletivo, captação de recursos, empreendedorismo.

1 INTRODUÇÃO

O termo *crowdfunding* pode ser livremente traduzido como “financiamento coletivo”, *crowd*: público, multidão; *funding*: financiamento. Consiste num sistema de captação de valores doados individualmente por investidores para viabilizar um empreendimento, podendo o doador não pedir nada em troca, exigir recompensas ou comprar uma parcela do negócio. Schwienbacher (2010) associa o surgimento do *crowdfunding* à prática do *crowdsourcing* (pesquisa coletiva) tendo se popularizado na década de 2000, pois o acesso à internet facilitou a disseminação de ideias e a interação entre tomadores e investidores.

Mitra (2012) divide o *crowdfunding* em quatro tipos: de doação, de recompensa, de empréstimo e o de participação, esse último também conhecido como *equity crowdfunding* consiste basicamente na oferta pública de parcelas do negócio sendo mediadas geralmente em plataformas online. Em países europeus e nos Estados Unidos o *equity crowdfunding* tem sido utilizado como uma alternativa de captação de recursos democratizando o acesso ao crédito para negócios iniciantes, principalmente *startups*. No Brasil, após a regulamentação da

ferramenta em julho de 2017, é possível que o método se popularize entre os empreendedores. A recessão econômica que atingiu o Brasil no biênio 2015-2016 restringiu o acesso a métodos tradicionais de captação de recursos, dificultando a abertura e o desenvolvimento de negócios. A situação desfavorável elevou o risco de não prosperidade aumentando as recusas de empréstimos por parte de parentes, amigos ou investidores anjos, como também elevou bastante os juros bancários – segundo o jornal “O Globo” em 2016 a Taxa SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custódia) que baseia os juros cobrados nos países atingiu 14,25%. Esse cenário dificultou o acesso a crédito principalmente para negócios pequenos e iniciantes evidenciando a necessidade da utilização de uma ferramenta alternativa para democratizar o acesso a crédito para pequenos empreendedores. Um crédito mais acessível incentiva negócios locais que podem trazer emprego e renda para a população, para isso é interessante analisar novos métodos para o financiamento de pequenas empresas no Brasil.

O artigo tem por objetivo verificar a utilização do *equity crowdfunding* como uma alternativa de financiamento com maior acessibilidade aplicando a pesquisa em pequenos negócios da região norte do Ceará, baseando-se no que já ocorre em outras regiões como Europa e Estados Unidos. A investigação é feita com estudantes de Administração da Universidade Vale do Acaraú (UVA) que montaram negócios próprios em municípios da macrorregião de Sobral, analisando se o *equity crowdfunding* seria um modelo de arrecadação de recursos adequado para esses empreendedores. Para isso, realiza-se uma pesquisa qualitativa descritiva aplicando um questionário semiestruturado em uma amostragem não probabilística com dez estudantes que montaram seus empreendimentos durante a graduação, analisando a visão desses sobre *equity crowdfunding* e a atratividade da ferramenta para o financiamento dos negócios.

O estudo caracteriza o perfil dos dez empreendedores entrevistados trazendo dados quanto ao tamanho, formato e tempo de mercado dos empreendimentos abertos por estudantes de Administração da UVA; analisa os métodos de arrecadação mais utilizados por esses empresários, bem como às justificativas e as dificuldades na utilização dos mesmos; analisa o conhecimento e utilização de *crowdfunding* pelos proprietários; observa o percentual de entrevistados que estariam dispostos a ofertar publicamente participação na sua empresa através de *equity crowdfunding*, bem como até que porcentagem do negócio o empreendedor ofertaria.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 FINANCIAMENTO PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES

Em um relatório publicado em 2004 pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), o Brasil é o sétimo país mais empreendedor de um total de 34 nações estudadas. Todavia, a pesquisa mostrou que 46% dos empreendedores brasileiros abrem um negócio por necessidade e não por vocação, que apenas 13% destes possuem graduação e que 30% deles não concluíram se quer o ensino fundamental.

Segundo pesquisa divulgada em janeiro de 2017 pela FIRJAN (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro) dois em cada três jovens brasileiros pretende abrir o próprio negócio. Em 2012, a “*Endeavor*” realizou uma pesquisa semelhante, na qual 60% dos universitários do país manifestaram desejo em empreender. Ou seja, segundo essas pesquisas,

independentemente de ser por necessidade ou por vocação o Brasil possui um grande número de potenciais empreendedores.

Ao abrir um negócio, uma das decisões mais importantes para o empreendedor é sobre o financiamento do negócio que pode ter capital próprio ou de terceiros para financiando suas atividades. O capital próprio, também conhecido como *bootstrapping* origina-se de recursos dos proprietários, enquanto que o capital de terceiros é oriundo de recursos financeiros onerosos (como empréstimos bancários) ou não onerosos (pagamento de fornecedores a prazo). Uma pesquisa sobre financiamento de pequenos negócios no Brasil feita pelo SEBRAE (2014) mostrou que em o Brasil possuía pouco mais de 17 milhões de empresas, em sua maioria composta por microempreendedores individuais, sendo 83% desses financiados por capital próprio ou de pessoas próximas.

Segundo a “*Endeavor*” em 2016 os cinco principais sistemas de captação de recursos disponíveis para empreendedores brasileiros foram os listados no quadro 1:

Quadro 1: Principais formas de captação de recursos e suas características

Capital Próprio	<ul style="list-style-type: none"> -Capital disponibilizado pelo próprio empreendedor, valor líquido do patrimônio da empresa ou empresário, também conhecido por “<i>bootstrapping</i>”; -Autonomia para tomada de decisões; -Limitação nas perspectivas de crescimento, baseia-se no reinvestimento de parte dos lucros.
Capital de pessoas próximas	<ul style="list-style-type: none"> -Conhecido por “3F”, do inglês “<i>Friends, Family e Fools</i>”, é o capital fornecido por pessoas próximas do empreendedor; -Baixo custo, facilidade e rapidez de ser adquirido; -Possibilidade de situações desagradáveis, comprometimento de relações pessoais.
Crédito bancário	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos oferecidos por bancos que se tornam credores da quantia solicitada pelo cliente; -Forma bastante segura, não há perda de participação societária; -Exigências de garantias patrimoniais, alta taxa de juros e elevação do risco da empresa.
Linhas de fomento	<ul style="list-style-type: none"> -Instituições públicas que apoiam financeiramente pesquisas e soluções para diversas áreas; -O empreendedor não precisa devolver o dinheiro arrecadado, além de incentivar a inovação; -Pouco disponível no Brasil, excessivamente burocrático e possuir créditos muito limitados;
Capital de risco	<ul style="list-style-type: none"> -Investidores fornecem recursos a empresas, esperando ganhar participação nos lucros futuros do empreendimento, pode ser: investidor anjo, capital semente ou capital <i>venture</i>; -Também incentiva a inovação e pode-se arrecadar muito dinheiro em pouco tempo; -Crise econômica diminuiu o investimento na área, além de ter aumentado consideravelmente seu risco (custo).

Fonte: Endeavor (2012)

As formas de financiamento presentes nas tabelas acima trazem muitos obstáculos que dificultam a realização e continuidade de empreendimentos no Brasil, consequentemente, é comum que universitários ou recém-formados que desejam montar uma empresa e não possuem capital próprio suficiente decidam tomar empréstimos se deparando com situações desagradáveis que desestimulam o empreendedor, muitas vezes desistindo do negócio e o país perde a chance de desenvolver um empreendimento que poderia gerar emprego e renda, esses fatores evidenciam a necessidade de alternativas para captação de recursos.

2.2 CROWDFUNDING

Lambert e Schwienbacher (2010) conceituam “*crowdfunding*” como um chamado aberto, essencialmente pela internet, para o provisionamento de recursos financeiros na forma de doação ou troca de recompensas e/ou direitos de voto a fim de apoiar iniciativas com propósitos específicos. Trata-se de uma técnica alternativa a financiamentos privados comuns (pessoas próximas, bancos, governo, capital semente). Em 2015, estimou-se que arrecadaria US\$ 34 bi mundialmente, mais que o dobro obtido no ano anterior (Massolution, 2015 apud MACHADO; MENDONÇA.).

Ordanini, Miceli e Pizzeti (2009) veem esse modelo como um esforço em conjunto de pessoas que realizam doações, empréstimos ou compra de títulos, geralmente pela internet, a fim de investir e apoiar os esforços iniciados por outras pessoas ou empresas. De acordo com Sbeghen (2012) o fenômeno das campanhas virtuais de arrecadação começou ser notado na década de 2000, pois a proliferação da internet tornou mais fácil disseminar ideias e a busca por financiadores teve um alcance maior, dessa forma, facilitou-se a relação “tomador-investidor”.

Segundo Gelfond (2012) o *crowdfunding* originou-se da prática do *crowdsourcing* (pesquisa coletiva) na qual se resolve problemas desenvolvendo soluções através de contribuições do público, utilizando a internet como meio de comunicação. Howe (2009) conceitua esse mecanismo de pesquisa uma novidade que substitui a realização de processos tradicionalmente restritos a um pequeno número de profissionais especialistas por um processo que eleva a força da coletividade dentro e fora da organização.

Schwienbacher (2010) associa o surgimento do *crowdfunding* à prática da pesquisa coletiva em que soluções são desenvolvidas gratuitamente através de contribuições do público, o financiamento coletivo pode ser compreendido como uma parte do *crowdsourcing* porque ambos providenciam soluções colhendo-as na “multidão” para as empresas, identificando o *crowdsourcing* como um meio de companhias orientadas ao lucro criarem valor usando seus consumidores como voluntários e compreendem que *crowdfunding* é uma de suas partes, pois também é um meio de consumidores e indivíduos interessados providenciarem ajuda para uma organização.

Esse tipo de captação permite que o criador da campanha só se comprometa em realizar o projeto se conseguir a arrecadação considerada justa para tanto; garante também aos doadores/investidores que a doação só se efetivará caso houver recursos suficientes para que a produção aconteça. Além disso, quem cria também determina as “recompensas” para os que doam, podendo variar conforme a contribuição.

De acordo com Sbeghen (2012) a ascensão da internet facilitou a realização de campanhas de financiamento coletivo, tanto que várias plataformas virtuais foram criadas para realizar a intermediação entre doador/investidor e quem

recebe o dinheiro. Economicamente, essas plataformas reduzem as despesas de transação nas campanhas, e assim, diminuem os custos associados com a criação e manutenção. Além disso, podem ser criados com facilidade em *sites* pessoais ou especializados na intermediação desses processos.

Segundo Martins e Silva (2015) o cenário de incerteza econômica causada pela Crise de 2008 causou um aumento na rigorosidade da regulação de financiamentos, deixando-os mais custoso e menos disponíveis para seus tomadores, prejudicando principalmente os pequenos. Nisso o financiamento coletivo ao contrário do *venture capital* ganhou espaço entre os pequenos tomadores devido seu acesso mais democrático, aumento da oferta de recursos e diversidade de ativos, contribuindo para a inclusão financeira e ampliando a funcionalidade dos sistemas financeiros para o desenvolvimento econômico.

Mitra (2012) identifica quatro categorias de *crowdfunding* divididas quanto à forma de recompensa aos colaboradores: doação, recompensa, empréstimos e equidade. Esta última, conhecida como *equity crowdfunding* oferece aos investidores uma participação nos lucros dos projetos em que estão investindo, uma modalidade de investimento bastante recente no Brasil e aos captadores uma fonte de financiamento mais barata do que os tradicionais empréstimos bancários, e nos últimos anos têm se proliferado na Europa e nos Estados Unidos como forma de fomento financeiro a pequenos negócios.

O quadro 2 mostra os principais tipos de *crowdfunding* de acordo com Mitra (2012):

Quadro 2: Principais Tipos de *crowdfunding* e suas características

De doação	Doadores fornecem recursos de forma espontânea para realizar um projeto ou negócio, sem que haja nenhum retorno. Geralmente voltados para caridade, o investidor sente satisfação apenas em apoiar determinada causa;
De recompensa	As doações são realizadas em troca de recompensas de baixo valor comercial e bem abaixo do contribuído. Essa modalidade é comum para investidores de projetos culturais e/ou artísticos;
De empréstimo	Tomadores de recursos contraem empréstimos junto ao coletivo de investidores em vez de recorrer a bancos, pactuando o pagamento de juros e principal. Também recebe o nome de “ <i>crowdsdebt</i> ”. No Brasil a modalidade não é regulamentada.
De participação	Também conhecido como “ <i>crowdsequity</i> ”, campanha oferece a compra de uma pequena parte o negócio/projeto através de titularidade, bastante semelhante à compra de uma ação. O empreendedor busca por recursos no coletivo.

Fonte: Mitra (2012).

Os dois primeiros (de doação e de recompensa) são modalidades “comunitárias”, enquanto que os dois últimos (de débito e de participação) são “de retorno” (KIRBY e WORTNER, 2014). Além dos presentes na tabela 2, ainda existem outras variações como financiamentos de empréstimo social (que não cobra juros), o de pré-vendas, modalidades híbridas, entre outras.

2.2.1 CROWDFUNDING NO BRASIL

Para Domingues (2013) a chegada do *crowdfunding* no Brasil trouxe impactos maiores para o setor cultural/artístico, porém, bem mais discretos do que nos Estados Unidos, onde é utilizado para o financiamento cultural, tecnológico, jornalístico e campanhas políticas.

Uma matéria publicada por Alves, no site “Projeto Draft” (2015), identificou que as plataformas nacionais já arrecadaram mais de R\$ 50 milhões. Dentre os principais sites brasileiros estão: “Catarse”, que já arrecadou mais de R\$ 32 milhões; “Benfeitoria”, com arrecadação de algo em torno de R\$ 5,5 milhões exclusivamente para projetos sociais; “Kickante”, com cerca de R\$ 4 milhões; e “Juntos.com.vc”, com R\$ 3,3 milhões.

A modalidade de investimento em *crowdfunding* foi regulamentada no Brasil através da Instrução CVM 588 de 13 de julho de 2017 que trata da oferta pública de valores mobiliários emitidos por empresas de pequeno porte, realizada com dispensa de registro através de plataformas eletrônicas. Busyere (2012) destaca que a regulação é crítica para essa indústria e deve abordar categorias como transparência operacional e financeira, segurança de informações e pagamentos, plataformas funcionais, proteção aos clientes e procedimentos operacionais. Em reportagem publicada no site oficial da CVM no dia 13 de julho de 2017, Leonardo Pereira, presidente da instituição, disse vê essa modalidade como uma alternativa inovadora e benéfica para o financiamento de negócios e considera que ‘a segurança jurídica trazida pela norma pode alavancar a criação de novos negócios no país, permitindo a captação de recursos com agilidade, de maneira simples e com alto alcance utilizando a internet’.

A nova regra permite que empreendedores arrecadem até R\$ 5 milhões através dessa forma de captação pública, além disso, é permitido que organizações com receita anual de até R\$ 10 milhões realizem ofertas de financiamento coletivo na internet dispensando automaticamente o registro de oferta e emissora na CVM. A instrução possibilita que as plataformas realizem ofertas restritas a grupos específicos de investidores, como também realizar ofertas parciais – caso o valor desejado não seja atingido; flexibilização de regras e autorização para a cobrança de taxas de desempenho dos investidores, em caso de sucesso.

2.3 EQUITY CROWDFUNDING

Embora já consolidado nos Estados Unidos e na Europa como fonte de financiamentos para pequenos negócios, o “*equity crowdfunding*” ainda é pouco explorado no Brasil, limitando-se há poucas plataformas especializadas, as mais relevantes são os “sites” “Broota” e “Eu Sócio”. Steffen (2012) indica que em 2012 existiam apenas 08 plataformas desse tipo no país, sendo ainda pouco conhecidas do grande público. Essa modalidade oferta valores mobiliários, títulos de participação ou conversíveis em participações compradas através de plataformas especializadas da internet. O parecer de orientação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) número 32, de 30 de setembro de 2005 diz que o uso da internet para divulgação de oferta de valores mobiliários a torna pública, uma vez que esse meio permite o acesso sem discriminação às informações divulgadas no mesmo. Portanto, a arrecadação de recursos por “*crowdfunding* de investimento” pode ser classificada como uma oferta pública de valores mobiliários, embora só tenha vindo a possuir uma regulamentação específica no Brasil em julho de 2017.

O “*equity crowdfunding*” auxilia o fomento a economia nacional ao fornecer recursos para o desenvolvimento de novas tecnologias e empresas, além de diversificar e democratizar as opções de investimento e a captação de recursos. Porém, o mesmo traz ao mercado riscos que podem comprometer sua credibilidade, entre os principais: ataques de “*hackers*” às plataformas virtuais especializadas, possibilidade de utilização da ferramenta para lavagem de dinheiro ou fraudes.

Em julho de 2015 a CVM realizou uma pesquisa quantitativa sobre o tema com o objetivo de estudar as preferências e opiniões sobre financiamento colaborativo, dando enfoque na modalidade de investimento. O questionário mostrou que os investidores que conhecem o “*equity crowdfunding*” têm mais interesse em respondê-lo, sendo esse a maior parte desses homens de até 45 anos, com renda média de três salários-mínimos e com, pelo menos, graduação completa. A pesquisa mostrou que o investidor tende a aplicar recursos em investimentos menos tradicionais, em setores como tecnologia, educação e esporte/lazer. Quanto à quantidade, a maioria pretende investir até 10 mil reais, pretendendo obter retorno em até 02 anos, o que pode ser incompatível com o tempo necessário para a maturação deste tipo de investimento. Além disso, os riscos de fraude e fracasso do negócio foram as principais preocupações dos respondentes.

No Brasil qualquer tipo de empreendimento – desde que formalizado – pode tomar recursos na modalidade “*equity crowdfunding*”, pela regulamentação é dispensado de registro o emissor de valores mobiliários enquadrados como PME’s, além disso, a CVM também pode dispensar esse tipo de emissor da contratação de corretoras ou distribuidoras para negociação dos títulos ofertados.

Quanto à forma de constituição da empresa, podem se beneficiar da dispensa de registro sociedades empresariais simples ou empresas individuais de responsabilidade limitada. Para esta última, o *equity crowdfunding* é contraindicado, pois este tipo societário possui limitações particulares que o deixam inadequado para o recebimento de uma grande quantidade de sócios.

Optar por essa modalidade de captação deve ter boa avaliação dos administradores da organização, pois a relação entre tomador e investidor trará desafios para ambos, pois, ao adquirirem parte da empresa, os investidores passam a ter direito a informações e votos nas principais decisões da empresa.

Segundo Mendes e Junqueira (2016) essa modalidade não é indicada para empreendedores que desejam captar uma grande quantidade de recursos em um curto período de tempo, uma vez que há um limite determinado ao valor de cada captação (até R\$ 5 milhões pela Instrução CVM 588) e o período necessário para a maturação dos empreendimentos solicitantes no mercado, que geralmente é de 30 a 36 meses.

Importante destacar que o tomador de recursos que ainda vai abrir o negócio ou que o mesmo ainda está em fase inicial pode apresentar dificuldade em definir o valor da parcela vendida, que poderia vendê-la por um preço inadequado.

A legislação brasileira permite que qualquer cidadão maior de 18 anos que esteja regularizado no Cadastro Nacional de Pessoa Física (CPF), ou pessoa jurídica regularmente constituída e que possua inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) possa investir em “*equity crowdfunding*”.

O investimento em empresas “nascentes” pode ser entusiasmante para grande parte dos potenciais investidores e resultar em elevados retornos financeiros a médio e longo prazo. Entretanto, ao optar por essa modalidade de investimento, devem-se analisar atentamente

os riscos envolvidos, como por exemplo: a falta de liquidez, diluição na participação, insucesso do empreendimento, entre outros. Considera-se que o risco envolvido é elevado, já que segundo o estudo feito em 2013 pelo SEBRAE: “Sobrevivência das empresas no Brasil” diz que 25% das empresas criadas no Brasil fecham antes de completar dois anos.

Indica-se que o potencial investidor pesquise diligentemente sobre o negócio antes de aplicar seu dinheiro nesse investimento. Comparando com oportunidades semelhantes, acessando fóruns na internet e buscando as opiniões de outros investidores, discutindo e fazendo projeções para obter o máximo de informações sobre o empreendimento a ser realizados são maneiras de amenizar os riscos.

De acordo com Mendes e Junqueira (2016) não se indica essa modalidade para investidores que buscam retorno em curto prazo, já que mostra um cenário de baixa liquidez dos títulos ofertados e o período de retorno relativamente longo.

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa realizada através da aplicação de questionário com estudantes proprietários de negócios – formalizados ou não – cursando a partir do quinto semestre do curso de Administração da UVA, escolhe-se esse público, pois a partir do semestre citado é que os estudantes veem disciplinas voltadas para a área de finanças, o número reduzido de entrevistados se deu devido à baixa quantidade de estudantes que empreendem no curso. Foram identificados e entrevistados dez proprietários de pequenos empreendimentos sediados nos municípios Sobral, Tianguá, Massapê, Groaíras e Moraújo.

Segundo Silva e Menezes (2000) a pesquisa qualitativa considera a existência de uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, ou seja, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido numericamente. Interpretar fenômenos e os atribuir significados são bases para o processo qualitativo, não sendo necessária a utilização de métodos ou técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte para coletar dados e o pesquisador seu instrumento-chave.

Neste ponto, os aspectos qualitativos são visualizados em maior proporção, visto que a proposta desta pesquisa é analisar a opinião e o conhecimento dos entrevistados sobre *equity crowdfunding*, observando se os mesmos a classificariam como atraente ou não para arrecadação de recursos e suas justificativas.

Quanto à escolha do objeto de estudo a pesquisa é classificada como um estudo por amostragem não probabilística na qual segundo Mattar (2001) existe uma dependência, pelo menos em parte do julgamento do pesquisador para os elementos da população para compor a amostra. A não probabilidade da pesquisa é do tipo intencional ou por julgamento por quotas ou proporcionais, o pesquisador busca uma um subgrupo similar, no caso os entrevistados escolhidos foram estudantes de Administração da UVA que possuem negócios próprios – mesmo que informais – e que estão matriculados do quinto ao nono semestre.

Quanto aos objetivos, classifica-se a pesquisa como descritiva. Gil (2002) diz que esse tipo de pesquisa objetiva descreve características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis, o mesmo considera que as pesquisas descritivas habitualmente são realizadas por pesquisadores preocupados com a atuação prática.

No que se refere aos procedimentos técnicos considera-se como uma pesquisa de campo realizada através da aplicação de um questionário virtual realizado através da ferramenta “*google docs*”, disponibilizado aos respondentes nos meios virtuais de

comunicação: “*whatsapp*” e “*messenger*”. Segundo Gil (1999), um questionário pode ser definido como uma técnica de investigação composta por um número relativamente elevado de perguntas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, entre outros.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Os dados obtidos através da pesquisa serão agrupados em quatro categorias, de acordo com os objetivos específicos do artigo. A primeira apresenta o perfil dos proprietários e informações relacionadas às empresas, logo após os métodos de financiamento preferido dos entrevistados e suas justificativas, por fim, o conhecimento e a disposição para utilização como método de financiamento o *crowdfunding* e o *equity crowdfunding*. A fim de preservar a identidade dos respondentes sem comprometer a apresentação dos resultados esses foram nomeados de **Y1** a **Y10**.

Para o melhor entendimento do contexto do artigo, lista-se o perfil dos empreendedores entrevistados, sendo a maior parte deles homens (70%). A faixa etária predominante seria a de 18 a 21 anos, correspondendo a 60% dos entrevistados, seguida pela de 26 a 30 anos (30%) e a de 22 a 25 anos (10%), nenhum dos empreendedores possui mais de trinta anos. Quanto à renda familiar a maior parte possui de um a cinco salários-mínimos, sendo 30% deles de um a três salários e 30% de três a cinco salários-mínimos. Apenas 20% dos entrevistados disseram ter acima de cinco salários-mínimos e 20% até um salário-mínimo. Os empreendimentos dos alunos abordados são 04 do setor vestuário, 02 do setor alimentício, 01 escritório de *coworking*, 01 salão de beleza, 01 do setor de informática, 01 estúdio de fotografia. Quanto ao perfil do empreendimento: apenas dois deles possuem mais de um ano abertura (sendo que o mais antigo possui dois anos), quatro deles menos de três meses e os outros quatro de três meses a um ano, percebe-se que todos os entrevistados possuem negócios novos no mercado. Além disso, apenas metade desses negócios já foi formalizada destes 04 são microempreendedores individuais (MEI) e 01 deles empresário individual. Quanto ao tamanho – levando em consideração mesmo os não-formalizados – 80% deles se enquadrariam como MEI, os outros 20% como microempresas, esses dois tipos de empresa são os mais comuns no Brasil.

Quanto ao método de financiamento da empresa, percebe-se que todos os entrevistados utilizaram capital próprio, sendo que 80% financiaram o negócio exclusivamente por esse método. Nas respostas aos questionários os empreendedores explicam a preferência por esse método para evitar e situações constrangedoras, isso é refletido na resposta do entrevistado “Y4”: *‘utilizei o capital próprio, pois creio que empréstimos bancários ou de pessoas próximas poderiam trazer situações desagradáveis em relações pessoais e financeiras no futuro’* e do “Y7”: *‘optei por capital próprio, pois quis evitar qualquer tipo de empréstimo, pois sou receoso quanto a juros ou outros compromissos arriscados que poderiam comprometer minha reputação’*. Esse resultado reflete dados semelhantes ao da pesquisa realizada em 2014 pelo SEBRAE que mostram a grande maioria dos pequenos empresários optando por capital próprio ou de pessoas próximas.

A autonomia para tomar decisões foi uma característica importante para optar pelo capital próprio, na fala do “Y5”: *‘ao receber o dinheiro do FGTS inativo optei por montar meu próprio negócio com o mesmo, acredito que há uma maior liberdade para tomar decisões’*. Outra resposta interessante foi insatisfação do entrevistado “Y8” quanto ao

fomento para o pequeno negócio no Brasil: *'optei por capital próprio, devido à falta de incentivo para pequenos empreendedores no país'*, algo interessante para a pesquisa, pois assim como já acontece em países do hemisfério norte, o *equity crowdfunding* pode e se popularizar entre micro e pequenos empresários brasileiros como um incentivo financeiro a pequenos negócios, desde que estes estejam dispostos a abrir capital.

Entre os que diversificaram a fonte de recursos, não se limitando apenas ao capital próprio, está o entrevistado Y9 que também optou por financiamento de pessoas próximas e empréstimos bancários, em sua fala o mesmo diz que *'por não possuir capital próprio suficiente, optei por pedir dinheiro "sem compromisso" a meus pais, só depois de um tempo fiz financiamento bancário'*. Em sua resposta o entrevistado "Y6" diz que *'optei por capital próprio, mas viu que não era o suficiente para montar o negócio, então fiz um empréstimo bem pequeno no banco'*. Todas as três espécies de financiamento citadas pelos entrevistados estão listadas no quadro 01 como algumas das mais populares no Brasil, segundo a *Endeavor*. Percebe-se o receio dos entrevistados em fazer empréstimos bancários, a tabela supracitada traz algumas características dessa forma de financiamento que podem explicar esse receio, sendo elas: exigências de garantias patrimoniais, alta taxa de juros e elevação do risco, isso faz com que empréstimos sejam perigosos para a solvência futura da empresa, principalmente quando se trata de empresários pouco experientes, como nesse caso.

Quanto às dificuldades para captação de recursos, 60% dos entrevistados disseram não ter tido problemas quanto a isso, o que é explicado pelo pequeno tamanho dos negócios, dessa forma não seria necessário um arrecadamento de alto de recursos próprios. "Porém algumas respostas merecem ser destacadas, como a do "Y7": *'posuo dificuldades para arrecadar recursos de terceiros por ser informal'*, Y8": *'é comum surgir oportunidades para meu negócio, mas não possuir capital suficiente para investir'*, Y10: *'minha principal dificuldade foi reunir o recurso inicial necessário'*. A dificuldade do entrevistado "Y7" não poderia ser sanada pelo *equity crowdfunding* já que a regulamentação da ferramenta no Brasil em julho de 2017 traz como condição básica para o usufruto da mesma a formalização do negócio. Já os entrevistados "Y8" e "Y10" são reflexos da utilização exclusiva de capital próprio, segundo a *Endeavor* isso traz como consequência a limitação nas perspectivas de crescimento, já que o mesmo se baseia em reinvestimentos, nesses casos o *equity crowdfunding* poderia ser útil, a depender das quantidades de tempo e dinheiro necessárias para o investimento. Todavia, tanto "Y8" quanto o "Y10" não se mostram interessados em possuir sócios em seus negócios.

Observa-se que a falta de dinheiro em caixa prejudica o desenvolvimento desses negócios, "abrir" o negócio para a captação de recursos através de *equity crowdfunding* seria uma opção para se arrecadar recursos e assim ampliar o negócio, porém isso significaria ter vários sócios o que poderia causar transtornos para os empreendimentos, além disso, a ferramenta pode não ser eficiente em caso de urgência para captar recursos, segundo Mendes e Junqueira (2016) a ferramenta não é indicada para tomadores que pretendem arrecadar muito dinheiro em pouco tempo.

A maior parte dos entrevistados disse possuir algum conhecimento sobre *crowdfunding*, algumas respostas foram bem objetivas limitando a referência ao termo como *'financiamento coletivo'*. As respostas mais completas foram a do "Y7" que diz ver o *crowdfunding* como *'uma espécie de financiamento coletivo, onde a pessoa lança uma ideia em alguma plataforma na internet que faz a captação'*, o mesmo ainda diz que *'a troca monetária pode ser dar pela "fama" da pessoa que produz a campanha'*, e a do "Y8" que diz que *'quando o empreendedor resolve captar sócios para desenvolver e financiar sua ideia,*

geralmente pela internet’ essas respostas se assemelha ao conceito apresentado por Lambert e Schwienbacher (2010) e Ordanini, Miceli e Pizzeti (2009). Os respondentes “Y3”, “Y4”, “Y9” e “Y10” disseram não possuir nenhum conhecimento sobre o termo.

A pesquisa ainda revela que nenhum deles já organizou campanhas em plataformas pela internet, mas “Y3”, “Y4”, “Y7” e “Y10” já realizaram doações, porém, nenhum investimento. Esse cenário concorda com a visão de Domingues (2013) de que o tipo de *crowdfunding* mais comum no Brasil é o de doação (com ou sem recompensa), sobrepondo-se as modalidades de investimento (empréstimo ou participação). Metade dos entrevistados disse não possuir nenhum conhecimento sobre *equity crowdfunding* – modalidade de investimento – apenas “Y4”, “Y7” e “Y10” disseram conhecer e saber como funciona. Esse resultado mostra um desconhecimento local sobre a ferramenta, Steffen (2012) diz que o *equity crowdfunding* ainda é pouco utilizada no Brasil, limitando-se a algumas plataformas online. Busyere (2012) vê que a regulação garante mais transparência e confiança para a ferramenta, isso pode fazer com que essa modalidade de captação se popularize no país nos próximos anos, já que a mesma só veio ser regulamentada no Brasil em julho de 2017.

Quanto à utilização de *equity crowdfunding* para financiamento dos negócios 70% dos entrevistados disseram não optar pela ferramenta por considerá-la arriscada, 20% responderam como “talvez” e apenas 10% viram como positiva a utilização. Y1, por exemplo, diz que *‘na internet pode haver pessoas mal intencionadas que poderão prejudicar o andamento do negócio’*. Outro resultado é a dificuldade de lidar com sócios, como diz Y10: *‘gostaria de ter o controle total do meu negócio, sem a participação de sócios, principalmente desconhecidos’*. Os que responderam “talvez” veem uma oportunidade para elevar a visibilidade do negócio. Percebe-se grande receio entre os empreendedores sobre a utilização dessa ferramenta, a regulação adotada no Brasil em julho de 2017 traz mais segurança para possíveis captadores de recursos, uma vez que como destaca Busyere (2012) torna essa indústria mais transparente tanto operacional como financeiramente, além de segurança de informações e pagamentos, proteção aos clientes e procedimentos operacionais, esses benefícios podem diminuir a insegurança dos captadores e popularizar o *equity crowdfunding* entre os empreendedores brasileiros nos próximos anos.

Por fim, apenas Y3 respondeu como positiva a possível utilização da ferramenta justificando que *‘a utilização de plataformas online para encontrar sócios e arrecadar recursos divulga de maneira barata o negócio e poderia arrecadar recursos sem a necessidade de empréstimos’*. Algo interessante é que o único respondente que vê a utilização do *equity crowdfunding* como positiva possui um negócio não formalizado e tem apenas três meses no mercado, neste caso, a oportunidade de divulgação e arrecadação de recursos podem ter ofuscado os riscos na visão do empreendedor, além disso, o mesmo disse possuir muito pouco conhecimento sobre esse método, inclusive deve desconhecer o fato defendido por Mendes e Junqueira (2016) que a arrecadação de recursos por *equity crowdfunding* geralmente é lenta e que a divulgação ocorre principalmente para investidores especializados no ramo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo possibilitou uma análise de opiniões sobre a utilização de *equity crowdfunding* como uma ferramenta de captação de recursos com dez estudantes

empreendedores da Universidade Vale do Acaraú. O mesmo mostrou que, talvez por ser algo novo, a ideia de abrir capital do negócio através desse método é vista com desconfiança pelos entrevistados, pois os mesmos consideram a internet como um ambiente inseguro.

A pesquisa mostrou que o capital próprio é o mais utilizado para financiar os negócios estudados, a preferência foi justificada pelos respondentes devido ao receio de envolvimento em situações constrangedoras que poderiam acontecer em empréstimos, e também uma maior autonomia na tomada de decisões. Dentre as principais dificuldades foram citadas a arrecadação de capital inicial e o não aproveitamento de oportunidades de negócio.

Quanto ao conhecimento sobre *crowdfunding* a maior parte do público possui algum conhecimento sobre o termo, mas de maneira muito superficial. Além disso, nenhum dos entrevistados já se utilizou dessa ferramenta para captação de recursos, embora metade deles já tenham feito doações. Percebe-se também o receio dos estudantes em arrecadar recursos para seus negócios pelo *equity crowdfunding*, as justificativas mais apresentadas foi a que classifica a internet como um ambiente arriscado para se abrir capital e a dificuldade de muitos entrevistados para trabalhar em sociedade.

O estudo realizado pouco mais de um mês após a regulamentação do *equity crowdfunding* no Brasil pode ser utilizado como base teórica para futuras pesquisas sobre o tema, bem como daqui a algum tempo poderá se observar se essa modalidade de financiamento se tornou atraente para os empreendedores da região metropolitana de Sobral utilizando o artigo como comparativo.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei complementar n.º 123, de 14 de Dezembro de 2016. Institui o Estatuto Nacional da Micro e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 15 dez. 2006;

BUYSERE, De Kristof et al. *A Framework for European Crowdfunding*. 2012. Disponível em:

http://www.europecrowdfunding.org/files/2013/06/Framework_EU_Crowdfunding.pdf. Acesso em: 20 abr. 2017.

CORREIA, Maria M. “Público alvo das ofertas públicas de títulos conversíveis em participação societária ofertados por meio de plataformas de *equity crowdfunding*”, **Revista DSPACE**, São Paulo, v.8, pág 14, 2016;

CVM, “Pesquisa sobre crowdfunding”, disponível em: http://www.cvm.gov.br/export/sites/cvm/menu/investidor/estudos/pesquisas/Relatorio_Pesquisa_Crowdfunding_Julho_2015_editada_para_Blog.pdf, acesso em 18 de março de 2017;

CVM, “CVM regulamenta crowdfunding de investimento”, disponível em: <http://www.cvm.gov.br/noticias/arquivos/2017/20170713-2.html>, acesso em 20 de agosto de 2017;

DOMINGUES, Camila da Silva; “Crowdfunding: uma fronteira entre a indústria cultural e a arte erudita”. **Revista Pensamento & Realidade**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). 2013.

ENDEAVOR. “Onde buscar recursos financeiros para alavancar seu negócio”, disponível em: <https://endeavor.org.br/onde-buscar-recursos-financeiros-para-alavancar-o-seu-negocio/>, acesso em 22 de março de 2017;

GELFOND, Stuart H.; FOTI, Anthony D. “US\$500 and a click: investing the ‘crowdfunding’

- way.” **Journal of Investment Compliance**, Vol. 13 Iss: 4, pp.9 – 13, 2012;
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2002;
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999;
- HOWE, Jeff. Crowdsourcing: a definition. *Crowdsourcing.com*, 2 jun. 2006. Disponível em: http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html. Acesso em: 29 abr. 2017;
- HEMER, Joachim. *A snapshot on Crowdfunding. Working Papers Firms and Region No. R2/2011*. 2011. Disponível em: http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/p/de/arbapap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf. Acesso em: 3 mai. 2017;
- IG. “Dois em cada três jovens brasileiros querem se tornar empreendedores, diz Firjan”, disponível em: <http://economia.ig.com.br/2017-01-11/brasileiros-empresarios.html>, acesso em 27 de março de 2017;
- KLEEMAN, Frank, G. Gunter Voss and Kerstin Rieder. “Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing.” **Science, Technology & Innovation Studies**. Vol. 4, n.1, pp. 5-26, 2008;
- KIRBY, Eleanor; WORNER, Shane. “Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast”. *Staff Working Paper of the IOSCO Research Department*. SWP3/2014. 2014. Disponível em: <http://www.iosco.org/research/pdf/swp/Crowd-funding-An-Infant-Industry-Growing-Fast.pdf> Acesso em: 28 abr. 2017;
- LAPORTA, Thaís. “Veja a repercussão da Selic mantida em 14,25% pela 7ª vez seguida”, **O Globo**, 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/06/copom-mantem-selic-em-1425-veja-repercussao-da-decisao.html>, acesso em 26 de abr. de 2017;
- MACHADO, Luis H.; MENDONÇA, Rafael. “Análise do “Crowdfunding” no Empreendedorismo Brasileiro – Característica e Tendências”, **South American Development Society Journal**, São Paulo, Vol. 1, nº3, 2015;
- MARTELLO, Alexandre. “Na contramão do Banco Central, juro bancário sobe e bate recorde em outubro”, disponível em: <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2016/11/na-contramao-do-bc-juro-bancario-sobe-e-bate-recorde-em-outubro.html>, acesso em 25 de março de 2017;
- MARTINS, Norberto M; SILVA, Pedro M. “Funcionalidade dos sistemas financeiros e o financiamento a pequenas e médias empresas: o caso do *crowdfunding*”, **Revista Economia Ensaios**, Urbelândia (MG), nº29, 2015;
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MENDES, André P.; JUNQUEIRA, Carlos A. “Cartilha do Investimento coletivo: orientação a investidores e gestores. *Equity Crowdfunding* no Brasil hoje”, **Cadernos FGV Direito Rio – Série Clínicas**, Rio de Janeiro, Vol.6, 2016;
- MITRA, Devashis; “*The role of crowdfunding in entrepreneurial finance*”. **Delhi Business Review**. Vol 13, No. 2. 2012;
- ORDANINI, Andrea; MICELI; PIZZETI, Lucia, “*Crowdfunding: transforming customers into investors through innovative service platforms*”, **Journal of Service Management**, vol. 22 Issue: 4, pp.443-47011. 2009;
- SILVA, Edna Lúcia da & MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev. atual. – Florianópolis: UFSC, 2005.
- SBEGHEN, Bárbara. “A Multidão do *Crowdfunding* na Economia do Virtual: Um Estudo do Site Cartase”, 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54321/000855539.pdf;sequence=1>. Acesso

em 24 de abr. 2017;

SEBRAE. “Global Entrepreneurship Monitor”, **Empreendedorismo no Brasil**, 2008. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2008.pdf>. Acesso em 22 de jun. 2017;

SEBRAE. “Sobrevivência das Empresas no Brasil”, **Coleção Estudos e Pesquisas**, Brasília, 2013;

SEBRAE. “O financiamento dos pequenos negócios no Brasil”. 2014. Disponível em: <http://www.observatorio.sebraego.com.br/midias/downloads/06112014152431.pdf.com>.

Acesso em: 02 de agosto de 2017;

SCHWIENBACHER, Armin; LARRALDE, Benjamin. *Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures*. **Handbook of Entrepreneurial Finance**, Oxford University Press, 2010. Disponível em: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183 Acesso em: 7 abr. 2017;

TERENCE, Ana C.; FILHO, Edmundo. “Abordagem quantitativa, qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais”, pág.5, 2006;

ZUINA, Priscilla. “60% dos estudantes brasileiros querem empreender, mas pouco se prepara”, **Exame**, Rio de Janeiro, out de 2012, Seção: PME. Disponível em <http://exame.abril.com.br/pme/60-dos-estudantes-querem-empreender-mas-poucos-se-preparam/>, acesso em 29 de março de 2017.