

ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS E SUA RELAÇÃO COM LITERACIA FINANCEIRA, MIDIÁTICA E DECISÃO RACIONAL

CESAR LOPES DAPARTE
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

KEYSA MANUELA CUNHA DE MASCENA
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)

KEYTERINE MASCENA-BARROS
PROGRAMA DE POS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGA UECE

Introdução

A combinação de literacia midiática e financeira capacita os gestores a tomarem decisões mais fundamentadas, impactando sua postura estratégica voltada ao empreendedorismo.

Literacia financeira (LF) é o conjunto de habilidades em finanças empresariais (Buchdadi; Sholeha; Ahmad, 2020). Literacia midiática (LM) torna-se relevante em um ambiente empresarial digitalizado (Koc e Barut, 2016). Essas duas formas de literacia podem influenciar o estilo de decisão racional dos gestores das PMEs, que é aquela que se baseia em uma análise lógica e sistemática das opções disponíveis (Scott; Bruce, 1995).

Problema de Pesquisa e Objetivo

O objetivo dessa pesquisa é analisar a influência da literacia financeira e midiática e do estilo de decisão racional do empreendedor na orientação empreendedora em PMEs. Para atingir o objetivo, foi empreendido um estudo de abordagem quantitativa, por meio da modelagem de equações estruturais para análise dos construtos em uma amostra de 127 fundadores e gestores de PMEs.

Fundamentação Teórica

A orientação empreendedora é a disposição da organização em adotar processos, práticas e decisões voltados para inovação; assumir riscos; ser proativa. A decisão racional é fundamentada na análise lógica de informações. Assim, H1: A decisão racional influencia positivamente a OE dos gestores de PMEs

A LF pode elevar a capacidade de análise das informações financeiras. Assim, H2: A LF influencia positivamente a decisão racional dos gestores de PMEs. LM pode elevar a capacidade de análise das informações midiáticas. Assim, H3: A LM influencia positivamente a decisão racional dos gestores de PMEs

Metodologia

Foi desenvolvida uma pesquisa descritiva de método quantitativo através de fontes primárias, realizado por meio de um levantamento (survey). Busca-se aplicar o questionário com gestores e empreendedores de PMEs no Brasil. O instrumento de coleta de dados inclui as escalas e os construtos do modelo de pesquisa.

O público-alvo da pesquisa foi composto por sócios, empresários, empreendedores e gerentes financeiros. A amostragem adotada foi do tipo não probabilística por conveniência. Após o tratamento a amostra final ficou composta por 127 participantes.

Análise dos Resultados

Obteve-se os seguintes resultados: H1 e H2 foram suportadas e H3 foi rejeitada. A OE é influenciada positivamente pela decisão racional, ratificando assim a cultura de cultivar uma mentalidade empreendedora como parte integrante do desenvolvimento organizacional das PMEs. A LF influencia positivamente a decisão racional, pois as PMEs são particularmente vulneráveis aos efeitos de más decisões financeiras devido ao seu acesso limitado aos mercados financeiros e às fontes alternativas de capital. A LM não apresentou efeito significativo no estilo de decisão racional.

Conclusão

A partir destes achados, há uma necessidade implícita de investimento contínuo em educação financeira, tais como internalizar conceitos em finanças empresariais, como a capacidade de preparar relatórios financeiros, calcular juros de empréstimos e gerenciar o fluxo de caixa, para equalizar a relação retorno e risco, seja por iniciativa da própria PME ou do indivíduo envolvido com a tomada de decisão, elevando a orientação empreendedora para promover a sustentabilidade destes empreendimentos.

Contribuição / Impacto

Esse estudo contribui para a literatura ao apresentar evidências de que a percepção sobre a literacia financeira leva os gestores a tomada de decisão baseada em evidências e reforça a orientação para inovação, proatividade, risco e futuro na gestão das PMEs.

Vislumbrando as PMEs como força motriz da economia, este estudo contribui para a compreensão da literacia financeira como fonte de informações para tomada de decisão, seja por empreendedores, sócios, gerentes e diretores financeiros das PMEs.

Referências Bibliográficas

Buchdadi, A. D., Sholeha, A., & Ahmad, G. N. (2020). The influence of financial literacy on SMEs performance through access to finance and financial risk attitude as mediation variables. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 24(5), 1-15.

Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 834-843.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1995). Decision-making style: The development and assessment of a new measure. *Educational and Psychological Measurement*, 55(5), 818-831.