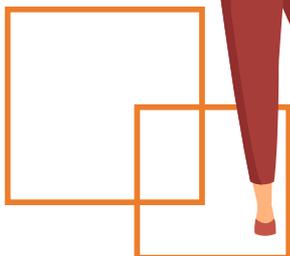
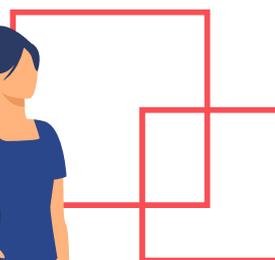
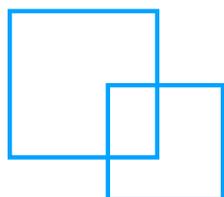
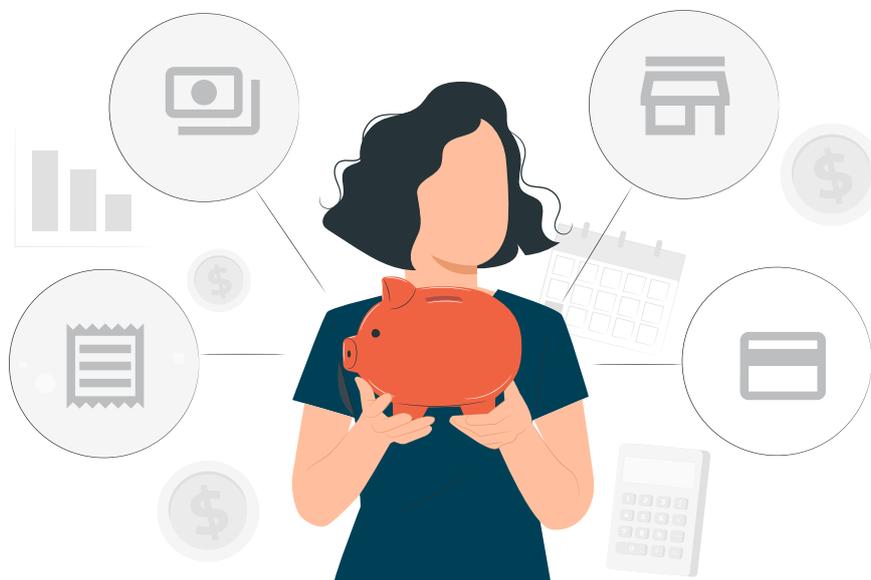


# Educação Financeira nas MICRO e PEQUENAS EMPRESAS



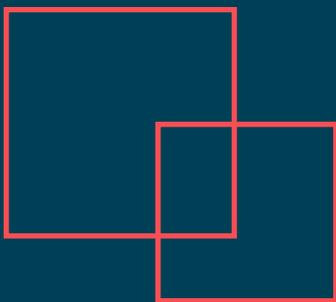
# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> //	2
<b>METODOLOGIA E PERFIL DOS EMPREENDEDORES</b> //	5
<b>GERENCIAMENTO E PLANEJAMENTO DAS FINANÇAS DA EMPRESA</b> //	9
O nível de bancarização //	9
Conhecimento e uso de produtos e serviços financeiros //	10
Os critérios na escolha dos produtos e serviços financeiros //	13
Ajuda para a tomada de decisão //	14
Excel ou caderninho? //	15
Conhecimento financeiro e atitudes //	16
<b>IMPACTO DA PANDEMIA NOS NEGÓCIOS</b> //	18
Digitalização como legado da pandemia //	23
<b>CONCLUSÃO</b> //	25



# INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas são uma importante força para a economia de qualquer país. No Brasil, esses empreendimentos reúnem mais de 17,4 milhões de negócios, responsáveis por empregar formalmente 32,8 milhões de pessoas, segundo dados do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Melhorar as ferramentas de gestão financeira desses empreendedores é, portanto, contribuir para a sustentabilidade e o crescimento dos negócios, com impacto direto sobre o desempenho econômico do país.





Para ajudar na formulação de políticas que buscam melhorar o nível de alfabetização financeira dessas pessoas, a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico), depois de um piloto envolvendo sete países (entre eles o Brasil), decidiu realizar um estudo incluindo 14 países do G20 (Brasil, China, França, Alemanha, Itália, México, Rússia, Arábia Saudita e Turquia) e não G20 (Geórgia, Holanda, Peru, Portugal e Espanha). O objetivo é identificar o nível de educação financeira dos proprietários das micro e pequenas, descrever o impacto da pandemia nas condições financeiras destas e discutir a relação entre educação financeira e as transformações digitais durante a pandemia.

Na frente Brasil, a CVM abraçou a ideia, tornando-se a parceira local da OCDE. Para levar o estudo adiante, convidou a ANBIMA, com a qual mantém um acordo de cooperação para projetos e estudos que envolvam educação financeira. Foi justamente sob o guarda-chuva desse acordo que o levantamento foi feito. Esse relatório detalha a versão local da pesquisa. Os resultados globais podem ser encontrados no site da OCDE.



A pesquisa é focada nos proprietários de micro e pequenas empresas e procura avaliar conhecimentos, habilidades, comportamentos e atitudes que tendem a influenciar a tomada de decisões efetivas para a sustentabilidade e o crescimento dos negócios. Em suma, é um retrato do conhecimento financeiro dessas pessoas e como elas fazem a gestão financeira de suas empresas. A ideia é ter resultados comparáveis entre os diferentes lugares do mundo.



A ANBIMA e CVM, por vocação, trabalham em prol de um mercado cada vez mais sólido e sustentável. E o caminho para isso é a educação financeira. Para ações mais efetivas nesse campo, é preciso entender o comportamento e as motivações dos vários agentes que integram os mercados financeiro e de capitais, entre eles os empreendedores. Assim, os resultados da pesquisa são uma importante bússola para futuras ações de educação financeira.



Pela riqueza dos dados, esperamos que o material exposto nas próximas páginas seja usado como insumo por empresas e organizações diversas que se relacionam com as micro e pequenas empresas. Seja para guiar estratégias de comunicação, seja para contribuir para uma oferta mais assertiva de produtos e serviços ou orientar ações educativas que tenham como alvo esse universo de empreendedores.

Boa leitura!



**Marcelo Billi**

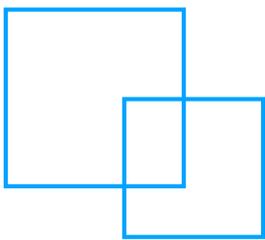
Superintendente de Comunicação, Certificação e Educação de investidores da ANBIMA



**José Alexandre Vasco**

Superintendente de Proteção e Orientação ao Investidor da CVM.

# METODOLOGIA E PERFIL DOS EMPREENDEDORES



Para a elaboração deste estudo, foi feita uma pesquisa quantitativa, por telefone, com a aplicação de um questionário estruturado. A coleta de dados foi realizada pelo Datafolha entre os dias 26 de maio e 21 de junho de 2021. A margem de erro total é de 3 pontos percentuais, para mais ou para menos, e o nível de confiança é de 95%.



Foram entrevistados 1.011 proprietários e sócios de micro e pequenas empresas, desde os que trabalham sozinhos até os que possuem no máximo 50 funcionários. Da amostra, 337 (ou 56,5% dos empresários) são MEIs (Microempreendedores Individuais), 532 (ou 39%) estão à frente de MEs (Microempresas) e 142 (ou 4,5%) comandam EPPs (Empresas de Pequeno Porte).

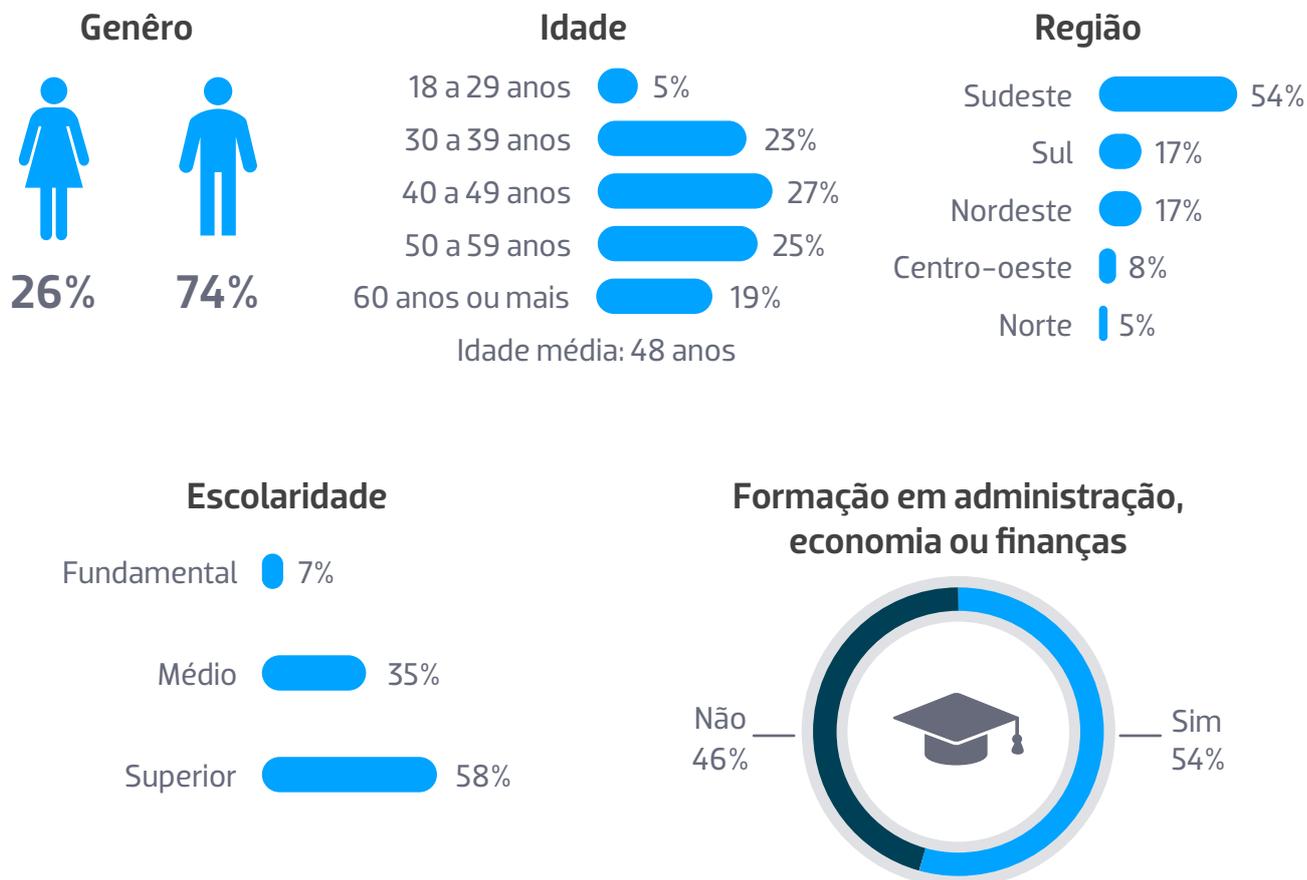


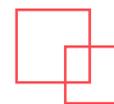


Utilizando como base a classificação do Sebrae Nacional, os MEIs são empreendedores que trabalham sozinhos ou possuem um funcionário, as MEs empregam entre três e nove pessoas e as EPPs têm entre 10 e 49 funcionários.

O perfil do empreendedor da amostra é predominantemente masculino (74%), residente na Região Sudeste (54%), com idade média de 48 anos e escolarizado: 35% têm ensino médio e 58% ensino superior completo. Desse contingente, 54% tiveram formação em Administração de Empresas, Economia ou Finanças como parte da educação escolar ou universitária.

### Perfil da amostra – Os empreendedores





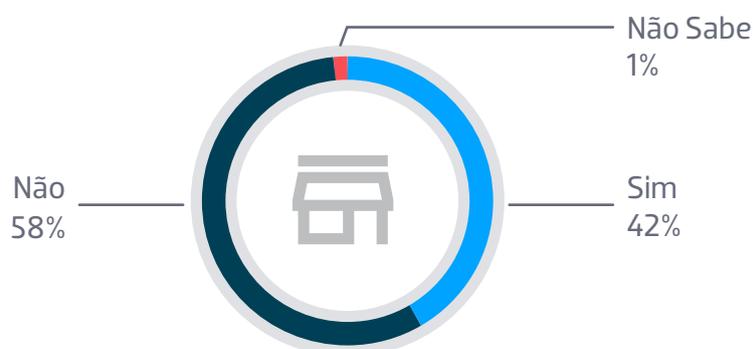
Pouco mais da metade (51%) dos empreendedores já fez algum curso ou treinamento sobre como administrar as finanças de uma empresa. Essa realidade é mais evidente entre os empresários com formação superior (60%), entre os homens (52%) e entre aqueles situados na faixa etária entre os 30 e os 39 anos de idade (54%).



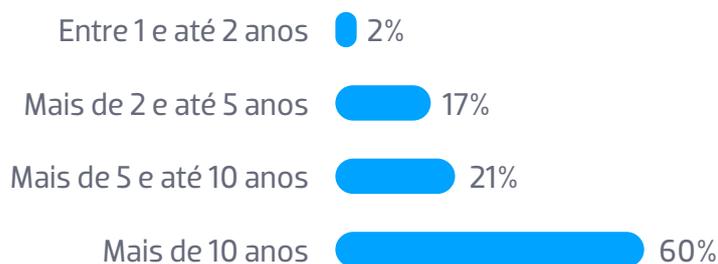
Cerca de quatro em cada 10 entrevistados traz o empreendedorismo do berço: em 42% dos casos o pai ou a mãe têm ou tiveram uma empresa em algum momento de suas trajetórias. Sessenta por cento dos empreendedores da amostra têm a empresa há mais de 10 anos – na média geral, o tempo médio em que possuem o negócio é de 8,1 anos.



### Pai ou mãe têm ou tiveram empresa

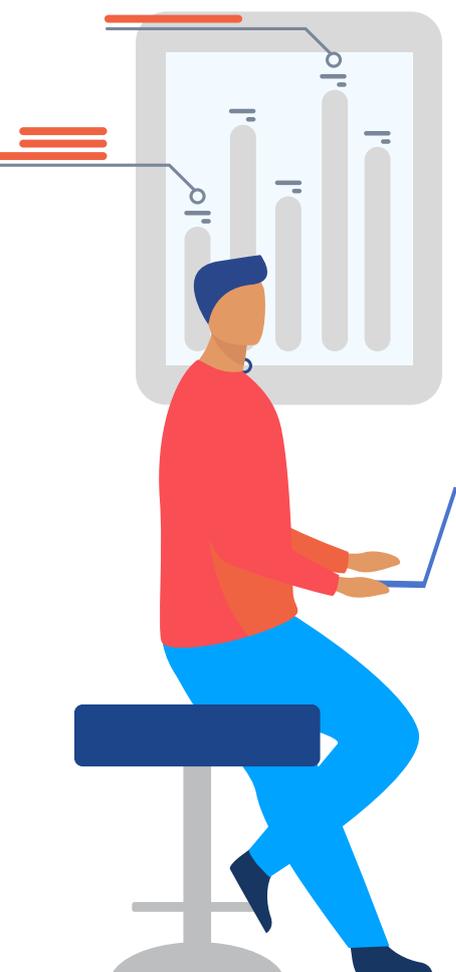


### Tempo que é proprietário



Tempo médio: 8 anos





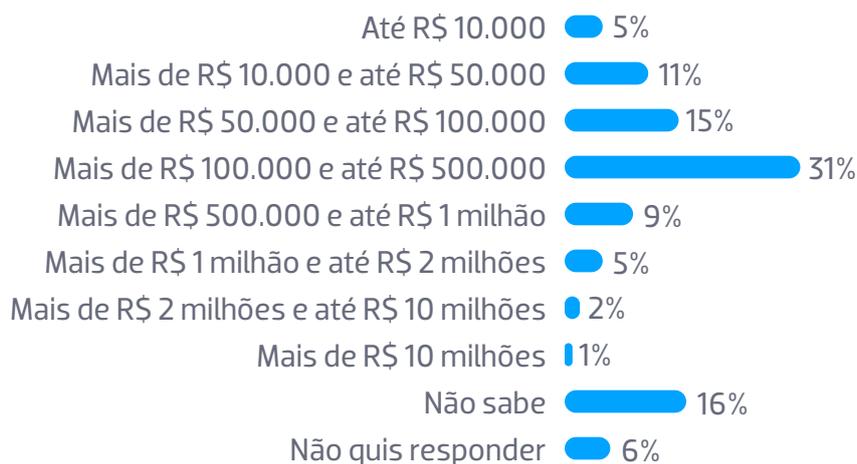
Em média, os entrevistados empregam quatro pessoas e 99% possuem CNPJ. Entre os três principais ramos de atividade presentes na pesquisa destacam-se as empresas do comércio (atacado e varejo – 35% do total da amostra), serviços administrativos (firmas de advocacia, contabilidade etc – 21% do total), e serviços pessoais (educação, beleza etc – 14% do total).

Enquanto 51% dos negócios foram fundados entre 1940 e 2010, 46% abriram as portas entre 2011 e 2020. Apenas 1% das empresas iniciou as operações em 2021, em meio à pandemia, ao passo que 2% dos empreendedores não souberam responder. A principal faixa de faturamento, segundo 31% dos respondentes, situou-se entre R\$ 100 mil e R\$ 500 mil em 2020. Na média da pesquisa, a receita bruta em 2020 foi de R\$ 697.885.

### Ano de fundação



### Faturamento anual em 2020

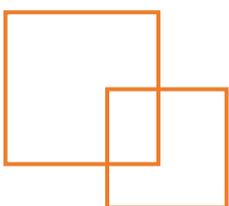


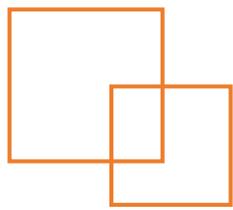
# GERENCIAMENTO E PLANEJAMENTO DAS FINANÇAS DA EMPRESA

## O nível de bancarização

O nível de bancarização dos empreendedores brasileiros é elevado: 93% possuem conta corrente ou poupança em alguma instituição financeira, seja ela tradicional (com agências físicas) ou digital. A preferência é por instituições que possuem unidades físicas de atendimento: 90% têm conta-corrente ou conta-poupança em bancos, correspondentes bancários, cooperativas de crédito ou outra instituição tradicional; 21% possuem conta-corrente ou conta-poupança em bancos e instituições financeiras digitais e, portanto, sem agências físicas. A soma ultrapassa 100% porque algumas pessoas têm os dois tipos de conta. O uso de neobanks predomina entre os jovens empreendedores de 18 a 29 anos: 43%.

O levantamento aponta que 69% dos empreendedores dizem administrar as contas pessoais e da empresa separadamente – e não relatam dificuldades nessa jornada. Outros 15% dizem separar as contas pessoais e corporativa, mas relatam dificuldades em administrar as finanças pessoais. Por último, 16% dizem não separar as contas da empresa e da vida pessoal, um fenômeno mais acentuado entre os homens (18%) e entre empreendedores com ensino fundamental (36%).





## Conhecimento e uso de produtos e serviços financeiros



A maioria dos empreendedores mostrou bom conhecimento dos principais produtos e serviços financeiros oferecidos às empresas. Em uma série de perguntas estimuladas (em que o entrevistador apresenta de antemão os nomes dos produtos e serviços), 97% dizem conhecer os empréstimos bancários para pessoas jurídicas, 95% já ouviram falar do cheque especial ou de linhas de crédito pré-aprovadas e 91% sabem o que é o microcrédito – os três produtos que mais se destacaram nas respostas.



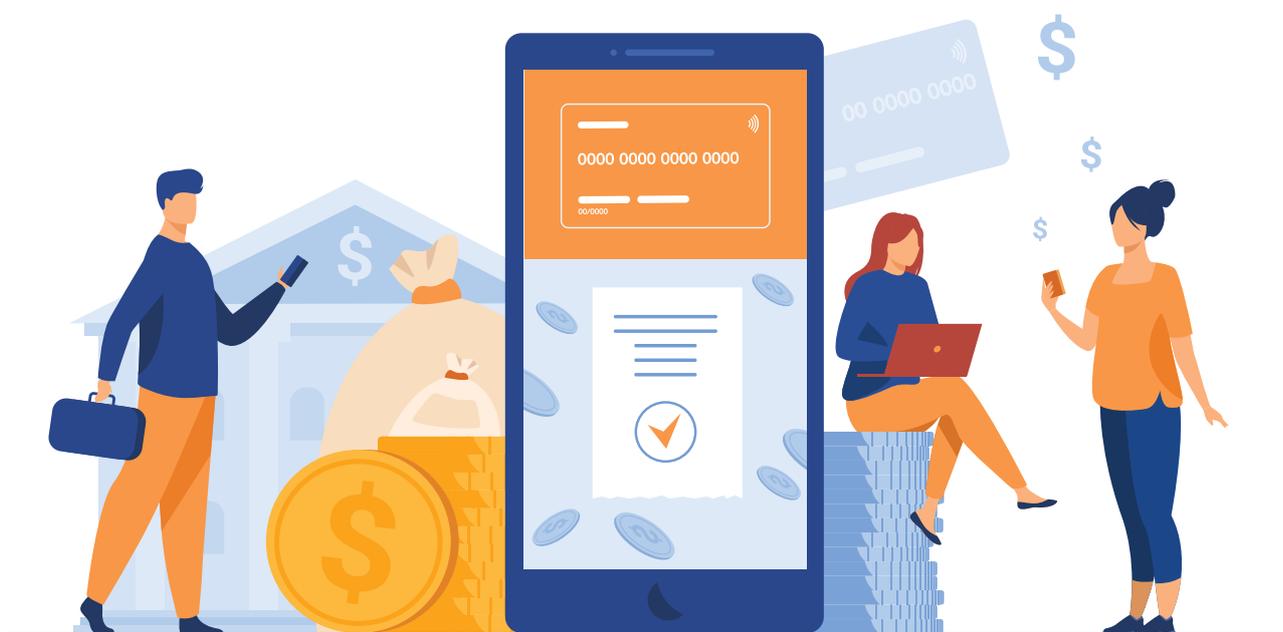
O conhecimento fica menor à medida que os produtos e serviços se sofisticam. Os três produtos e serviços menos conhecidos pelos empreendedores são os derivativos (contratos futuros, swaps etc), reconhecidos por 29% dos respondentes, a Oferta Inicial de Moeda (ICO, na sigla em inglês), na ponta da língua de 16% dos respondentes, e o financiamento mezanino (10%).



Quanto mais escolarizado o empreendedor, maior é o conhecimento sobre produtos e serviços financeiros corporativos. Empresários com curso universitário mostraram conhecimento superior aos seus pares com ensino médio e fundamental nos 20 produtos financeiros apresentados.

Mais do que apenas medir o conhecimento, foram mapeados, também, os produtos e serviços financeiros mais utilizados atualmente ou que foram contratados pelo segmento PME nos últimos dois anos. Houve menção para os 20 produtos apresentados nas perguntas estimuladas, ainda que com diferenças consideráveis no grau de utilização. O cheque especial e as linhas de crédito pré-aprovadas foram os mais citados (44% dos entrevistados). Em segundo lugar, com 42% das menções, apareceu o empréstimo bancário para pessoas jurídicas, seguido da antecipação de recebíveis e do seguro de vida para o proprietário (33%).

Ao cruzar a taxa de conhecimento dos produtos com a utilização deles chega-se ao índice de conversão. Os valores mais altos são, naturalmente, dos mais conhecidos, como empréstimo, cheque especial e linha de crédito. A curiosidade fica por conta de ICO e financiamento mezanino, que, apesar de pouco conhecidos, são produtos com altos índices de conversão. Ou seja, dentre os poucos empreendedores que conhecem esses produtos uma parcela razoável faz uso deles.





**Menos conhecidos, financiamento de mezanino, seguro de interrupção de negócios e a oferta inicial de moeda apresentam índices de conversão mais altos.**

● Conhecimento

● Utilização

○ Taxa de conversão



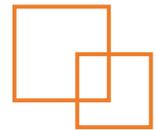


## Os critérios na escolha dos produtos e serviços financeiros

A escolha do produto ou serviço financeiro adequado para a necessidade da empresa é uma tarefa que requer planejamento e pesquisa, mas apenas 36% dos empresários que fizeram algum tipo de contratação consideraram diversas opções de produtos e serviços financeiros – e de diferentes instituições – antes de tomar uma decisão.

Outros 24% relataram que pesquisaram, mas não encontraram outras opções de produtos e serviços, 20% consideraram mais de um produto, mas restritos à mesma instituição financeira, e 15% não consideraram outra opção além da contratada.

O maior nível de diligência aparece entre as microempresas e as empresas de pequeno porte – 41% e 50% dos entrevistados, respectivamente, disseram que consideraram várias opções de produtos e serviços de diversas instituições financeiras antes da contratação, contra 29% dos MEIs. O mesmo ocorre com os empreendedores mais escolarizados: 41% dos empresários com ensino superior fizeram múltiplas pesquisas, contra apenas 11% daqueles com ensino fundamental completo.

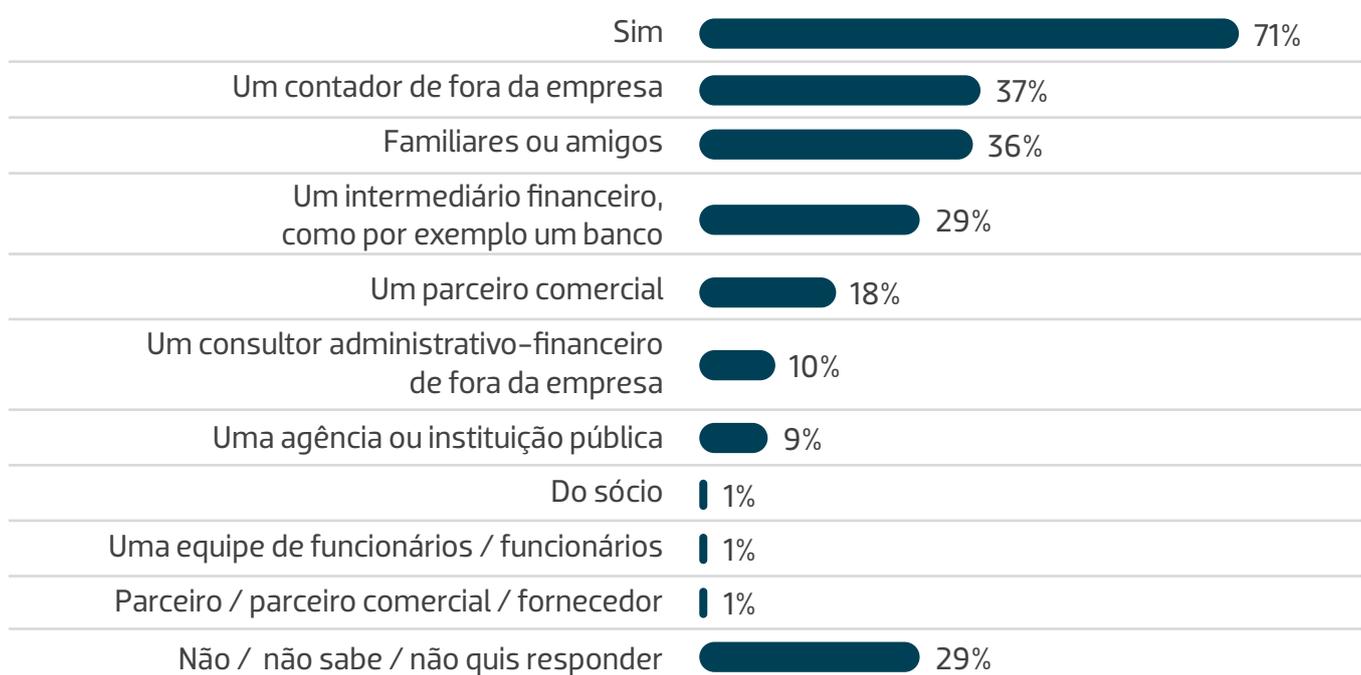


## Ajuda para a tomada de decisão

Sete entre cada 10 empresários (71%) buscaram ajuda de terceiros quando precisaram tomar decisões envolvendo as finanças da empresa nos últimos dois anos. O contador terceirizado (37%), os familiares e amigos (36%) e um intermediário financeiro, a exemplo do gerente do banco (29%), são os parceiros mais consultados nessas horas. As mulheres (75%) buscam mais aconselhamento financeiro do que os homens (70%), assim como os empreendedores com ensino superior (77%) na comparação com os pares com ensino médio (67%).

O pedido de ajuda para questões financeiras específicas é uma realidade para 68% dos entrevistados, principalmente para temas relacionados à contabilidade da empresa (54%), impostos (43%) e gerenciamento de fluxo de caixa e/ou necessidades de liquidez (17%). O grupo que mais busca aconselhamento para decisões financeiras específicas é formado por empresas de pequeno porte (77%) e o que menos busca é o MEI (65%).

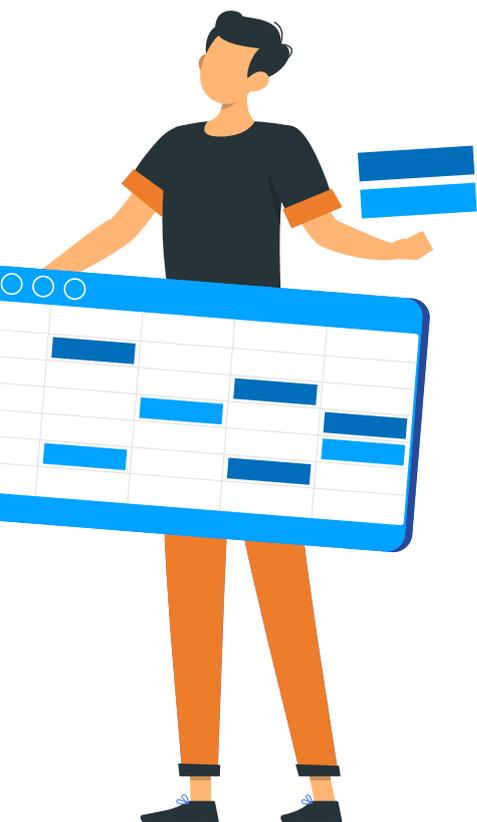
### Conta com ajuda para a tomada de decisões financeiras?





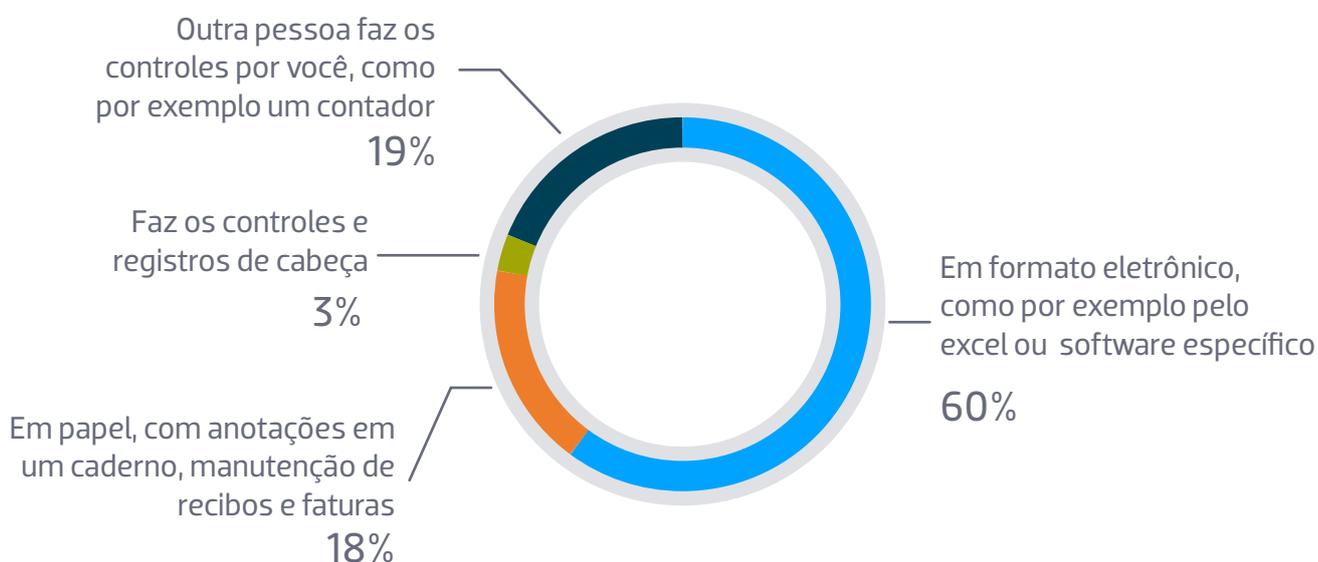
## Excel ou caderninho?

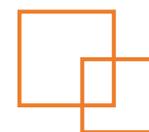
Os arquivos eletrônicos são a forma de controle financeiro mais utilizada pelas PMEs: 60% dos empreendedores fazem o registro de suas finanças em planilhas de Excel ou softwares específicos. No entanto, ainda é relevante o percentual de empresários que utiliza o papel (anotações em um caderno ou manutenção de recibos e faturas) para controle das finanças (18%). Outra parcela (3%) sequer registra os números e opta por fazer os controles de memória.



Há ainda um percentual de 19% que conta com ajuda externa, como firmas de contabilidade terceirizadas, para efetuar esses registros. Há uma clara diferença de preferência de meios de registro conforme a idade do empreendedor. O uso de arquivos eletrônicos para controle financeiro é mais disseminado entre os empreendedores na faixa etária entre 30 e 39 anos (69%). Já quem prefere a boa e velha caderneta de anotações é, em sua maioria, mais velho (22% têm 60 anos ou mais).

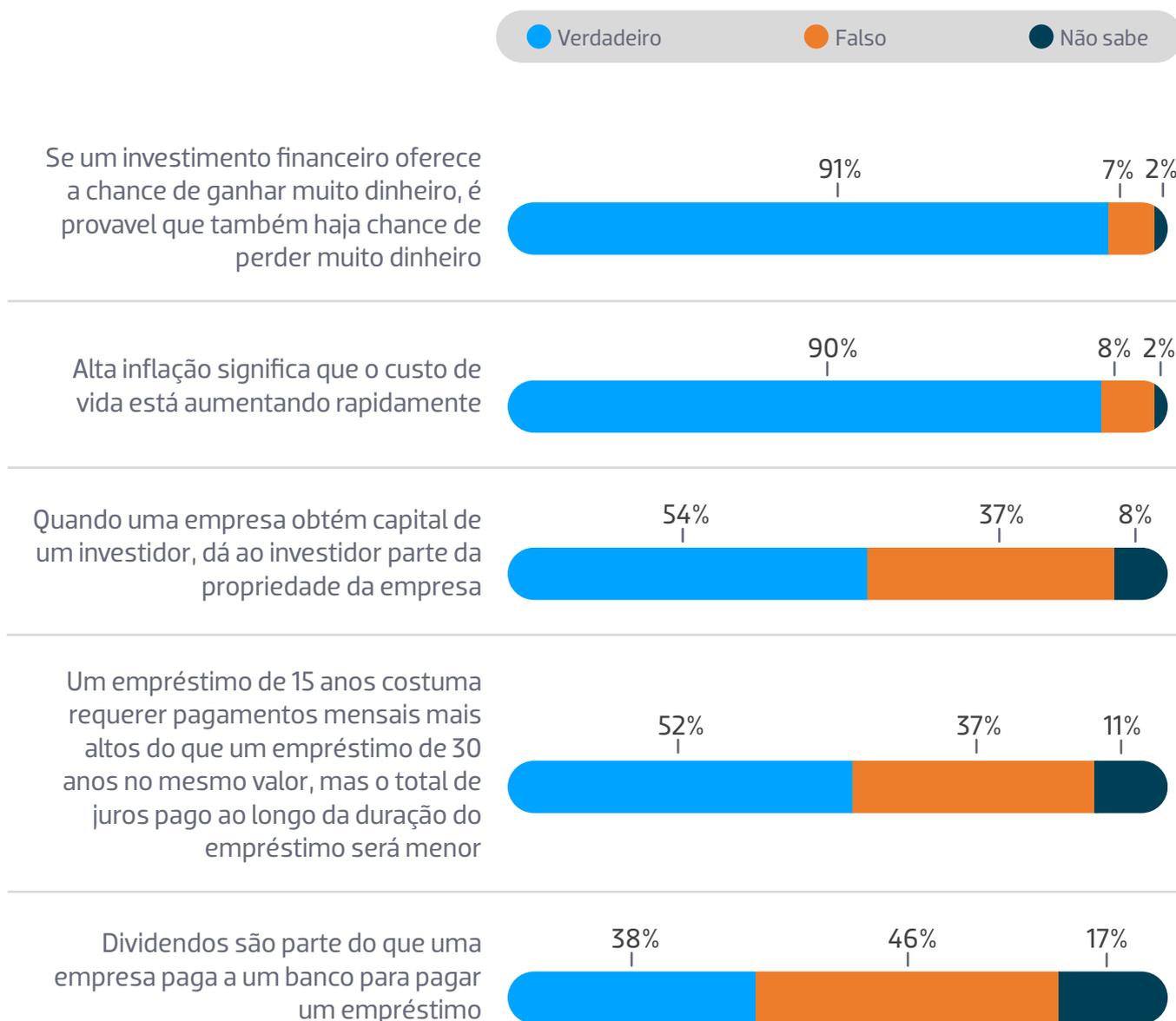
### Como é feito o registro das finanças da empresa?

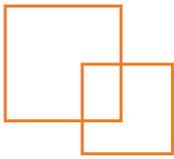




## Conhecimento financeiro e atitudes

Em termos de conhecimento financeiro, é praticamente unânime o entendimento dos empreendedores dos significados de investimento e inflação. A pesquisa apresentou afirmações com apenas duas respostas possíveis: verdadeiro ou falso. Os entrevistados mostraram concordância superior a 90% nas questões relacionadas a risco e inflação. Para os demais conceitos não houve tanta unanimidade. Foi particularmente revelador o desconhecimento em relação a juros e dividendos.

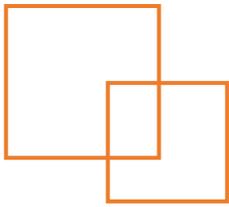


**25%**Continuar trabalhando  
na minha empresa**21%**Aposentadoria do  
governo, pelo INSS**21%**Plano de  
previdência privada**7%**Venda de ativos  
financeiros ou não  
financeiros**5%**Utilização  
de recursos  
provenientes da  
minha empresa**21%**Outra opção,  
diferente das  
que eu citei

A pesquisa mostra também que a maioria dos empreendedores prefere a segurança ao risco quando o assunto envolve as finanças da empresa. Apenas 36% admitem preferir projetos de alto risco e alto rendimento, ao passo que 62% preferem aqueles com baixo risco, mesmo que isso gere rendimento menor.

Quando o assunto é planejamento financeiro pessoal de longo prazo, a pesquisa mostra que a maioria dos empresários está preocupada com o futuro: 71% pensam em como custear sua aposentadoria quando não puderem mais trabalhar. Os entrevistados com ensino superior (79%) foram os mais propensos a pensar sobre o assunto aposentadoria em comparação com os entrevistados com ensino médio e fundamental. Com relação à fonte de renda esperada para custear a aposentadoria, somente 21% dos entrevistados apontaram plano de previdência privada como alternativa. Destes 24% possuem ensino superior e 4% possuem ensino médio.

Uma parcela significativa (80%) define metas financeiras de longo prazo para a empresa e esforçam-se para cumpri-las. No entanto, quando questionados sobre planos financeiros detalhados, 57% dos entrevistados declararam preferir seguir seus instintos. Destes, 81% possuem apenas o ensino fundamental. Esse dado aponta para os desafios e a importância de ampliar a alfabetização financeira no Brasil.



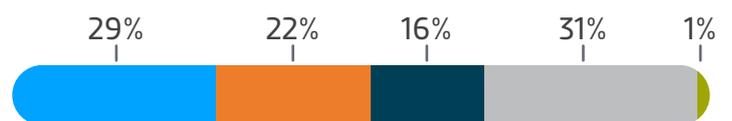
Quando o assunto é obtenção de financiamento, 51% afirmam sentir-se confiantes para abordar bancos e investidores com o objetivo de levantar recursos para a empresa, enquanto 47% se sentem inseguros. Destes, as MEIs são as que menos sentem confiança (52%).



A pesquisa identificou algumas características e atitudes dos empresários. Uma das principais descobertas do levantamento é que se tornar um empreendedor foi uma opção – e não uma necessidade – para a maioria dos entrevistados: 84% deles discordaram quando questionados se tinham um negócio porque não conseguiram emprego. Nessa mesma linha, 76% discordaram da afirmação de que abrir uma empresa era a única opção para conseguir uma fonte de renda.

● Concorda totalmente  
 ● Concorda em parte  
 ● Discorda em parte  
 ● Discorda totalmente  
 ● Não sabe

Sinto-me confiante em abordar bancos e investidores externos para obter financiamento para a empresa

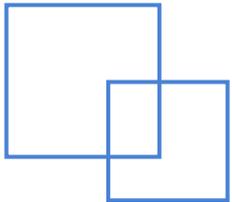


Eu tenho empresa porque não consegui emprego como funcionário



Quando o assunto é sustentabilidade a maioria dos entrevistados (77%) mostrou-se preocupada com os impactos sociais de seus investimentos e 72% declararam que levam em consideração os impactos ambientais na hora de realizar um investimento. Cerca de 56% dos entrevistados declararam envolver seus fornecedores na implementação de ações de baixo impacto ambiental.

# IMPACTO DA PANDEMIA NOS NEGÓCIOS

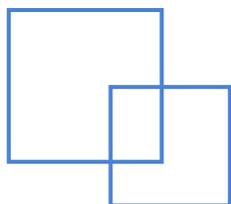


A crise econômica decorrente da pandemia do novo coronavírus impactou os negócios das PMEs. As receitas e os lucros caíram e o endividamento aumentou para parte dos empresários. As medidas de isolamento social também obrigaram a uma corrida pela digitalização dos negócios, de forma a manter a operação girando e garantir a distribuição de produtos e serviços à clientela.

Durante a pandemia, 30% dos empresários relataram aumento ou grande aumento das dívidas. O maior nível de endividamento foi relatado principalmente pelas mulheres (34%), pelos empreendedores de 18 a 29 anos (47%) e por empresários com ensino fundamental (36%).

O faturamento encolheu para 59% dos entrevistados e o lucro caiu para 61% da amostra. Em termos de receita, quem mais relatou quedas foram os MEIs (62%), as mulheres (63%) e os empreendedores com ensino fundamental (71%). Esses três grupos foram também os que mais relataram piora na última linha dos balanços.



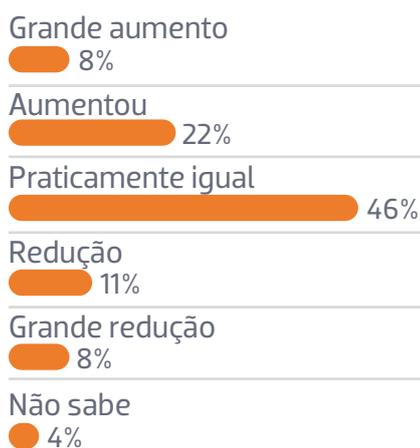


O impacto na geração de receitas e no lucro é explicado pelo menor movimento de clientes, seja em lojas físicas ou sites: as visitas foram menores para 58% dos entrevistados. Uma boa notícia é que o número de colaboradores permaneceu praticamente estável para 61% dos entrevistados, enquanto 31% relataram cortes e 6% ampliaram o quadro de funcionários.

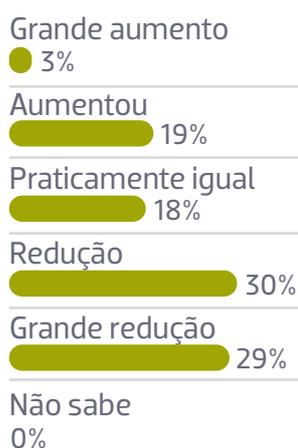
### Qual foi o impacto da pandemia sobre ...



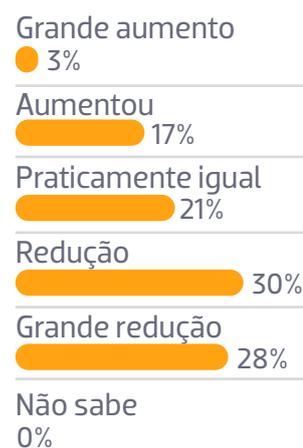
#### Dívida



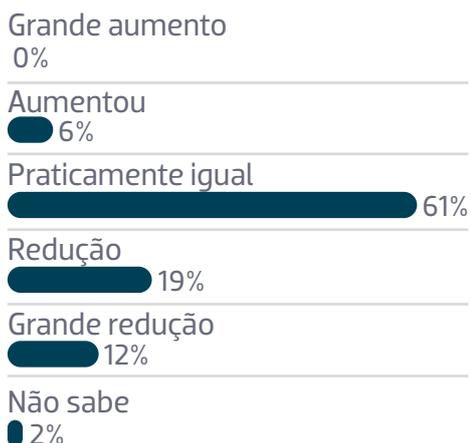
#### Faturamento



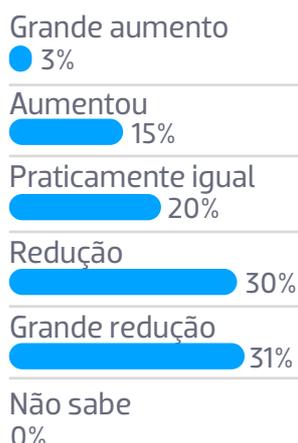
#### Movimento geral



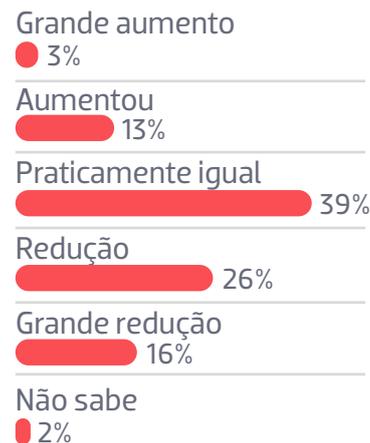
#### Número de funcionários

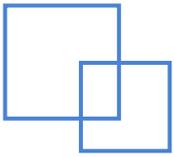


#### Lucro



#### Liquidez





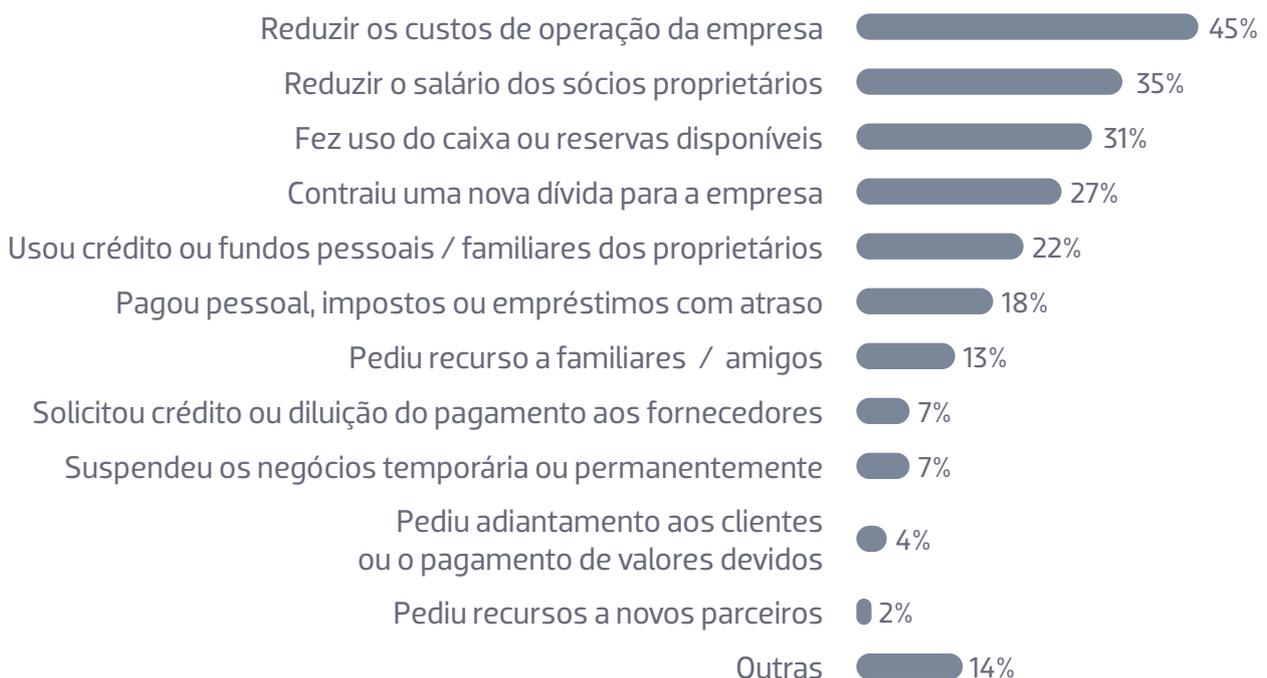
As medidas de restrição da mobilidade afastaram a clientela e levaram ao fechamento temporário de muitos negócios físicos. Com isso, o fluxo de caixa foi insuficiente para o pagamento de despesas com fornecedores, funcionários, impostos ou dívidas para 54% dos entrevistados em alguns momentos.

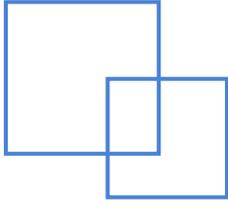
Entre as estratégias implementadas para cobrir as necessidades financeiras da empresa, 45% reduziram custos operacionais, 35% diminuíram salários dos sócios-proprietários, 31% apelaram para o caixa ou outras reservas financeiras e 27% contraíram novas dívidas.

### Fluxo de caixa durante a pandemia foi suficiente para pagar as despesas?



### Estratégias implementadas para cobrir as necessidades



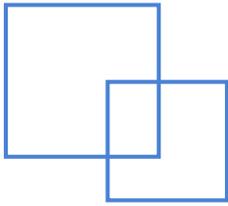


Apesar do impacto negativo no fluxo de caixa, a maioria (63%) dos empreendedores não pediu empréstimos durante a pandemia. As principais justificativas para isso foram a falta de necessidade para um novo financiamento (72%), a complexidade no processo de pedido (12%) e a descrença em relação à aprovação do pedido (11%).

A falta de necessidade pode ser explicada por um quadro financeiro saudável nas organizações antes da pandemia. Questionados sobre a liquidez da empresa, ou seja, o quanto de recursos havia em caixa no final de 2019, 52% disseram que o nível estava adequado, enquanto 22% consideravam o nível alto ou muito alto. Além disso, as dívidas financeiras de curto prazo estavam em nível baixo ou muito baixo para 60% dos empreendedores e as dívidas financeiras de longo prazo foram classificadas como baixas ou muito baixas por 65% dos entrevistados.

Da parcela de empreendedores que solicitou empréstimos durante a pandemia, a boa notícia é que 85% tiveram o pedido inteiramente (54%) ou parcialmente (31%) concedido pela instituição financeira. Em apenas 12% dos casos o empréstimo foi recusado e em 3% das situações o próprio empreendedor recusou os recursos por não concordar com os termos da proposta.



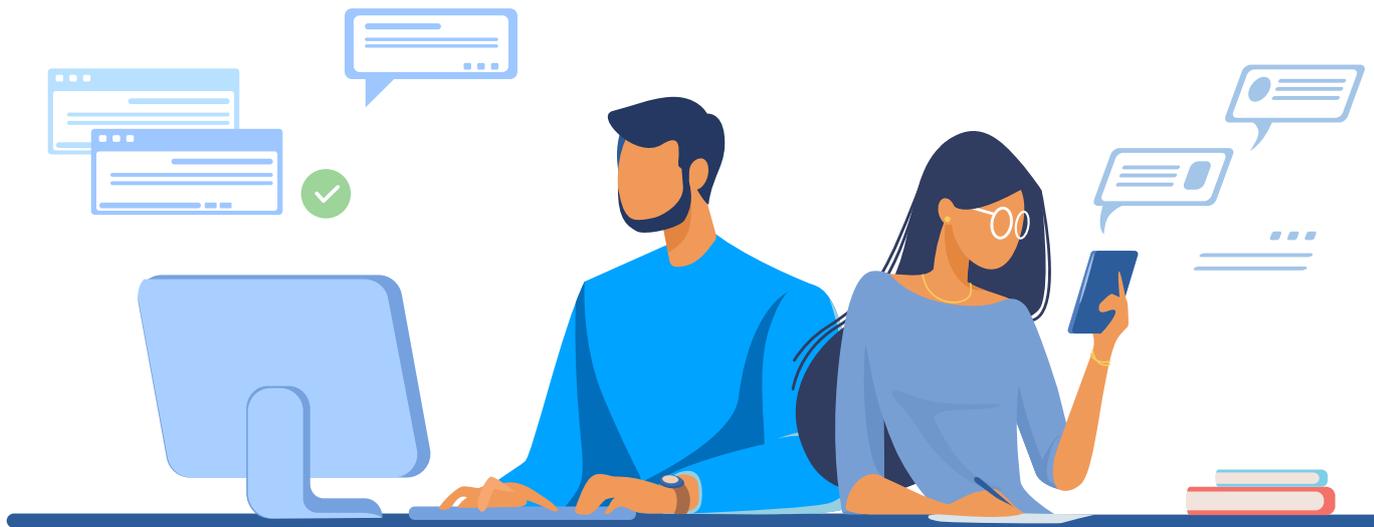


Para minimizar os efeitos da crise econômica decorrente da pandemia, o governo federal adotou uma série de medidas de apoio aos empreendedores, que incluíam a possibilidade de reduzir jornadas e salários dos colaboradores por um período determinado e a disponibilização de linhas de crédito que permitiram às empresas manter o negócio rodando.

A utilização dessas medidas apresentou equilíbrio entre os participantes da pesquisa: 52% fizeram uso de pelo menos uma delas, enquanto 48% não aderiram ou se recusaram a responder. O maior nível de adesão foi verificado entre as MEs e as EPPs (64%), entre as mulheres (59%), entre empreendedores da Região Nordeste (69%) e entre os empresários entre 40 e 49 anos (58%).

As três medidas mais populares foram a redução temporária de jornada e salário dos colaboradores (26%), a suspensão temporária de pagamento de tributos como o FGTS (25%) e a suspensão temporária de contratos de trabalho dos funcionários (22%).

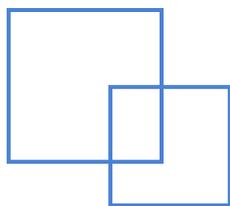




## Digitalização como legado da pandemia

A chegada da pandemia e o início das medidas de restrição de mobilidade obrigaram as pequenas e microempresas a agirem para manter os negócios de pé. A pesquisa detectou que o nível de digitalização era baixo antes da crise sanitária: apenas 41% dos entrevistados tinham um site exclusivo para divulgar seus produtos e serviços e 27% tinham um site exclusivo para vendas de produtos e serviços. A digitalização cresceu ao longo de 2020 e 2021, e esses percentuais chegaram a 58% e 41%, respectivamente.

Antes da pandemia, o uso de canais digitais para receber pagamentos de clientes ou para arcar com despesas com fornecedores, por exemplo, também era tímido. A crise sanitária mudou um pouco esse cenário. A fatia relativa aos pagamentos online dos clientes, como proporção do total de pagamentos recebidos pela empresa, passou a ser considerada grande ou muito grande por 38% dos empresários (contra 27% antes da pandemia).

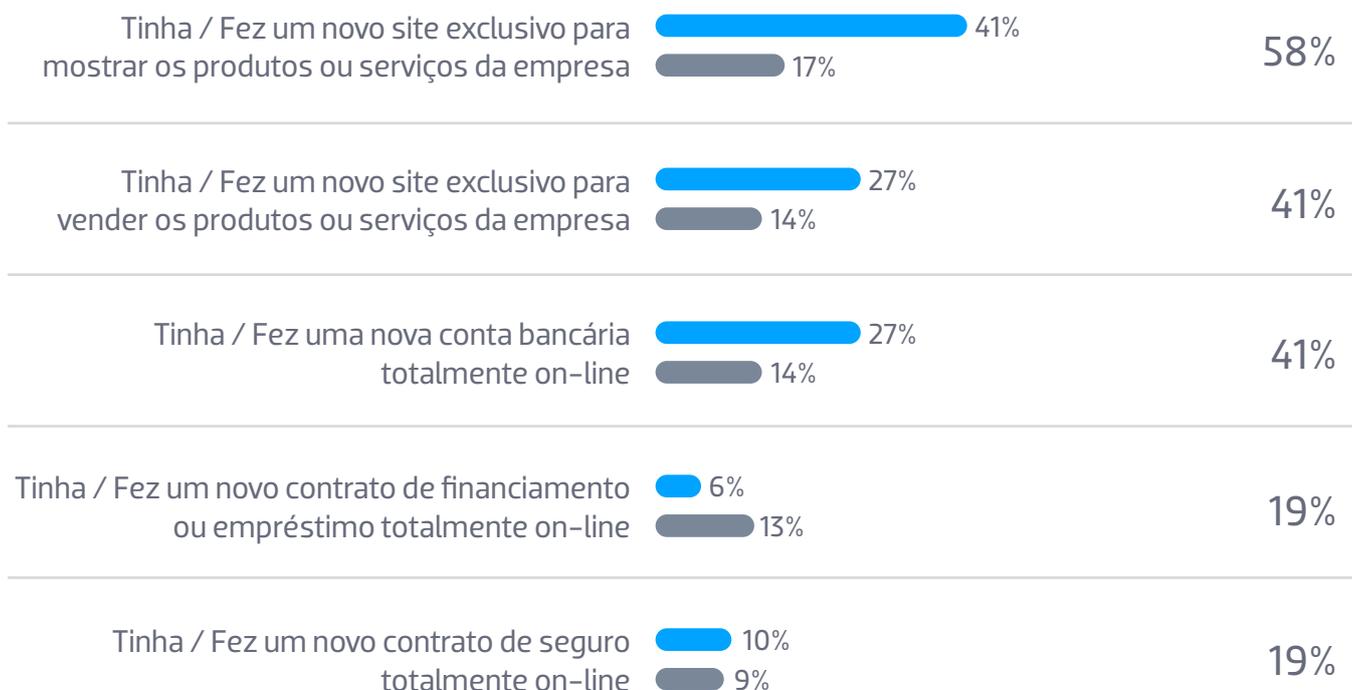


Se antes da pandemia 12% classificavam como grande ou muito grande a participação das vendas online no total de vendas da empresa, durante a crise sanitária esse percentual passou para 16%. O uso de mídias sociais como Facebook e Instagram para ações de marketing e publicidade também se intensificou. Se antes era classificado como grande ou muito grande para 26% dos entrevistados, com a chegada da pandemia o percentual passou para 37%.

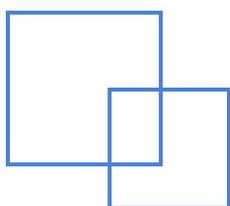
### O que tinha antes da pandemia e as ações tomadas durante a pandemia de COVID-19

● Antes da pandemia

● Durante a pandemia

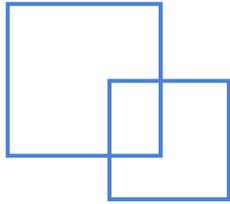


# ONDE O BRASIL ESTÁ EM RELAÇÃO AOS OUTROS PAÍSES?



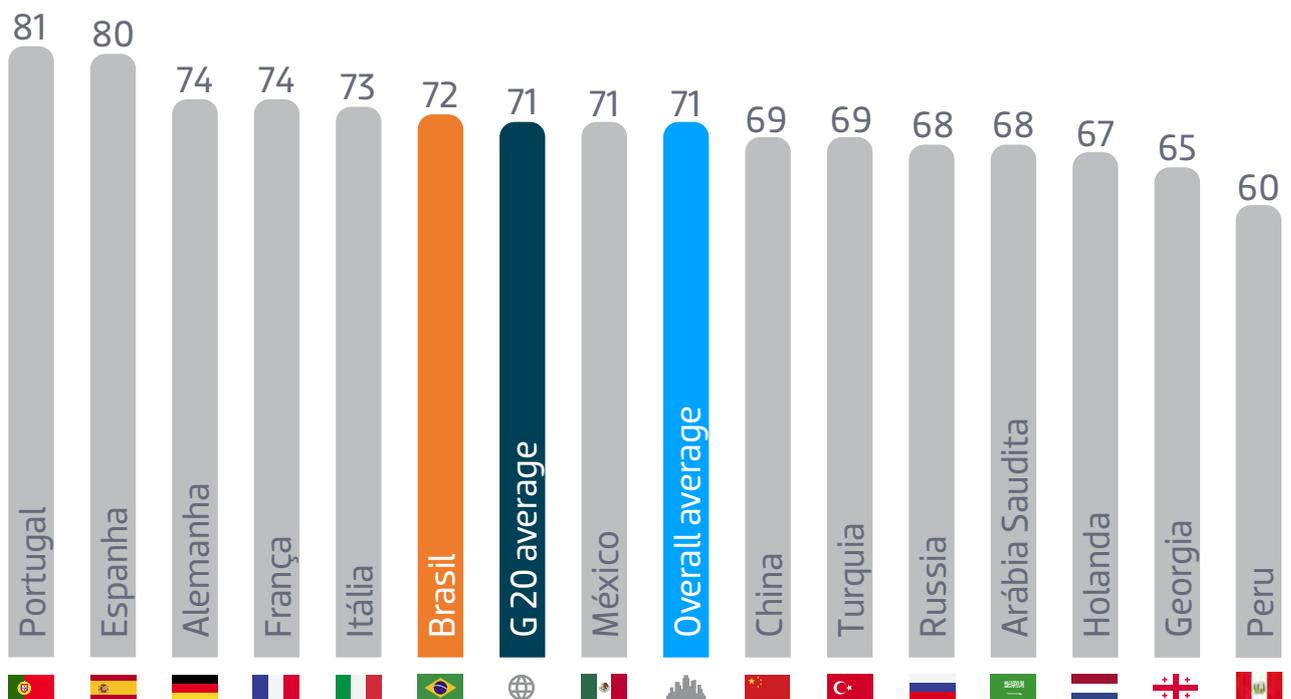
Com objetivo de analisar a alfabetização financeira, a digitalização e impacto da pandemia nas micro e pequenas empresas, a OCDE realizou uma pesquisa global que contou com a participação voluntária de 14 países – nove países-membros do G20 e cinco países não membros. Para se interpretar o relatório é importante considerar que ele inclui resultados médios de todos os países, calculados a partir da média aritmética das estimativas disponibilizadas por cada um. É importante frisar que cada participante foi responsável pela coleta de seus dados internos, usando o instrumento de pesquisa desenvolvido pela OCDE/INFE 2020. A coleta de dados foi feita entre março de 2021 e setembro de 2021. A metodologia detalhada pode ser vista no relatório da OCDE (dar o link).



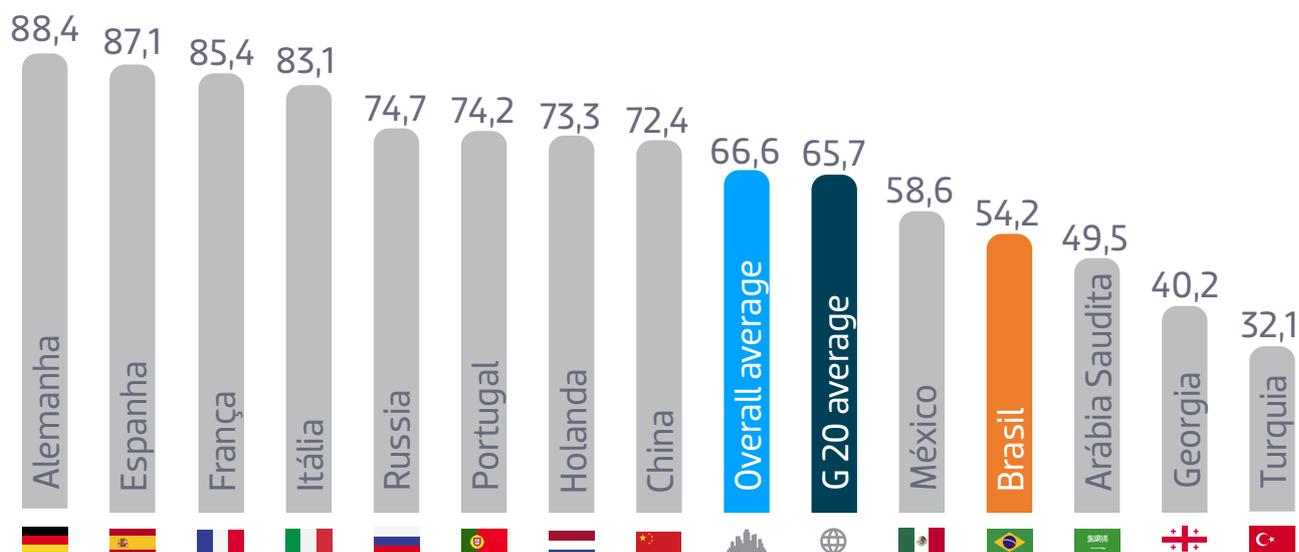


Em termos de conhecimento financeiro, a pesquisa elaborada pelo OCDE mostra que a maioria dos entrevistados (80%) entendeu bem o conceito de risco e inflação. O Brasil encontra-se na média com relação aos demais países. Existe, no entanto, uma variação significativa quando o assunto é dividendo. Comparativamente aos países participantes da pesquisa, o Brasil está abaixo da média, espelhando conhecimento limitado dos micros e pequenos empresários sobre esse tema. Outro ponto de atenção é a diferença de gênero. O Brasil aparece como um dos poucos países nos quais os homens apresentam uma pontuação maior do que as mulheres quanto à alfabetização financeira.

### Índice de alfabetização financeira

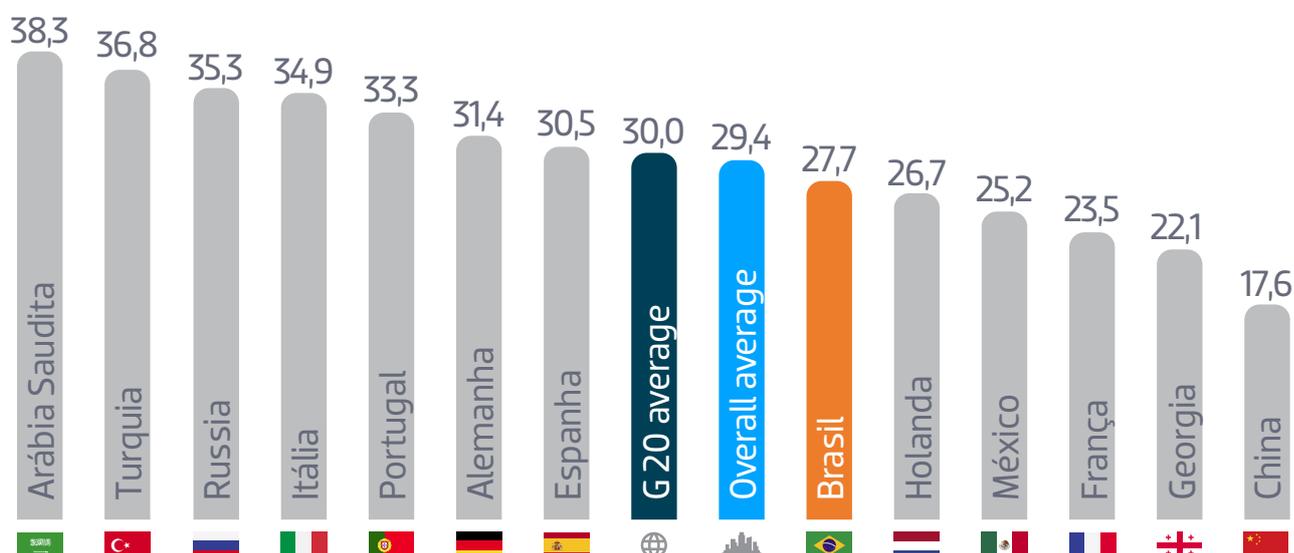


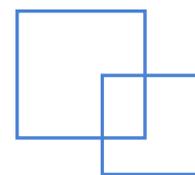
### Conhecimento sobre Dividendos



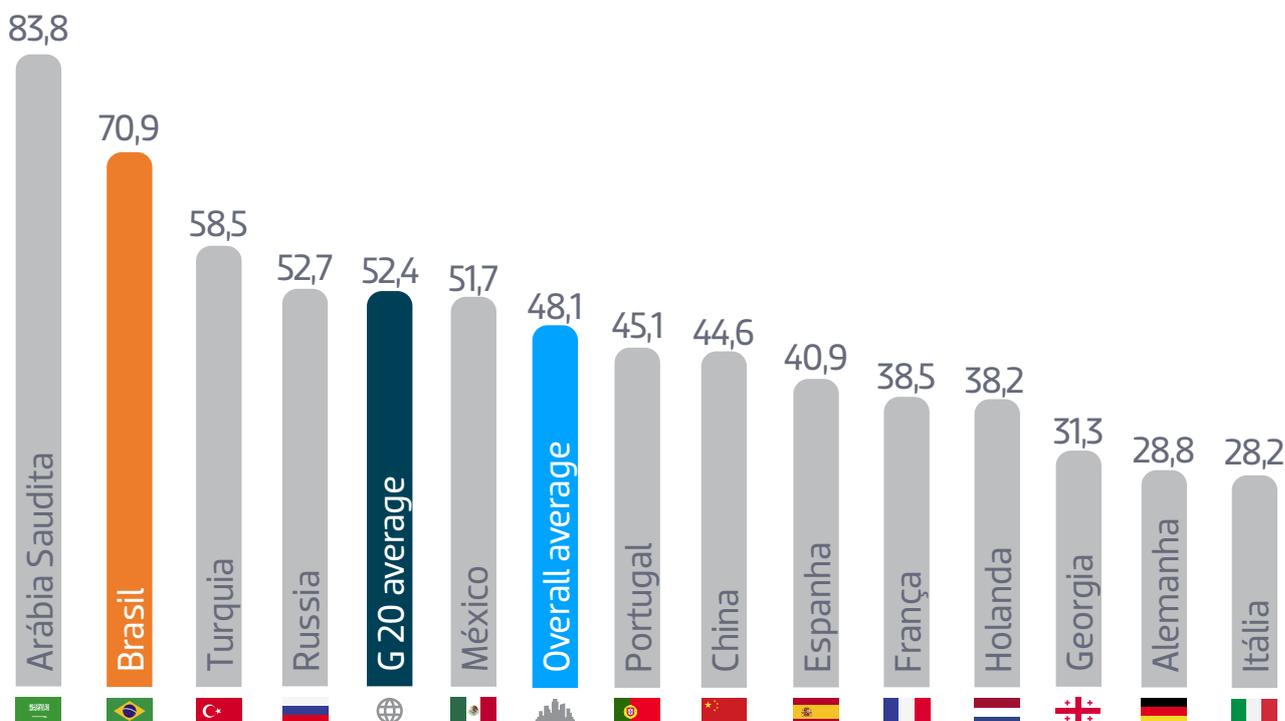
Para examinar o nível de digitalização entre os países a pesquisa global levou em consideração a criação de sites ou páginas em redes sociais, divulgação e comercialização de produtos e serviços online, e operações financeiras feitas pela internet. Os resultados globais mostram uma ampliação do nível de digitalização das micro e pequenas empresas em todos os países participantes da pesquisa. Além disso, a pesquisa revela que o aumento da digitalização está positivamente associado ao nível de alfabetização financeira dos empresários.

### Nível de digitalização antes da pandemia





## Aumento das atividades digitais durante a pandemia



Durante a pandemia, governos de todos os países buscaram apoiar as micro e pequenas empresas oferecendo diferentes ferramentas de auxílio durante a crise. Entretanto, muitas empresas se adaptaram rapidamente às novas circunstâncias promovendo diversas mudanças de gestão do negócio. Os resultados da pesquisa revelam que, na maioria dos países, os proprietários com maior nível de alfabetização financeira tiveram menor adesão ao apoio governamental. A pesquisa também revela que, durante a pandemia, a busca por soluções digitais foi o caminho percorrido pelas micro e pequenas empresas. Comparativamente, aos participantes da pesquisa, o Brasil aparece como um dos países que mais se digitalizaram durante a pandemia, ficando atrás somente da Arábia Saudita.





## CONSIDERAÇÕES FINAIS



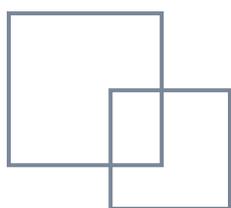
Os resultados da pesquisa brasileira, apresentados neste relatório, mostram que mais de 50% das micro e pequenas empresas foram fortemente atingidas pela crise econômica imposta pela pandemia. Muitas empresas tiveram que desenvolver novas estratégias de gestão financeira para adaptar seus negócios.



Os resultados do relatório corroboram a ideia de que, durante a pandemia, os empreendedores com maior nível de alfabetização financeira sofreram menor impacto financeiro. A baixa necessidade de recorrer a medidas governamentais de socorro também está associada ao conhecimento financeiro. Pessoas com mais elevado nível de alfabetização financeira apresentaram maior conscientização das medidas de apoio, mas foram menos propensas a utilizá-las.



Com relação ao nível de alfabetização financeira por gênero, os homens apresentam um nível de conhecimento financeiro levemente superior ao das mulheres. O mesmo acontece no quesito impacto financeiro e digitalização. Os dados mostram que as empresas lideradas por homens tiveram impactos financeiros menores e, também, foram os homens que mais buscaram digitalizar o gerenciamento financeiro de seus negócios durante a pandemia.



O relatório mostra que muitas empresas adotaram inovações digitais durante a pandemia, tanto na promoção e venda de seus produtos e serviços, quanto na utilização de meios digitais para pagamentos, recebimentos, movimentações bancárias e contratação de empréstimos e financiamentos.



A despeito das melhoras identificadas no quesito digitalização, a bancarização ainda apresenta um gap. Existem, no Brasil, micro e pequenos empresários que sequer têm uma conta bancária. Cerca de 16% utilizam uma mesma conta para administrar as finanças pessoais e as da empresa.



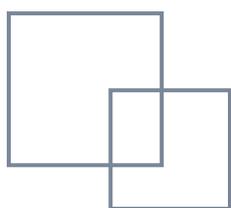
Os números mostram que ainda existe um desafio em torno da bancarização e alfabetização financeira para as micro e pequenas empresas. Os desafios também são colocados quando olhamos para o conhecimento e uso de produtos e serviços financeiros dirigidos ao mundo corporativo.



Entre os instrumentos de crédito disponíveis para esse universo de empreendedores, apenas os mais tradicionais são conhecidos e usados. Figuram na lista os empréstimos bancários, o cheque especial e o microcrédito, todos citados por mais de 90% dos entrevistados.

A pesquisa mostra que o conhecimento diminui à medida que os produtos e serviços se sofisticam. Ou seja, é grande a distância entre os micros e pequenos empresários brasileiros e o mercado de capitais.





Os resultados deixam claro que o caminho para preencher essa lacuna é a educação. Afinal, quanto mais escolarizado o empreendedor, maior é o conhecimento sobre produtos e serviços financeiros voltados para o segmento corporativo. Empresários com curso universitário têm mais informações que seus pares com ensino médio e fundamental sobre os 20 produtos financeiros apresentados. Mesmo sabendo do que se trata, a taxa de utilização dos produtos e serviços mais sofisticados ainda é muito baixa.



Em outras palavras, o mercado de capitais brasileiro tem à frente um desafio enorme de se fazer conhecido pelo micro e pequeno empresário. Aliás, pouco mais da metade dos empreendedores brasileiros têm curso superior, o que indica a necessidade de se buscar alternativas que vão além da educação formal.



Para as instituições financeiras, esse universo representa uma oportunidade enorme de negócios, potenciais clientes que hoje estão fora ou inseridos de maneira muito tímida nesse mercado.



O desafio é abordar corretamente o público, com estratégias de comunicação que façam sentido para as demandas dele, disponibilizando produtos e serviços adequados às suas necessidades. Esperamos que os resultados desta pesquisa ajudem na tarefa.

