

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

VANESSA SEEFELD

ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS E FERRAMENTAS DE CONTROLE
GERENCIAL ENVOLVIDOS NO SUCESSO DOS PROJETOS DE
CROWDFUNDING NA EDUCAÇÃO BÁSICA

CURITIBA

2017

VANESSA SEEFELD

ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS E FERRAMENTAS DE CONTROLE
GERENCIAL ENVOLVIDOS NO SUCESSO DOS PROJETOS DE
CROWDFUNDING NA EDUCAÇÃO BÁSICA

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção de grau de mestre. Programa de Mestrado em Contabilidade do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná. Área de concentração: Contabilidade e Finanças.

Orientadora: Prof^a. Dra. Simone Bernardes Voese.

CURITIBA

2017

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS – SIBI/UFPR COM DADOS FORNECIDOS PELO(A) AUTOR(A)
Bibliotecária: Mara Sueli Wellner – CRB 9/922

Seefeld, Vanessa

Análise dos fatores críticos e ferramentas de controle gerencial envolvidos no sucesso dos projetos de *Crowdfunding* na educação básica / Vanessa Seefeld . - 2017.

102 p.

Orientador: Simone Bernardes Voese.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Contabilidade, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

Defesa: Curitiba, 2017.

1. Contabilidade gerencial. 2. Crowdfunding. 3. Educação básica. 4. PMBOK. I. Voese, Simone Bernardes, 1976-. II. Universidade Federal do Paraná. Setor de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Contabilidade. III. Título.

CDD 657.1511



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Programa de Pós Graduação em CONTABILIDADE
Código CAPES: 40001016050PO

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CONTABILIDADE da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **VANESSA SEEFELD**, intitulada: "**ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS E FERRAMENTAS DE CONTROLE GERENCIAL ENVOLVIDOS NO SUCESSO DOS PROJETOS DE CROWDFUNDING NA EDUCAÇÃO BÁSICA**", após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVADA no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 27 de Setembro de 2017.

SIMONE BERNARDES VOESE
Presidente da Banca Examinadora (UFPR)

CICERO APARECIDO BEZERRA
Avaliador Interno (UFPR)

MARCIA MARIA DOS SANTOS BORTOLOCCI ESPEJO
Avaliador Externo (UFMS)

Aos meus amados Lori e Valdecir,
que completam minha tríade.
Vocês são o impulso para
as minhas realizações.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por ter me concedido a vida, por me abençoar ricamente o tempo todo e por ser meu suporte em todos os meus passos. Pelo dom que me deste e busco aperfeiçoar a cada dia.

À minha família, por todo o amor, por quem sou e por tudo o que tenho alcançado. Pai, sei que aí, do outro plano, está orgulhoso dos caminhos que temos seguido. Mãe e irmão, nunca será suficiente agradecer o que fizeram e fazem por mim, minha sustentação em todos os momentos, em todos os sentidos, e o motivo de minhas batalhas.

Aos professores de toda minha trajetória – do maternal à graduação, cada um contribuiu para minha evolução e guardo todos com muito amor, vocês nem se dão conta do quanto acrescentam na vida de cada aluno que por vocês passam.

Aos professores da Pós-Graduação em Contabilidade da UFPR, meu agradecimento especial, pois foi um período intenso de desconstrução de paradigmas e reestruturação do conhecimento, que conduziram brilhantemente e me acrescentaram muito. Destaco o professor Romualdo Douglas Colauto pelos ensinamentos quanto à docência e entusiasmo à didática.

À minha orientadora, Simone Bernardes Voese, que me acolheu carinhosamente, me motivou e desafiou constantemente a pensar mais “fora da caixa”, agradeço sua paciência e atenção durante todo o processo, foi uma satisfação trabalhar ao seu lado, você é uma inspiração como profissional e, especialmente, como ser humano!

Aos membros da banca, Márcia Marcia dos Santos Bortolucci Espejo e Cícero Aparecido Bezerra, professores escolhidos carinhosamente para este propósito, pois acrescentaram imensuravelmente à minha trajetória, e agradeço pelas excelentes contribuições ao trabalho, vocês são exemplos de pessoas, professores e pesquisadores, exalam o amor pelo ensino!

À Cassiana Bortoli, minha companheira de apartamento, Deus colocou você no meu caminho, escolheu a melhor para compartilhar esse período comigo! Nunca será o suficiente agradecer por nossa parceria, nossos choros e risos, as melhores histórias e uma saudade que não cabe em nós, uma irmã de alma.

Meus colegas de Contabilidade Gerencial: Edenise, Ivanildo, Adriely, vocês são incríveis, agradeço tudo que passamos juntos e tanta parceria em todos os momentos, assim como colegas de todo o Programa: Edicleia, Aline, Diones, Joana,

Alcido, Luciana, Allan Marcelo, Henrique, que proporcionaram um ambiente de discussões, de compartilhamento de ideias e de amizade. Todos os colegas da turma: vocês tornaram tudo mais leve e divertido.

Minhas queridas Sonia Raifur Kos e Franciele Daciê, anjos na minha vida e que bom que existem pessoas como vocês nesse mundo, vocês são amigas maravilhosas, me ofereceram suporte sempre que precisei, me contagiaram com sua força!

Agradecimento especial também aos meus familiares, por suas orações e desejos de que tudo desse certo... E aos meus amigos que torceram, me empolgaram e incentivaram sempre, vale a pena ter vocês comigo, a amizade de cada um de vocês é imprescindível, em qualquer lugar que eu esteja.

Aos participantes da pesquisa que contribuíram para o desenvolvimento da ciência.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pelo apoio financeiro recebido nesses dois anos.

Agradeço também, aos secretários do PPGCont Márcio e Camila pelo suporte administrativo prestado e por estarem sempre à disposição.

Enfim, a todos que de alguma forma contribuíram para a realização desta dissertação!

*“Aquele que se enamora da prática, sem a ciência, é como um navegante que entra no navio sem timão ou sem bússola, que jamais tem a certeza de onde vai.
Sempre a prática deve ser edificada sobre a boa teoria.”*

Leonardo da Vinci

RESUMO

A educação é um pilar de sustentação imprescindível para o desenvolvimento de um indivíduo e a sociedade em que está inserido, assim como um país é solidificado de acordo com a base educacional que possui. Observa-se a situação crítica de gestão que o governo vem percorrendo, nas esferas federal, estaduais e municipais, o que reflete em dificuldades de subsídios de programas como saúde, segurança, infraestrutura e a educação, que é o objeto desse estudo. Diante destes obstáculos, comunidades têm-se unido com a finalidade de melhorar este cenário, por meio de cooperação, professores, familiares e Organizações Não Governamentais unem esforços e dedicam seu tempo e recursos para as causas educacionais. Com o propósito de levantar recursos e viabilizar projetos sociais e culturais, surgiu em 2009 no Brasil o *crowdfunding*, sendo uma modalidade de financiamento coletivo cada vez mais difundida, no entanto, há projetos que atingem rapidamente sua meta proposta, enquanto outros não conseguem atingir. Neste sentido, o presente estudo foi desenvolvido com o objetivo de identificar os fatores críticos e as ferramentas de controle gerencial utilizados pelas escolas que suportam o sucesso dos projetos de *crowdfunding* na educação básica. Utilizou-se a Teoria da Riqueza de Mídia como sustentação teórica desta pesquisa, que possui caráter descritivo com abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de análise do conteúdo dos projetos de *crowdfunding* direcionados para a Educação Básica Pública no Brasil em quatro plataformas: Kickante, Catarse, Juntos.com.vc e Somosprofessores.org, totalizando 243 projetos e então foi encaminhado um questionário para os proponentes desses projetos, o qual foram obtidas 28 respostas, perfazendo uma taxa de 11,5% de retorno. Conforme as análises dos dados obtidos por meio dos questionários, não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas em relação as variáveis entre os projetos que atingiram a meta e os que não atingiram a meta proposta. No entanto, pode constatar-se que as escolas estão utilizando processos de gerenciamento e ferramentas de controle gerenciais com alta frequência em seus projetos. Ao considerar as análises contendo a população completa, as variáveis “amplitude da descrição” e “tamanho da meta proposta” apresentaram diferenças estatisticamente significativas. Em relação à amplitude, observa-se em geral, que os projetos apresentam descrições consideradas mais curtas são aqueles que não atingiram a meta. A situação defendida pela teoria consiste que com o aumento da informação da descrição da proposta há influência positiva sobre o sucesso do financiamento. Ao considerar o tamanho da meta, na escala, os projetos que atingiram a meta tiveram a média inferior a R\$10.000,00, corroborando com a teoria, que defende os projetos de valores elevados como sendo julgados mais arriscados e requerem mais confiança dos financiadores, dificultando a obtenção do seu sucesso. Este estudo apresenta-se precursor ao relacionar a Contabilidade Gerencial com *crowdfunding* na educação básica e apresenta como contribuição a identificação de fatores como a descrição do projeto e o valor da meta como sendo diferenciais no momento de sensibilizar o contribuinte a apostar em seu projeto. Em decorrência dessa identificação de fatores que influenciam o sucesso, torna-se praticável o direcionamento de esforços e investimentos para os fatores que realmente proporcionem o diferencial no momento de sensibilizar o contribuinte a apostar em seu projeto.

Palavras-chave: *Crowdfunding*; Teoria da Riqueza de Mídia; Controles Gerenciais; PMBOK; Educação Básica.

ABSTRACT

Education is an essential pillar of support for the development of an individual and for the society in which he is inserted, just as a country is solidified according to the education basis it possesses. It is observed the critical management situation that the government has been going through at the federal, state and municipal levels, which reflects in difficulties for subsidies of programs such as health, safety, infrastructure and education, which is the object of this study. Faced with these obstacles, communities have come together to improve this scenario, through cooperation, teachers, families and non-governmental organizations join forces and dedicate their time and resources to educational purpose. With the goal of raising funds and making social and cultural projects viable, in 2009 in Brazil rised the crowdfunding, being a mode of collective financing increasingly widespread, however, there are projects that quickly reach their proposed goal, while others can not reach it. In this sense, the present study was developed with the objective of identifying critical factors and tools of management control used by schools that support the success of crowdfunding projects in basic education. Media Wealth Theory was used as the theoretical support of this research, which has a descriptive character with a quantitative approach. The data were collected by analysing the content of crowdfunding projects directed to the Public Basic Education in Brazil on four platforms: Kickante, Catarse, Juntos.com.vc and Somosprofessores.org, totaling 243 projects and then a questionnaire was sent to the proponents of these projects, which were obtained 28 responses, resulting in an 11.5% rate of return. According to the analysis of the data obtained through the questionnaires, it was not found statistically significant differences in relation to the variables between the projects that reached the goal and those that did not reach the proposed goal. However, it can be seen that schools are using management processes and management control tools with high frequency in their projects. When considering the analyzes containing the complete population, the variables "amplitude of description" and "size of the proposed target" presented statistically significant differences. In relation to the amplitude, it is observed in general, that the projects present descriptions considered shorter are those that did not reach the goal. The situation advocated by the theory is that by increasing the information in the proposal description there is a positive influence on the success of the funding. When considering the size of the goal, in the scale, the projects that reached the goal had an average of less than 10,000.00 BRL, corroborating with the theory, that defends the projects of high values as being judged more risky and require more trust of the financiers, making it difficult for you to succeed. This study presents a precursor when relating Management Accounting with crowdfunding in basic education and presents as a contribution the identification of factors such as the description of the project and the value of the goal as being differential in the moment of sensitizing the taxpayer to bet on their project. As a result of this identification of factors that influence success, it becomes feasible to direct efforts and investments to the factors that actually provide the differential in the moment of sensitizing the contributor to bet on their project.

Keywords: Crowdfunding; Theory of Media Wealth; Management Controls; PMBOK; Basic Education.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo Estrutural / Desenho da Pesquisa	49
Figura 2 – Hipóteses de Pesquisa	49
Figura 3 – Boxplot da Meta atingida e Amplitude da descrição do projeto	68
Figura 4 – Análise da Meta atingida e Acompanhamento gráfico	69
Figura 5 – Análise da Meta atingida e Divulgação de vídeo	70
Figura 6 – Análise da Meta atingida e Experiência em projetos	71
Figura 7 – Boxplot da Meta atingida e Tamanho da meta proposta	72
Figura 8 – Análise da Meta atingida e Identificação da necessidade da escola	73
Figura 9 – Análise da Meta atingida e Determinação do objetivo do projeto	74
Figura 10 – Análise da Meta atingida e Identificação da necessidade do projeto	74
Figura 11 – Análise da Meta atingida e Estimativa de tempo de execução	75
Figura 12 – Análise da Meta atingida e Definição do cronograma	76
Figura 13 – Análise da Meta atingida e Definição do orçamento	76
Figura 14 – Análise da Meta atingida e Planejamento estratégico da escola	77
Figura 15 – Análise da Meta atingida e Planejamento tático do projeto	78
Figura 16 – Análise da Meta atingida e Realização de orçamento	78
Figura 17 – Análise da Meta atingida e Gestão de custos do projeto	79
Figura 18 – Análise da Meta atingida e Avaliação de Desempenho - Medidas Financeiras do projeto	79
Figura 19 – Análise da Meta atingida e Avaliação de Desempenho - Medidas Não Financeiras do projeto	80
Figura 20 – Boxplot da Meta atingida e Amplitude da descrição do projeto – Toda a população	81
Figura 21 – Análise da Meta atingida e Acomp. gráfico – Toda a população	82
Figura 22 – Análise da Meta e Divulgação de vídeo – Toda a população	83
Figura 23 – Boxplot da Meta atingida e Tam. da meta – Toda a população	83

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Construtos	51
Quadro 2 – Situação dos Projetos	52
Quadro 3 – Estados dos Projetos	53
Quadro 4 – Amostra Estratificada	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estados dos projetos de <i>crowdfunding</i>	58
Tabela 2 – Gênero dos Respondentes	59
Tabela 3 – Faixa etária dos Respondentes	59
Tabela 4 – Atividade profissional em Gestão Escolar	59
Tabela 5 – Área de atuação dos Respondentes	60
Tabela 6 – Formação acadêmica dos Respondentes	60
Tabela 7 – Pós-graduação dos Respondentes	61
Tabela 8 – Tempo dos Respondentes na Instituição	61
Tabela 9 – Tempo de experiência dos Respondentes	62
Tabela 10 – Experiência em projetos de <i>crowdfunding</i> dos Respondentes	62
Tabela 11 – Amplitude da descrição do projeto	63
Tabela 12 – Existência de material gráfico e vídeo	63
Tabela 13 – Tamanho da meta proposta	64
Tabela 14 – Análise descritiva dos processos de gerenciamento de projetos	65
Tabela 15 – Análise descritiva das ferramentas de controle gerencial	66

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	19
1.2	OBJETIVOS	21
1.2.1	Objetivo geral	21
1.2.2	Objetivos específicos	21
1.3	JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÕES	21
1.4	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	23
2	REFERENCIAL TEÓRICO	24
2.1	EDUCAÇÃO BÁSICA.....	24
2.2	CROWDFUNDING.....	29
2.3	TEORIA DA RIQUEZA DE MÍDIA	32
2.4	FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO CROWDFUNDING	34
2.4.1	Amplitude da Descrição do Projeto	34
2.4.2	Acompanhamento Gráfico	35
2.4.3	Fornecimento de Material de Vídeo	36
2.4.4	Experiência em Projeto	38
2.4.5	Tamanho da Meta Proposta	38
2.5	GERENCIAMENTO DE PROJETOS - PMBOK.....	39
2.6	FERRAMENTAS DE CONTROLE GERENCIAL	41
2.6.1	Planejamento Estratégico	43
2.6.2	Orçamento	43
2.6.3	Gestão de Custos	44
2.6.4	Avaliação de Desempenho	44
2.6.5	Utilização de Ferramentas em Estudos Anteriores	45
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
3.1	TIPOLOGIA DA PESQUISA	47

3.2	MODELO ESTRUTURAL E HIPÓTESES DE PESQUISA.....	48
3.3	CONSTRUCTOS E VARIÁVEIS DE PESQUISA	50
3.4	POPULAÇÃO E AMOSTRAGEM.....	52
3.5	PRÉ-TESTE.....	54
3.6	INSTRUMENTO DE PESQUISA E TÉCNICA PARA COLETA DE DADOS	55
3.7	TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS.....	56
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	58
4.1	ANÁLISE DESCRITIVA.....	58
4.2	ANÁLISE BIVARIADA	68
4.3	SÍNTESE DOS RESULTADOS	84
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
	REFERÊNCIAS	90
	APÊNDICES.....	98
	APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS.....	98
	APÊNDICE 2 – CARTA DE APRESENTAÇÃO	99
	APÊNDICE 3 – QUESTIONÁRIO.....	100

1 INTRODUÇÃO

“A fundação de cada Estado é a educação de sua juventude”, frase de autoria do filósofo grego do século III d.C. Diogenes Laertius (Brandão, 2009), que apesar de antiga mostra-se válida até os dias contemporâneos. Para Silva Filho (2008), a educação é um agente facilitador e, portanto, fator determinante no desenvolvimento de qualquer nação. Neste sentido, o autor argumenta que sem qualificação é praticamente impossível uma nação se manter e competir na era do conhecimento.

Segundo o parágrafo 1 do Art. 26 da Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU (1948), “Toda pessoa tem direito à educação”. No Brasil, o direito à educação é garantido no Art. 205 da Constituição Federal (1988), ao relatar que a educação é direito de todos e dever do Estado e da família, e promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando o pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

A educação tem recebido diversas abordagens na sociedade brasileira ao longo da história, que vai ao encontro com o que o filósofo francês David Émile Durkheim *apud* Sobral (2000) defende, como a educação sendo um processo de socialização, que envolve as pessoas no contexto social e, portanto, varia conforme o tempo e o meio. Segundo o autor, a educação tanto integra o indivíduo ao meio social, como também lhe proporciona uma capacidade de autonomia maior e, por isso, é relevante mostrar que a educação sempre tem importância social.

Com a Revolução de 1930, a função de integração e planejamento da educação brasileira passou a ser responsabilidade do Governo Federal, atribuição que desde o Império, os governantes eram omissos e deixavam a cargo da esfera estadual (Alves, 2007). A partir do desenvolvimento educacional, iniciou-se uma tentativa de construção de uma política nacional para a escola pública (Moreira & Barros, 2015).

Entre o início da década de 50 e de 60, a educação era considerada um instrumento de mobilidade social, que além das funções de socialização e de formação, deveria dar “status” aos indivíduos. Portanto, representava para o indivíduo a possibilidade de prestígio e ascensão na hierarquia da estrutura piramidal social e, para a sociedade, sinalizava uma maior abertura do sistema de divisão de classes sociais (Sobral, 2000).

A partir da década de 90, Sobral (2000) relata que a educação começou a ser considerada promotora de competitividade, possibilitando ao indivíduo melhor condição

de empregabilidade, trazendo a modernidade associada ao desenvolvimento sustentável. Desta forma as empresas tornavam-se mais competitivas no mercado internacional, fato este que contribuiu para o desenvolvimento da sociedade brasileira. Conforme o autor, a novidade da década de 90 é que educação, ciência e tecnologia começaram a ser consideradas um tripé para o desenvolvimento humano (Sobral, 2000).

A educação é vista como um elemento propulsor de acesso à informação, proporcionada por uma formação básica de qualidade e o domínio dos elementos de leitura, escrita e cálculo, possibilitando o desenvolvimento das competências laborativas e humanas adequadas ao cenário produtivo (Melo, 2012). O autor defende que uma educação básica de qualidade e universalizada é fundamental para formação de trabalhadores, para mudar o cenário de baixa qualificação industrial brasileira.

É notório que a procura de educação para fins econômicos não parou de crescer na maior parte dos países, e internacionalmente é realçada a importância do capital humano e do investimento educativo para a produtividade (Delors & Eufrazio, 1998). Devido ao progresso técnico, os autores ressaltam a necessidade de formar agentes econômicos aptos a utilizar as novas tecnologias e que revelem um comportamento inovador para suprir esta demanda.

Aliado a esta busca por produtividade, o processo de globalização requer também a formação de pesquisadores altamente qualificados pelas universidades e pelo sistema de pós-graduação (Sobral, 2000). Conforme os autores, os pesquisadores são os responsáveis pela pesquisa científica “de ponta” e pela produção de novas tecnologias, que tem seu alicerce na educação básica e profissional para sua mão-de-obra.

A fim de alcançar a melhoria da qualidade de aprendizagem e formação profissional, o Relatório da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI elaborado em favor da UNESCO, estabelece que a educação deve ser organizada de acordo com quatro aprendizagens fundamentais que serão pilares para o conhecimento de cada indivíduo: aprender a conhecer, na obtenção de instrumentos para compreensão; aprender a fazer, a fim de agir sobre o meio envolvido; aprender a viver juntos, para participar e cooperar com os outros nas atividades; e aprender a ser, via essencial que integra as três precedentes (Delors & Eufrazio, 1998; UNESCO, 2010).

Ao considerar os meios de comunicação e armazenamento de informações que estão disponíveis, a educação apresenta obrigações que aparentemente são contraditórias (Delors & Eufrazio, 1998). Conforme a UNESCO (2010), isso ocorre em virtude da educação transmitir de forma eficaz, cada vez mais saberes e saber-fazer

evolutivos, pois são as bases das competências do futuro, e também é de sua competência encontrar referências que impeçam as pessoas de ficar perdidas em meio a tantas informações, orientando-as para projetos de desenvolvimento individuais e coletivos. Delors e Eufrazio (1998) exemplificam que é responsabilidade da educação fornecer os mapas de um mundo complexo e constantemente agitado e, ao mesmo tempo, a bússola que permita navegar por meio dele.

A educação escolar é composta, conforme o Art. 21 da Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº. 9.394/96), por educação básica e educação superior. A Educação Básica é formada por três etapas: educação infantil, ensino fundamental e ensino médio. Cury (2002) ilustra a educação infantil como sendo a base da educação básica, o ensino fundamental é o seu tronco e o ensino médio é seu acabamento, possibilitando a visão do todo.

O Art. 22 da Lei nº. 9.394/96 estabelece como finalidades da educação básica: desenvolver o educando, assegurar-lhe a formação comum indispensável para o exercício da cidadania e fornecer-lhe meios para progredir no trabalho e em estudos posteriores. A educação básica é caracterizada no Art. 4 desta mesma lei, como um direito do cidadão à educação e um dever do Estado em atendê-lo por meio de oferta qualificada. Por ser considerada indispensável, é um direito social para promover a participação ativa e crítica do sujeito, nos grupos a que ele pertença, e na constituição de uma sociedade justa e democrática (Cury, 2002).

Delors e Eufrazio (1998) afirmam que na educação básica são formadas atitudes diante da aprendizagem que durarão ao longo de toda a vida e nela serão criadas as competências e aptidões que farão com que cada um possa continuar a aprender. Portanto, os autores defendem que é o lugar em que se adquire os instrumentos para o desenvolvimento das capacidades de raciocinar, imaginar e discernir, bem como o senso de responsabilidade, além de aprender a exercer a sua curiosidade em relação ao mundo em que vive.

Conforme o Art. 19 da Lei nº. 9.394/96, as instituições de ensino são classificadas nas seguintes categorias administrativas: (1) públicas, as criadas ou incorporadas, mantidas e administradas pelo Poder Público e (2) as privadas, mantidas e administradas por pessoas físicas ou jurídicas de direito privado. As escolas públicas precisam cumprir as normas gerais da educação nacional e do respectivo sistema de ensino, enquanto as escolas da iniciativa privada, além do cumprimento dessas normas, também devem ter autorização de funcionamento e avaliação de qualidade pelo Poder

Público, bem como possuir capacidade de autofinanciamento, conforme o que determina o Art. 7 desta lei.

De acordo com o Censo Escolar– 2015, coordenado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP, no ano de 2015, haviam 38.682.720 pessoas matriculadas na educação básica, entre crianças, jovens e adultos contemplados nas diferentes etapas e modalidades: ensino regular (educação infantil e ensinos fundamental e médio), educação especial, educação de jovens e adultos (EJA) e educação profissional (cursos técnicos e cursos de formação inicial continuada ou qualificação profissional) (INEP, 2015).

Estas matrículas mencionadas estão distribuídas em 186.441 estabelecimentos em todo o Brasil conforme o Censo Escolar - 2015 (INEP, 2016) e essas instituições precisam de um processo de gestão eficiente e eficaz. Para tanto, Versiani, Rezende e Pereira (2016, p. 205) definem a Gestão Educacional como a “articulação dos recursos e das condições materiais e humanas presentes no processo educativo mediante práticas administrativas e pedagógicas”, e estas práticas efetivadas nas escolas vão contribuir na geração de valores que são, em maior ou menor grau, absorvidos pelo ambiente institucional.

Para que os gestores consigam desenvolver seu trabalho, são requeridas habilidades para adequar seus serviços às constantes situações vivenciadas nas escolas, de modo que consigam coordenar suas atividades gerenciais (Tureta, Tonelli & Alcadipani, 2011). Neste âmbito, a contabilidade gerencial faz parte do controle gerencial e surgiu para atender aos propósitos de planejamento e gestão de curto e longo prazo nas organizações (Horngren, 1965), constituindo-se no processo de identificar, mensurar, reportar e analisar dados e transformar em informações sobre as ocorrências econômicas (Atkinson, Derry, Renkl & Wortham, 2000).

Os estudos organizacionais sobre educação estão sendo fundamentados especialmente na descentralização e autonomia, para a construção de uma identidade institucional e uma gestão democrática (Lück, 2000). Conforme o autor, esta descentralização visa transferir as tomadas de decisão do órgão central da União para órgãos locais, compostos pelas secretarias de Estado e secretarias municipais, chegando também às escolas, nas quais as instâncias de gestão se encontram mais próximas da população.

Ao descentralizar as ações de gestão, pode-se obter autonomia da escola, mais no sentido político do que financeiro, pois está vinculado à capacidade dos gestores em

tomar decisões compartilhadas, articuladas e organizadas coletivamente para o alcance dos objetivos e resolução dos problemas (Lück, 2000). Na visão do autor, isso implica em monitorar, avaliar, comunicar e prestar contas das ações e resultados, situações componentes de um processo de transparência.

As organizações escolares e seus gestores devem se fundamentar em dois eixos, um deles é constituído pela finalidade da escola, a educação propriamente dita, e o outro eixo é o do contexto social, no ambiente em que a escola atua (Gianini & Gerardin Junior, 2010). Desta forma, busca-se ampliar o espaço educacional para a comunidade mediante atividades culturais e conquista-se o engajamento da família nas atividades da escola (Versiani, Rezende & Pereira, 2016).

A ampliação do espaço educacional e o desenvolvimento de atividades diferenciadas são reduzidos por falta de recursos governamentais, até mesmo manter os ambientes e projetos já existentes nas escolas se mostram como um desafio para seus gestores e a comunidade familiar envolvida. Neste sentido, surge em 2009 no Brasil uma nova modalidade de financiamentos, iniciada em 2006 em países mais desenvolvidos, o *Crowdfunding* (Garcia, 2013).

Utilizando-se de plataformas de organizações virtuais, o *crowdfunding* permite aos usuários a possibilidade de realizar investimentos em vários tipos de projetos e empreendimentos, inclusive educacionais. Assim, por meio de plataformas de mídia social *on-line* ocorre facilitação para a interação direta entre os investidores e os interessados, no caso de análise das escolas (Agrawal, Catalini & Goldfarb, 2011).

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Os investimentos em educação são fixados no Art. 69 da Lei 9.394/96, que estabelece a aplicação de competência da União de no mínimo dezoito por cento da receita resultante de impostos. Enquanto os Estados, Distrito Federal e os Municípios devem empregar, no mínimo, vinte e cinco por cento, ou o que consta nas respectivas Constituições ou Leis Orgânicas. No entanto, este orçamento não gera recursos suficientes para financiar a educação básica, sendo necessárias modificações para melhorar a qualidade das escolas (Oliveira, 2009).

Decorrente do orçamento público limitado para a educação básica, o desempenho dos estudantes do ensino médio mostrou estar no ano de 2015 em situação pior do que era há 20 anos nas disciplinas de português e matemática, conforme dados

do Ministério da Educação – MEC (Agência Brasil, 2016). No cenário internacional, o Brasil está entre os piores desempenhos do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes – PISA em 2015. Entre os 70 países avaliados pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, o Brasil aparece na 59ª posição em leitura, 63ª em ciências e 66ª em matemática (Portal Terra, 2016).

Uma maneira de elevar o comprometimento escolar é destacada por Gohn (2009), que aborda o desenvolvimento de projetos sociais educativos, especialmente para comunidades de baixa renda de cidades brasileiras, com o objetivo de promover a inclusão social e seu desenvolvimento. A autora destaca que o resultado obtido pelos projetos sociais engloba a melhoria das condições de vida das comunidades e também um melhor desempenho dos participantes na escola. Acredita-se que quanto mais tempo as crianças e jovens passam envolvidos com atividades escolares e sociais, menor será o tempo ocioso e a disponibilidade para criminalidade.

Diante das dificuldades de financiamento de projetos educacionais para escolas públicas em áreas economicamente carentes e utilizando as oportunidades advindas do uso intensivo de tecnologia da informação, surge o *crowdfunding* como uma metodologia complementar para levantamento de fundos para a viabilização de projetos sociais e culturais (Bier & Cavalheiro, 2015).

Entretanto, os projetos podem apresentar diferentes representatividades de financiamento, alguns atingem sua meta rapidamente, enquanto outros sequer conseguem atingir. Este estudo aborda os fatores determinantes para que a meta seja alcançada, que podem ser ocasionados pela estruturação do projeto a partir das ferramentas de controle gerencial e os fatores críticos provenientes da Teoria da Riqueza de Mídia. Desta forma, pretende-se aprofundar os conhecimentos sobre esta modalidade tão contemporânea na sociedade que é o *crowdfunding*.

A Teoria da Riqueza de Mídia possui como fundamentopano de fundo a questão de qual meio é utilizado para qual tipo de comunicação e é centrado na escolha apropriada para reduzir a incerteza do receptor (Koch e Siering, 2015). No contexto do *crowdfunding*, os autores expressam que a comunicação precisa ir além das descrições textuais, utilizando-se de um conjunto de mídias para fornecer complementos informacionais para incentivar a doação.

Diante do exposto, surge a seguinte inquietação de pesquisa: **Quais fatores críticos e ferramentas de controle gerencial estão relacionados com o sucesso dos projetos de *crowdfunding* na educação básica?**

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos refletem os propósitos a serem alcançados (Zanella, 2009). Nas subseções a seguir, estão dispostos os objetivos norteadores desta pesquisa.

1.2.1 Objetivo geral

Identificar os fatores críticos e as ferramentas de controle gerencial que suportam o sucesso dos projetos de *crowdfunding* na educação básica.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos fragmentam-se em:

- (1) Caracterizar o *crowdfunding*;
- (2) Identificar os fatores críticos para o sucesso nos projetos;
- (3) Identificar as ferramentas de controle gerencial utilizadas pelas escolas para suportar os projetos;
- (4) Relacionar os fatores críticos e as ferramentas de controle gerencial com o sucesso dos projetos.

1.3 JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÕES

Por se tratar de um assunto recente, há poucas pesquisas relacionadas ao termo “*crowdfunding*” no Brasil, totalizando apenas 07 artigos nas bases de periódicos científicos nacionais de língua portuguesa, pesquisados no Portal de Periódicos CAPES, nos seguintes periódicos: Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, Revista de Administração, Verso e Reverso, Revista Pensamento & Realidade, Comunicação, Mídia e Consumo, Revista Eletrônica de Gestão Organizacional e Revista Eptic.

O estudo de Bier e Cavalheiro (2015) elabora uma comparação entre o *Crowdfunding* e a Lei Rouanet para fomento de empreendimentos culturais. Blanck e Janissek-Muniz (2014) estudaram o caso de uma empresa social francesa em relação a

um novo desenvolvimento em gestão que é a prática da inteligência estratégica antecipativa coletiva – IEAc. Valiati (2013), por sua vez, analisou o funcionamento do site Catarse quanto às novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo. A pesquisa de Domingues (2013) abordou a relação entre a indústria cultural e a arte erudita, buscando legitimar o *crowdfunding* como um novo método de fomento cultural. Já Felinto (2012) focou em aspectos sociológicos, investigando as tensões ideológicas envolvidas nessas práticas.

Nas pesquisas que abrangem o aspecto cultural envolvido no processo, aponta-se o estudo de Bernardes e Lucian (2015), que investigaram sobre a satisfação dos apoiadores quanto à sua influência na co-criação dos projetos e seu sentimento de pertencimento a ele. Enquanto Silva e Lima (2014) abordaram sobre a influência da opinião pública no desenvolvimento do projeto de *crowdfunding* para o filme Veronica Mars.

A presente pesquisa mostra-se precursora no Brasil relacionada à Contabilidade Gerencial e fundamenta-se na questão de que as instituições estão utilizando-se de financiamentos coletivos para que seja possível colocarem seus projetos em prática. Para isso precisam do convencimento de que o projeto a ser custeado é interessante e resultará em um produto com grandes chances de sucesso para o público ao qual se destina (Bernardes & Lucian, 2015). Neste sentido, a presente pesquisa justifica-se pela necessidade de identificação de quais são os fatores críticos e as ferramentas de controle gerencial que suportam o sucesso do projeto, uma vez que no Brasil ainda não foram desenvolvidas pesquisas deste âmbito.

Catecati (2016) em sua dissertação na área de Engenharia de Produção objetivou localizar os fatores de sucesso ligados ao financiamento coletivo e avaliá-los junto aos desenvolvedores de produtos bem sucedidos da plataforma Kickstarter. Diferenciando desta pesquisa anterior, o presente estudo volta-se para à área Contábil, utiliza-se da Teoria da Riqueza de Mídia para embasamento e a finalidade não é voltada para a criação de produtos, mas sim para projetos direcionados à escolas de educação básica pública.

Em decorrência desta identificação, torna-se praticável o direcionamento de esforços e investimentos para os fatores que realmente proporcionem o diferencial no momento de sensibilizar o contribuinte a apostar em seu projeto. Portanto, a relevância do estudo está na apresentação de fatores envolvidos nos projetos de Educação Básica que dão subsídio para que o projeto obtenha sucesso e seja financiado, bem como

apontar os fatores que dificultam a contribuição dos investidores, ocasionando o insucesso.

Pode-se encontrar uma lacuna no que diz respeito a pesquisas relacionadas à inovação na área de Contabilidade, esta que ganha mais espaço constantemente na inserção ao ambiente das mídias digitais. Espera-se que os resultados obtidos nesta pesquisa sejam relevantes, para que diante de evidências, mais proponentes possam fortalecer seus projetos e alavancar o propósito de melhoria da educação brasileira. Adicionalmente, acredita-se que esta pesquisa possa iniciar os estudos científicos na área de contabilidade relacionados à temática de *crowdfunding*.

1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo apresentou as seguintes delimitações:

1) Quanto aos respondentes: o questionário foi encaminhado para os proponentes de projetos de *crowdfunding* direcionados para a Educação Básica Pública no Brasil, em plataformas brasileiras listadas como as mais influentes pela Organização de *Crowdfunding* nacional.

2) Quanto à teoria escolhida: este estudo é delineado conforme a lente da Teoria da Riqueza de Mídia, que aborda a questão de qual meio é utilizado para qual tipo de comunicação e é centrado na escolha do meio apropriado para reduzir a incerteza do receptor, corroborando com os objetivos delineados na presente pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção será apresentado um panorama sobre a Educação Básica no Brasil, destacando as diretrizes, metas e estratégias para a política educacional e sua avaliação. O segundo item da seção discorre sobre a metodologia do *Crowdfunding* e suas plataformas. O terceiro aborda a Teoria da Riqueza de Mídia e os aspectos motivacionais envolvendo seus financiadores, com as hipóteses da pesquisa decorrentes dos fatores críticos. O quarto e último item tratam sobre as ferramentas de controle gerencial utilizados para os projetos.

2.1 EDUCAÇÃO BÁSICA

“A educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais”, conforme previsto no Art. 1º da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira (LDB 9.394/96) é a legislação que regulamenta o sistema educacional do Brasil, tanto público quanto privado, que aborda todos os níveis, da educação básica ao ensino superior.

O Brasil teve duas Leis de Diretrizes e Bases da Educação em sua história, a primeira LDB foi promulgada em 1961 - Lei 4.024/61 e a segunda e vigente Lei 9.394/96, na qual reafirma o direito à educação, garantido pela Constituição Federal. Atribui à educação básica o objetivo de desenvolvimento do educando, assegurando-lhe a formação essencial para exercer a cidadania, prosseguir seus estudos e qualificação para ingressar no mercado de trabalho. A LDB estabelece os princípios da educação e os deveres do Estado em relação à educação escolar pública, definindo as responsabilidades, em regime de colaboração, entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios e divide a educação brasileira em dois níveis: a educação básica e o ensino superior.

A Educação básica subdivide-se em: Educação Infantil, que engloba creches (de 0 a 3 anos) e pré-escolas (de 4 e 5 anos), sendo gratuita mas não obrigatória e é de competência dos municípios. O Ensino Fundamental, compreende os anos iniciais (do 1º ao 5º ano) e os anos finais (do 6º ao 9º ano), este é obrigatório e gratuito, sendo que os municípios atendem aos anos iniciais e os Estados os anos finais. Porém, a LDB

estabelece que, gradativamente, os municípios serão responsáveis por todo o ensino fundamental. Por fim, na educação básica há o Ensino Médio, o qual abrange do 1º ao 3º ano, sendo os Estados os responsáveis. Todavia, existe a possibilidade de transformá-lo em ensino técnico profissionalizante (Pacievitch, 2009b).

Já o Ensino Superior é de competência da União e pode ser oferecido por Estados e Municípios, desde que estes já tenham atendido totalmente os níveis pelos quais são responsáveis. Fica a cargo da União a autorização e fiscalização destas instituições privadas de ensino superior (Pacievitch, 2009b).

No entanto, mesmo com a correlação existente específica entre a idade dos alunos e o nível e as modalidades de ensino, as leis e regulamentos educacionais garantem o direito de todo cidadão frequentar a escola regular em qualquer idade. Contudo, é uma obrigação do Estado oferecer garantias para que os jovens e adultos que não tenham frequentado a escola na idade adequada possam acelerar seus estudos e alcançar formação equivalente à educação básica (Portal Brasil, 2014).

Considerando esta premissa, além da educação básica e superior, a educação brasileira apresenta algumas modalidades de educação, que perpassam todos os níveis da educação nacional. São elas: Educação Especial, que atende os educandos com necessidades especiais, preferencialmente na rede regular de ensino, o Art. 58 da Lei 9.394/96 engloba como necessidades especiais alunos com deficiência, transtornos globais do desenvolvimento e altas habilidades ou superdotação; Educação à Distância para os estudantes em tempos e espaços diversos, com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação; Educação Profissional e Tecnológica, que visa preparar os estudantes a exercerem atividades produtivas, atualizar e aperfeiçoar conhecimentos tecnológicos e científicos; Educação de Jovens e Adultos atende as pessoas que não tiveram acesso à educação na idade apropriada; e Educação Indígena para as comunidades indígenas, de forma a respeitar a cultura e língua materna de cada tribo (Pacievitch, 2009b).

Tratando-se de recursos públicos destinados à educação, o Art. 68 da Lei 9.394/96 estabelece que serão originários de: I - receita de impostos próprios da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios; II - receita de transferências constitucionais e outras transferências; III - receita do salário-educação e de outras contribuições sociais; IV - receita de incentivos fiscais; V - outros recursos previstos em lei.

Das receitas mencionadas, a União aplicará, anualmente, nunca menos de dezoito por cento da receita resultante de impostos, e os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, vinte e cinco por cento, ou o que consta nas respectivas Constituições ou Leis Orgânicas, conforme enunciado no Art. 69 da Lei 9.394/96. Porém, a parcela de arrecadação de impostos transferida pela União aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios, ou pelos Estados aos respectivos Municípios, não será considerada, para efeito do cálculo da receita do governo que a transferir.

Com o intuito de acompanhar o andamento da educação no país, surge o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP. O Instituto tem a missão de promover estudos, pesquisas e avaliações sobre o Sistema Educacional Brasileiro para subsidiar a formulação e implementação de políticas públicas para a área educacional, utilizando-se de parâmetros de qualidade e equidade, produzindo informações claras e confiáveis aos gestores, pesquisadores, educadores e público em geral (INEP, 2011a).

O INEP foi criado em 1937, inicialmente intitulado de Instituto Nacional de Pedagogia e após diversas modificações e reestruturações, atingiu a forma vigente a partir da Lei nº. 9.448, de 14 de março de 1997, sendo transformada em uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC) (Pacievitch, 2009a).

O INEP é o responsável pelas avaliações do Sistema Educacional Brasileiro em todos os níveis e modalidades, e também pela impulsão de pesquisas e estudos relacionados à educação. Os dados estatísticos e avaliativos são obtidos por meio de (1) Censo Escolar, (2) Censo Superior, (3) Avaliação dos Cursos de Graduação, para reconhecimento ou renovação, (4) Avaliação Institucional, (5) Sistema de Avaliação da Educação Superior (SINAES), (6) Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb), (7) Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) e (8) Exame Nacional para certificação de competências para jovens e adultos (Encceja). Adicionalmente, o INEP promove encontros para discutir temas educacionais e utiliza o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica - IDEB como instrumento de avaliação da qualidade educacional (Pacievitch, 2009a).

O IDEB foi criado pelo Inep no ano de 2007 representando uma iniciativa para reunir dois conceitos importantes para a qualidade da educação em apenas um indicador: fluxo escolar e médias de desempenho nas avaliações. Este indicador apresenta uma escala de zero a dez e é calculado em decorrência dos dados sobre aprovação escolar obtidos no Censo Escolar, e as médias de desempenho nas avaliações

do Inep, sendo utilizado o Sistema de Avaliação da Educação Básica (SAEB) – para as unidades da federação e para o país, e a Prova Brasil – para os municípios (INEP, 2011b).

Os resultados do IDEB começam a ser processados a partir do ano-base 2005, sendo estabelecidas metas bienais de qualidade a serem atingidas tanto pelo país como pelas escolas, municípios e as unidades da Federação, com o objetivo de apresentar constante evolução em busca do Brasil atingir o patamar educacional da média dos 34 países que compõem a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE (INEP, 2011c). Isto significa progredir da média nacional registrada em 2005: de 3,8 na primeira fase do ensino fundamental, para um IDEB igual a 6,0 em 2022, este ano foi estipulado ao considerar que é o ano do bicentenário da Independência do Brasil (INEP, 2011c).

Mesmo com metas de evolução gradativas, tem-se conhecimento das dificuldades encontradas na busca pela igualdade e qualidade da educação em um país tão desigual como o Brasil, o que requer políticas públicas de Estado que incluam uma ampla articulação entre os entes federativos (Ministério da Educação, 2014). Em decorrência deste cenário, é aprovada a Lei nº 13.005, de 25 de Junho de 2014, que estabelece o Plano Nacional de Educação – PNE (2014-2024).

O PNE 2014-2024 determina diretrizes, metas e estratégias para a política educacional deste decênio. Como diretrizes são elencadas no Art. 2:

- I - erradicação do analfabetismo;
- II - universalização do atendimento escolar;
- III - superação das desigualdades educacionais, com ênfase na promoção da cidadania e na erradicação de todas as formas de discriminação;
- IV - melhoria da qualidade da educação;
- V - formação para o trabalho e para a cidadania, com ênfase nos valores morais e éticos em que se fundamenta a sociedade;
- VI - promoção do princípio da gestão democrática da educação pública;
- VII - promoção humanística, científica, cultural e tecnológica do País;
- VIII - estabelecimento de meta de aplicação de recursos públicos em educação como proporção do Produto Interno Bruto - PIB, que assegure atendimento às necessidades de expansão, com padrão de qualidade e equidade;
- IX - valorização dos (as) profissionais da educação;

X - promoção dos princípios do respeito aos direitos humanos, à diversidade e à sustentabilidade socioambiental.

O plano também estipula 20 metas, que são distribuídas em quatro grupos prioritários: (1) metas estruturantes para a garantia do direito à educação básica com qualidade, que dizem respeito ao acesso, à universalização da alfabetização e à ampliação da escolaridade e das oportunidades educacionais; (2) redução das desigualdades e à valorização da diversidade, caminhos imprescindíveis para a equidade; (3) valorização dos profissionais da educação, considerada estratégica para que as metas anteriores sejam atingidas; e (4) metas referentes ao ensino superior, que, em geral, é de responsabilidade dos governos federal e estaduais (Ministério da Educação, 2014).

De acordo com o Art. 2 da Lei nº 13.005/2014, durante o período de vigência deste PNE, a cada dois anos o INEP publicará estudos para aferir a evolução do cumprimento das metas estabelecidas. As informações serão organizadas por ente federado e consolidadas em âmbito nacional e a meta progressiva do investimento público em educação será avaliada no quarto ano de vigência do PNE e poderá ser ampliada por meio de lei para atender às necessidades financeiras do cumprimento das demais metas.

O sistema de avaliação enunciado no Art. 11 da Lei nº 13.005/2014, produzirá no máximo a cada dois anos os indicadores de rendimento escolar referente ao desempenho dos estudantes apurado em exames nacionais de avaliação, com participação de pelo menos 80% dos alunos. Adicionalmente, as instituições também serão avaliadas a fim de obterem-se indicadores institucionais, relativos a características como o perfil dos alunos e do corpo de profissionais da educação, as relações entre dimensão do corpo docente, do corpo técnico e do corpo discente, a infraestrutura das escolas, os recursos pedagógicos disponíveis e os processos da gestão, entre outras que forem consideradas relevantes.

Para impulsionar os indicadores, faz-se necessária a colaboração entre redes estaduais e municipais para acompanhar a trajetória educacional de cada estudante, o Estado precisa fortalecer seu papel de coordenação no território, viabilizando o planejamento de matrículas de forma integrada aos municípios e incorporando instrumentos de monitoramento e avaliação contínua em colaboração com os municípios e com a União (Ministério da Educação, 2014). Complementarmente, é indispensável que os Estados e Municípios projetem a ampliação e a reestruturação de

suas escolas na perspectiva da educação integral, sendo estratégico considerar a articulação da escola com os diferentes equipamentos públicos, espaços educativos, culturais e esportivos, revitalizando os projetos pedagógicos das escolas nessa direção.

2.2 CROWDFUNDING

Por *crowdfunding* entende-se a cooperação, atenção e confiança coletivas entre indivíduos que estão relacionados em rede e reúnem recursos conjuntamente, usualmente utilizando a Internet (Blanck&Janissek-Muniz, 2014). Conforme os autores, possui a finalidade de apoiar ações iniciadas por outras pessoas ou organizações.

O *crowdfunding* originou-se dos processos de *crowdsourcing*, um procedimento que pode ser entendido como a coleta de contribuições de muitas pessoas para atingir um objetivo (Howe, 2009). Seguindo esta perspectiva, Doan, Ramarkrishnan e Halevy (2011) afirmam que o *crowdsourcing* se apresenta como um sistema que solicita para um grande número de usuários a colaboração para a construção de um projeto duradouro para o benefício de uma comunidade inteira.

Neste sistema, o consumidor tem participação como produtor de conteúdo ou de iniciativas que anteriormente eram oriundas somente de empresas de mídias (Bernardes &Lucian, 2015). Rubinton (2011) destaca que o advento e a adoção, em massa, da internet aumentaram drasticamente o potencial do *crowdsourcing* e o seu âmbito de aplicação.

Com sua raiz no conceito de *Crowdsourcing*, o termo *Crowdfunding* foi cunhado pela primeira vez por Jeff Howe, no artigo “*The Rise of Crowdsourcing*” da edição de junho de 2006 da Wired Magazine (Rubinton, 2011). Esta modalidade pode ser entendida como uma simples combinação dessas duas ideias: pequenas contribuições de um grande número de pessoas para pequenos empreendimentos (Bradford, 2012).

O *crowdfunding* surge decorrente das dificuldades de financiamento de projetos culturais com baixo apelo comercial e como frente às oportunidades advindas do uso intensivo de tecnologia da informação (Bier & Cavalheiro, 2015). Portanto, de acordo com os autores, mostra-se oportuno o financiamento colaborativo para o levantamento de fundos para a viabilização de projetos culturais.

Neste formato de financiamento, as pessoas físicas ou jurídicas podem testar projetos audaciosos e ter oportunidade de vê-los se tornar realidade, apoiados na força do coletivo, do que a sociedade deseja ver acontecer, por acreditar ser algo justo, digno

e totalmente viável de se concretizar (Bernardes & Lucian, 2015). Conforme os autores, as organizações e cidadãos têm visto estes projetos com outros olhos e por isso se aproximado mais deles e das oportunidades que eles oferecem.

Desta forma, consumidores voluntários tem a possibilidade de patrocinar o desenvolvimento de um produto ou realizar investimentos em uma variedade de projetos e empreendimentos, muitas vezes por meio de pequenas quantias, fora de uma bolsa regulada, usando plataformas de mídia social on-line que facilitam a interação direta entre os investidores (Agrawal, Catalini & Goldfarb, 2011).

Ressalta-se que a grande responsável pela consolidação da ideia do *crowdfunding* é a sociedade civil, uma vez que a existência das plataformas de financiamento colaborativo depende diretamente do nível de participação dos indivíduos (Bier & Cavalheiro, 2015). Por meio da formação de um grande público (“*crowd*”), cada indivíduo poderá fornecer uma quantidade de dinheiro pequena, ao invés de levantar o dinheiro a partir de um grupo de investidores sofisticados como bancos, agentes financeiros e empresários (Howe, 2009).

As redes sociais podem ser motivadas por indivíduos ou grupos com poder de liderança, que articulam pessoas em torno de interesses, necessidades ou objetivos comuns (Acioli, 2007). Utilizando a força da coletividade, o futuro dos negócios está se reformulando e a internet provocou a aceleração deste processo de encontrar grandes grupos de financiadores potenciais, dispostos a usar o *crowdfunding* e assim ingressar nas mais variadas atividades de nossa cultura (Howe, 2009).

Entretanto, a introdução da tecnologia não garante a produtividade, a inovação ou o desenvolvimento humano (Castells & Cardoso, 2005, *apud* Bier & Cavalheiro, 2015). Os autores defendem que a obtenção do potencial da sociedade em rede é conquistada por meio de iniciativas de setores ligados à tecnologia, à educação, à cultura, aos negócios, ao desenvolvimento de infraestruturas, à mudança organizacional e à reforma institucional; esta construção possibilitará a mudança dos mecanismos da sociedade em rede.

O processo de *crowdfunding* apresenta avanços em velocidade alta devido à troca de informações proporcionadas pelas novas tecnologias, utilizando-se de uma dinâmica simples, de fácil execução, com linguagem acessível, disponível a quem possuir acesso à internet, o possibilita seguir a filosofia “faça você mesmo” (Bier & Cavalheiro, 2015). Os autores observam ainda que os governantes tem se mantido alheio à implementação dessa nova metodologia de financiamento de empreendimentos

culturais, enquanto os empreendedores buscam enfática e constantemente participar ou lançar as próprias plataformas de captação de recursos.

As mudanças provocadas pelo *crowdfunding* no Brasil são motivadas principalmente por sua metodologia capaz de aliviar as restrições para o financiamento e facilitar o propósito de indivíduos que acreditam no potencial de suas ideias (Bier & Cavalheiro, 2015). Conforme os autores, isso apenas foi possível pela experiência internacional ter demonstrado ser realizável a adaptação para esta nova realidade proporcionada pela revolução tecnológica, tornando viável tanto ao credor quanto ao investidor ter acesso e validar as informações do projeto fomentado.

Partindo de outra lente, outro ponto favorável é o risco assumido pelos empreendedores e os financiadores (*crowdfunders*), que tende a ser menor, devido às pequenas quantidades que cada contribuinte fornece individualmente e também pelo fato de que o aglomerado que financia pode ainda se tornar consumidor (Schwienbacher & Larralde, 2010). Isto proporciona uma divulgação que, em modelos tradicionais de empreendimentos, certamente exigiria campanha publicitária significativa.

É importante destacar que esta modalidade de financiamento utilizando plataformas resulta em contribuição com a questão ambiental, uma vez que tais sistemas aumentam a eficiência do uso dos produtos, melhorando-os e reduzindo o desperdício, além de criativamente estimular a absorção dos excedentes criados durante a produção e o consumo (Botsman & Rogers, 2011). Os autores acreditam que todos esses fatores contribuem para tornar o modelo ainda mais atraente e desperta a satisfação dos seus apoiadores.

A primeira experiência de *crowdfunding* na internet aconteceu em 2006 na Holanda, com a plataforma Sellaband despontando no mundo, arrecadando financiamentos para iniciativas musicais e ainda segue com este propósito. No ano de 2009 surgiu o site de maior expressão, o norte-americano Kickstarter, voltado não somente à músicas, mas para a promoção de diversas manifestações artísticas (Bernardes & Lucian, 2015). No ano de 2016, Kickstarter ocupa a segunda posição de relevância mundial, atrás do GoFundMe, que já captou mais de 2 bilhões de dólares (Crowdfunding.com, 2016).

No Brasil, o fenômeno iniciou em 2009 com a plataforma Vakinha (Garcia, 2013). Segundo o autor, a plataforma que se destaca como a maior em arrecadações de projetos é o site Catarse, eleito como um dos 25 sites mais influentes de toda a Internet no Brasil. Existem diversos sites brasileiros de *crowdfunding* e as plataformas globais

mais utilizadas no Brasil, conforme o Top 10 do site crowdfundingnobrasil.com.br são: Kickante, Kickstarter, Indiegogo, Vakinha, Catarse, Benfeitoria, Juntos.com.vc, Bicharia, Impulso e Idea.me.

As plataformas de referência no Brasil: Catarse e em Portugal: PPL, foram as bases incubadoras para inúmeros empreendimentos de sucesso, ligados às mais variadas áreas: artes plásticas, comunidades, esportes, gastronomia, meio ambiente, dança, educação, carnaval, arquitetura e urbanismo, ciência e tecnologia sendo exemplos de categorias inclusas nesses ecossistemas virtuais (Bernardes & Lucian, 2015). Estas incubadoras, de acordo com os autores, possuem a missão de unir realizadores e apoiadores para consolidar inúmeros projetos que se façam ao menos perceber como interessantes e produtivos de alguma forma.

O site brasileiro Catarse é o maior em arrecadações de projetos e foi ao ar em janeiro de 2011, alcançando 2 mil projetos financiados até outubro de 2015, envolvendo 241 mil pessoas que doaram R\$ 35 milhões para campanhas de *crowdfunding* (Catarse, 2015). Já o site Vakinha, considerado de maior relevância e número de projetos, ultrapassou 400 mil vaquinhas abertas, entenda-se como projetos, e mais de 20 milhões de reais arrecadados (Vakinha, 2016).

Há dois tipos de modalidade de financiamento de projetos: Tudo ou Nada e Flexível. Com a campanha Tudo ou Nada, o proponente apenas leva o dinheiro se atingir a meta, caso não atinja, o dinheiro é devolvido aos contribuintes. Na campanha Flexível, o proponente leva o dinheiro independente de alcançar a meta. Os sites mais relevantes do Brasil e, portanto, os utilizados na presente pesquisa, adotam a modalidade Tudo ou Nada (Crowdfunding No Brasil, 2016).

2.3 TEORIA DA RIQUEZA DE MÍDIA

A aprendizagem nas organizações é um processo de obtenção da compreensão da realidade organizacional (Hedberg, 1981), em que os seus envolvidos devem ser capazes de aprender com seus ambientes para sobreviver e ser eficazes. Neste sentido, os participantes precisam adquirir e compartilhar um mínimo de compreensão do seu mundo organizacional, do que fazer, como e quando fazê-lo (Daft & Lengel, 1984).

Por meio da compreensão obtida, os seres humanos representam o que sabem por imagens mentais, símbolos e declarações verbais (Daft & Lengel, 1984). De acordo com os autores, quando os gerentes processam sugestões que fazem alguma mudança

em sua representação mental, reduzem a incerteza ou aumentam a utilidade dos dados para o problema em questão, ocorre o processamento da informação.

O fluxo de dados é observável e passível de tecnologia e esses dados podem ser contados em forma de letras, palavras, números de relatórios e chamadas (Daft & Lengel, 1984). Os gestores podem utilizar apenas uma fração dos dados e isso fazer sentido em um sistema social complexo e em mudança, e essa capacidade de processar a informação é que sustenta a Teoria utilizada como base do presente estudo.

A Teoria da Riqueza de Mídia aborda a questão de qual meio é utilizado para qual tipo de comunicação e é centrado na escolha do meio apropriado para reduzir a incerteza do receptor (Koch & Siering, 2015). Esta teoria é decorrente da Teoria do Processamento da Informação e foi desenvolvida pelos cientistas organizacionais Daft e Lengel em 1984, que abordam a riqueza como capacidade de gerar informação para influenciar ou alterar representações mentais e assim, facilitar a aprendizagem (Daft & Lengel, 1984).

A riqueza de uma mídia é baseada em quatro critérios: (1) Capacidade de *feedback* imediato: Refere-se à velocidade e qualidade da interpretação comum transmitida através do meio; (2) Capacidade de transmitir múltiplos sinais: Uma série de sugestões, incluindo presença física, inflexões de voz, gestos corporais, palavras e números, até mesmo símbolos gráficos, facilitam o transporte de informações de interpretação; (3) Linguagem: Significa o nível de convicção do conceito, por exemplo, números e fórmulas poderiam fornecer maior precisão, mas a linguagem natural transmite um conjunto mais amplo de conceitos e ideias; e (4) Capacidade do emissor de ter um foco pessoal: Refere-se à transmissão de emoções e sentimentos, ou à capacidade do emissor para se adaptar às necessidades específicas e perspectivas do receptor (Daft, Lengel & Trevino, 1987).

De acordo com as quatro características de critérios acima, o meio de comunicação mais rico é a interação face-a-face, visto que os contatos presenciais contêm mais elementos contextuais, visuais e verbais (Coelho Neto, 2008). Além disso, tem capacidade para reduzir a ambiguidade na interação, facilitando o *feedback* imediato, oferecendo pistas múltiplas por meio da linguagem corporal e tom de voz, e evitando uma comunicação com pontos mal interpretados (Joaquim, 2016).

No outro extremo, as mensagens de texto suportam menor volume de elementos contextuais, e quanto menor a riqueza do meio, maiores são as chances de que o processo seja prejudicado por ambiguidades e equívocos (Coelho Neto, 2008). Em uma

informação enviada por e-mail, mesmo que seja redigido de forma clara, ele exclui tom de voz, gestos e expressões faciais que eventualmente poderiam trazer mais informações facilitando o entendimento do que está sendo dito (Joaquim, 2016).

A aplicação desses conceitos no caso da internet exige cuidados, pois a *web* comporta uma grande diversidade de formatos e como tendência, o avanço da tecnologia no sentido da banda larga deve enriquecer as interações virtuais, entretanto, o ciberespaço é um mundo com regras, convenções e controles instáveis (Coelho Neto, 2008). O autor complementa que a Teoria da Riqueza de Mídia não faz jus à capacidade humana de apreender e se adaptar, mas lança luz sobre as limitações das tecnologias de comunicação disponíveis.

No contexto do *crowdfunding*, Koch e Siering (2015) abordam a questão de a comunicação ir além das descrições textuais, sendo apropriado fornecer complementos informacionais como imagens, que podem ser utilizadas para esboçar detalhes do projeto mostrando a construção e os planos do projeto, informações que podem ser difíceis de serem transmitidas em forma textual. Outro elemento é um vídeo que pode ser incluído na descrição do projeto, considerando que os vídeos podem ser visualizados com maior riqueza de detalhes do que fotos, uma vez que também contêm informações de áudio. Conforme Dennis e Valacich (1999), escolher um conjunto de mídias é mais eficaz do que escolher apenas um único meio para comunicar qualquer informação.

2.4 FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO CROWDFUNDING

Entre os fatores descritos na literatura que podem influenciar a eficácia de projetos, este estudo se fundamentará em fatores que Koch e Siering (2015) destacam como relevantes: amplitude da descrição do projeto, acompanhamento gráfico, fornecimento de material em vídeo, experiência de projeto e tamanho da meta proposta. Conforme estas características são desenvolvidas cinco hipóteses de pesquisa com a finalidade de testar se estes fatores se relacionam com o sucesso dos projetos de *crowdfunding*.

2.4.1 Amplitude da Descrição do Projeto

Os fundadores do projeto têm a possibilidade de publicar informações relacionadas ao seu projeto dentro da descrição da plataforma on-line. Sabe-se já a partir

do campo da teoria da diagnose da informação, que é centrado na questão de saber se um texto específico é útil para a tomada de decisão ou não, que a quantidade de informação publicada tem uma influência positiva sobre o projeto (Mudambi & Schuff, 2010). Um texto de comprimento longo não é garantia de qualidade do conteúdo, porém, neste estudo, adota-se o pensamento de Cheung, Lee e Rabjohn (2008), que ressaltam que o aumento do comprimento do texto está associado a maior utilidade para os seus leitores.

Consequentemente, no contexto do *crowdfunding*, os proponentes podem acrescentar mais detalhes sobre o seu projeto, bem como sobre as etapas específicas que conduzem à sua realização, portanto, os financiadores potenciais são mais capazes de avaliar o projeto que apoia sua decisão de financiamento. Portanto, a Teoria da Riqueza de Mídia (1984) sustenta que como resultado do aumento da informação diagnóstica da descrição da proposta, pode supor que haja um impacto positivo sobre o sucesso do financiamento do projeto (Koch & Siering, 2015).

Os autores defendem que os proponentes também são capazes de publicar informações sobre os riscos relacionados ao projeto, assumindo-se outro efeito positivo da informação publicada: Descrições mais exaustivas dos riscos do projeto também apoiam a decisão de financiamento, aumentam a transparência e, assim, podem levar a mais confiança e mais sucesso no financiamento do projeto.

Diante do exposto, tem-se a seguinte hipótese:

H₁. A amplitude da descrição do projeto tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.4.2 Acompanhamento Gráfico

O uso de textos apresenta grande relevância na descrição de projetos, destacando-se os propósitos, maneiras de proceder e o objetivo do projeto de forma detalhada, no entanto, apenas um texto sozinho em uma página de apresentação do projeto pode não chamar a atenção de potenciais financiadores (Koch & Siering, 2015). Desta forma, conforme os autores, é necessário considerar imagens, gráficos e elementos de decoração atraentes como fatores-chave para, em um primeiro passo, chamar a atenção do visitante e, conseqüentemente, conseguir o apoio financeiro dele.

Danaher, Mullarkey e Essegai (2006) descobriram que gráficos e figuras têm influência positiva significativa nas durações de visitas à página da *web*, influenciando

na empatia de um visitante. Conforme os autores, a partir de uma duração de visita mais longa, aumenta conseqüentemente a probabilidade de que o visitante observe os detalhes do projeto escrito e acabe convencendo-se de que o projeto vale a pena financiar.

A apreensão humana é significativamente apoiada pela provisão de imagens (Glenberg & Langston, 1992). Além disso, Unnava e Burnkrant (1991) defendem a partir de seu experimento que, as informações descritas em uma redação ganham maior taxa de recordação quando são fornecidas imagens apropriadas junto dos textos. Do ponto de vista da Teoria da Riqueza de Mídia (1984), usar imagens permite uma comunicação mais rica do que usar apenas descrições textuais de maneira isolada.

Desta forma, Koch e Siering (2015) dizem que a melhor compreensão do projeto causada pelo acompanhamento gráfico facilita a decisão de se aventurar no financiamento de um projeto, e mesmo se o visitante está passando por diversos projetos, imagens podem levar a uma maior taxa de lembrança quando o visitante está prestes a raciocinar qual projeto ele vai finalmente apoiar para o financiamento. Baseando-se nestes argumentos, surge a hipótese:

H₂. A utilização de imagens tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.4.3 Fornecimento de Material de Vídeo

Enquanto as imagens apenas exibem um instantâneo no tempo, os vídeos são capazes de mostrar movimentos e, além disso, fornecem informações de áudio, além de textos e imagens, esta é a terceira forma de apresentar um projeto (Koch & Siering, 2015). Park e Hopkins (1993) realizaram uma revisão completa da literatura e listaram uma quantidade substancial de pesquisas que encontraram evidências de que a exibição visual dinâmica de informações (vídeos) é mais eficaz do que a exibição visual estática de informações (imagens e textos).

Além disso, Jiang e Benbasat (2007) mencionam em uma análise empírica que os sites com conteúdo de vídeo são percebidos como mais úteis pelo internauta em comparação a sites com formatos de apenas imagens estáticas. Isso leva à conclusão de que os vídeos aumentam tendencialmente a aceitação do projeto, já que o visitante pode se sentir mais familiarizado com o conteúdo do projeto após a apresentação do vídeo, desenvolvendo um sentimento pela causa (Koch & Siering, 2015).

Se um visitante tem como opções decidir ler o texto para obter informações ou assistir a um vídeo, ele pode decidir assistir ao vídeo em uma primeira etapa, pois este é o modo de trabalho menos intensivo para obter informações que também podem ser dadas em um texto de descrição do projeto (Koch & Siering, 2015). Conforme os autores, na próxima etapa, se o visitante está interessado em mais informações, ele ainda pode ler o texto descrito, o que leva à conclusão de que, se o material de vídeo for fornecido, até os visitantes convenientes encontrarão uma maneira bastante irresistível de obter informações sobre o projeto. Se nenhum vídeo é dado, esses visitantes podem nem sequer tentar ganhar a informação que seria necessária para decidir por um financiamento.

Jiang e Benbasat (2007) argumentam que um formato de vídeo capta mais atenção de indivíduos por causa de mudanças dinâmicas de cena e efeitos sonoros. De acordo com sua argumentação, os indivíduos estão mais motivados para a aprendizagem por formato de vídeo do que pelo formato de imagem estática. Assim, a Teoria da Riqueza de Mídia reforça que oferecer vídeos tendencialmente aumenta o número de visitantes que lidam com o conteúdo do projeto e, com isso, aumenta o número de potenciais financiadores.

De igual maneira, vídeos que mostram o fundador do projeto e/ou membros do projeto também podem auxiliar na decisão do financiamento. Além de possíveis demonstrações ou descrições do conteúdo do projeto, em tais vídeos, o visitante da página da web tem a chance de virtualmente conhecer as pessoas responsáveis pela condução do projeto (Koch & Siering, 2015). Desta maneira, os autores acreditam que se um financiador em potencial tem o desejo inerente de conhecer as pessoas responsáveis antes de financiar, esse vídeo certamente reduz a incerteza sentida e insegurança contra as pessoas responsáveis.

Egger (2001) e Fogg *et al.* (2001) afirmam que é praticável maximizar a confiabilidade percebida na área de comércio eletrônico, uma vez que a apresentação de pessoas reais de uma empresa ajuda a transmitir um "sentimento do mundo real" e acrescenta credibilidade. Assim, a inibição de financiamento pode ser retirada do potencial financiador, como possivelmente simpatia com as pessoas responsáveis evolui ou pelo menos o nível de informação necessária sobre as pessoas responsáveis é alcançado (Koch & Siering, 2015). Seguindo esses argumentos, formula-se a hipótese:

H₃. O fornecimento de material de vídeo tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.4.4 Experiência em Projeto

Arrow (1971) ressalta que "a aprendizagem é o produto da experiência". A proposta de um projeto pode não ser a primeira a ter sido criada pelo proponente em uma plataforma de *crowdfunding*, e como existem inúmeras maneiras de apresentar e descrever um projeto em uma plataforma *crowdfunding*, não tendo explícitas quais as melhores abordagens de apresentação, assume-se que a criação de mais projetos leva a um efeito de aprendizagem (Koch & Siering, 2015). Isto posto, significa que o fundador ganha habilidades de como apresentar melhor o projeto e como ser bem sucedido no processo de financiamento.

Além disso, assume-se que esta experiência tem um efeito sobre as decisões dos financiadores potenciais. Se o número de projetos criados anteriormente estiver visivelmente exibido na página do projeto, o visitante pode presumir que essa experiência na criação e realização de projetos é um bom estimador para que este projeto atinja também seus objetivos determinados (Koch & Siering, 2015).

Abdul-Rahman e Hailes (2000) discutem fatores de apoio à confiança em comunidades virtuais e argumentam que a informação de reputação é importante para a geração de confiança. Assim, um fundador que tem se empenhado em conduzir projetos por um tempo considerável é visto como mais confiável e mais competente em relação aos novos membros que criam um projeto pela primeira vez na plataforma (Koch e Siering, 2015).

Os autores complementam que se houver também a possibilidade de ter um olhar mais atento sobre os projetos criados anteriormente, o visitante é capaz de ter em conta as informações sobre os projetos anteriores, formando uma opinião sobre financiar o projeto ou não. Um criador de projetos que já recebeu grande crédito no passado para alcançar um financiamento de sucesso, tem mais probabilidade de sucesso futuro. Desta forma, formula-se a seguinte hipótese:

H₄. A experiência na criação de projetos tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.4.5 Tamanho da Meta Proposta

Para um potencial financiador, existem duas maneiras de estimar o tamanho e a complexidade de um projeto considerado: A primeira é coletar todas as informações disponíveis sobre a condução do projeto e os objetivos do projeto, a fim de estimar o quão difícil, trabalhoso e complexo o projeto pode ser. Outra forma é usar a meta de penhor como uma aproximação para o tamanho e complexidade do projeto, ou seja, uma meta de financiamento mais elevada, significa que o projeto é mais complexo ou de maior tamanho (Koch & Siering, 2015).

Cabe ainda salientar que, quanto mais complicado ou quanto mais dinheiro um projeto necessita, mais confiança é necessária para um financiamento, o potencial financiador precisa ter certeza de que os membros do projeto são confiáveis e/ou envolvidos o suficiente para realmente fazer o que prometem (Koch & Siering, 2015). Conforme os autores, como os projetos difíceis precisam de investimentos elevados podem ser julgados como sendo mais arriscados, o visitante pode desenvolver uma ressalva maior contra o projeto. Deste modo, objetivos de penhor mais elevados tendencialmente diminuem a facilidade de financiamento e por isso deve ser devidamente compensado por sinais de viabilidade. De forma, formula-se a seguinte hipótese:

H₅. O tamanho da meta do projeto tem relação negativa com o sucesso do financiamento.

Na sequência, será descrito o PMBOK e seus processos para o gerenciamento de projetos.

2.5 GERENCIAMENTO DE PROJETOS - PMBOK

A publicação *Guide to the Project Management Body of Knowledge* (Guia para o conjunto de conhecimentos de gerenciamento de projetos), é de autoria do *Project Management Institute* (PMI) e conhecida como PMBOK, pode ser considerada como um divisor de águas na história da gestão de projetos (Braz, 2016). Os processos descritos no PMBOK são um conjunto de boas práticas que se aplicam à projetos variados (Coimbra, 2013), independentemente do segmento, área, dimensões, pessoas envolvidas, prazos e orçamentos (Curso PMI, 2015).

O *PMBOK® Guide* é um manual que descreve o universo de conhecimentos para o Gerenciamento de Projetos e devido à sua grande representatividade

internacional, por isso se transformou em um padrão utilizado como inspiração para a maioria das metodologias existentes, porém, não pode ser considerada uma metodologia (Curso PMI, 2015). Para ser considerada metodologia, teria que conter apenas princípios e regras e não poderia ter processos; se fosse um processo, e não um conjunto destes, teria que ditar exatamente como proceder; então se enquadra como um guia, que instrui, apresenta processos, mas deixando a implementação livre para cada empresa (Rodrigues, 2012).

Uma metodologia desenvolvida baseada neste guia deve iniciar definindo o que, como, porque, quando e quanto (Coimbra, 2013). De acordo com o autor, o PMBOK é um excelente ponto de partida para o gerenciamento, ficando para o gestor a habilidade para garantir que a metodologia seja simples e rápida de utilizar e também aplicar o rigor necessário para otimizar os resultados do projeto.

O PMBOK é organizado em cinco grandes grupos de processos: iniciação, planejamento, execução, monitoramento e controle e encerramento; em dez áreas do conhecimento: integração, escopo, tempo, custo, qualidade, recursos humanos, comunicação, riscos, aquisição e partes interessadas; e apresenta 47 processos (PMBOK Guide, 2013).

Com relação aos grupos de processos, o grupo de (1) Processos de Iniciação se refere à fase inicial, é o momento de definir o projeto, identificar as necessidades do negócio, coletar informações históricas, determinar os objetivos do projeto, as principais restrições e premissas, e descrever o produto/projeto; no grupo seguinte (2) Processos de Planejamento: define os objetivos do projeto, planejam-se as ações necessárias para atingi-los e o escopo para o qual se propõe o projeto, além de serem desenvolvidos planos de gestão deste projeto, estimando tempo e custo, desenvolvendo cronograma e orçamento; o grupo (3) Processos de Execução diz respeito a executar tudo o que foi previsto no planejamento, implementa-se os processos, integra pessoas e os outros recursos para colocar em prática o plano do projeto, nesta fase geralmente ocorre a maior parte do esforço do projeto; a fase (4) Processos de Monitoramento e Controle: ocorre em paralelo ao processo de execução, monitora o desempenho do projeto para identificar variações em relação ao planejado para que ações corretivas sejam disparadas quando necessário, garantindo que os resultados do período sejam alcançados, elabora-se relatório de desempenho, controla-se a qualidade, riscos, custos e cronograma; a última etapa (5) Processos de Encerramento: formaliza a aceitação do projeto, serviço ou resultado e o fechamento formal do contrato, analisa a evolução do

projeto para que erros não se repitam no futuro e identifica os acertos para que eles voltem a acontecer em outros projetos, realiza-se o encerramento financeiro e finaliza-se os relatórios de desempenho do projeto, além de obter-se a aceitação formal (Paes, 2014).

Destacam-se como alguns dos benefícios promovidos pelo PMBOK no gerenciamento de projetos: a padronização das atividades de gerenciamento, melhoria no fluxo de comunicação entre as partes envolvidas, redução da negligência em atividades importantes, ênfase no uso dos recursos de maneira eficiente, controle sobre o andamento do projeto, tratamento otimizado de riscos, e a potencialização das probabilidades de sucesso do projeto (Braz, 2016).

Há diversas ocasiões em que os projetos nem são percebidos dentro das organizações ou grupos de pessoas não os tratam como projetos a serem alvo de gerenciamento, tais como desenvolver um site, implementar um *software*, conduzir uma campanha publicitária, organizar uma festa de aniversário, adquirir um novo veículo de transporte, efetuar mudanças na estrutura, no pessoal ou no estilo de uma organização, conduzir uma campanha política ou implantar um novo procedimento ou processo de negócio (Curso PMI, 2015; Braz, 2016). Portanto, no presente estudo acredita-se que este guia pode ser de fundamental importância para auxiliar no desenvolvimento de projetos de *crowdfunding*. Portanto, surge a seguinte inquietação de pesquisa:

H₆. A utilização de processos do manual PMBOK tem relação positiva com o sucesso do financiamento

Adicionalmente ao gerenciamento dos projetos, as ferramentas de controle gerencial são instrumentos de grande importância para a gestão de projetos e serão descritas no tópico a seguir.

2.6 FERRAMENTAS DE CONTROLE GERENCIAL

Ferreira Neto (2002) descreve a atividade de gestão como um processo das instituições comandado por seus gerentes, que decidem como proceder frente a situações-problema ou oportunidades e exercem papéis no setor administrativo, decidindo os caminhos que o empreendimento deve percorrer. O controle de gestão é uma ferramenta primordial para que as organizações possam se desenvolver, pois a partir deste instrumento torna-se possível apresentar uma análise contínua dos

resultados, fornecendo aos gestores informações sobre a realidade da empresa, permitindo a tomada de decisão para atingir os objetivos traçados no planejamento (Anthony e Govindarajan, 2001; Gazzoni, 2003).

Controle é entendido por Imoniana e Nohara (2005) como a espinha dorsal do exercício de gestão e o Controle Gerencial é definido por Anthony (1965) referenciado por Otley (1994, p. 289) como o “processo em que os gestores asseguram que os recursos estão sendo obtidos e utilizados de forma eficiente e eficaz para o cumprimento dos objetivos organizacionais”.

Maximiano (2000) elenca o controle em três etapas: (1) obter informações sobre os resultados de uma atividade ou processo; (2) compará-las com os objetivos inicialmente propostos; e (3) implementar ações para assegurar a realização dos objetivos. Desta forma, o controle possibilita uma visão clara dos acontecimentos, destaca as distorções e permite executar decisões para voltar aos seus objetivos (Borges & Leal, 2015).

Os dados para o controle gerencial são fornecidos pela contabilidade gerencial e consiste no processo de identificação, mensuração, reporte e análise das informações sobre os eventos econômicos das empresas (Atkinson *et al.*, 2000), sendo indicada para os usuários internos da entidade, especialmente ao gestor. Conforme os autores, a informação contábil gerencial se revela como uma das fontes informacionais primárias para a tomada de decisão e controle nas instituições.

Os relatórios gerenciais com resultados próximos ao esperado proporcionam assertividade e segurança para os gestores no desenvolvimento de novas estratégias espelhadas em seus planos formais, e o inverso também é verdadeiro, os resultados apurados muito distantes do planejado destroem as interpretações quanto às ferramentas utilizadas para apuração de tais resultados (Frezatti, Barroso & Carter, 2015). Inclusive, Hutchinson e Quintas (2008) atribuem às falhas no processo de gestão os elevados índices de mortalidade de micro e pequenas empresas e Reid e Smith (2002) destacam que a utilização de sistemas de informações gerenciais em pequenas empresas atuam como alavancas propulsoras para a sobrevivência ou adaptação ao ambiente em que estão inseridas.

As ferramentas de controle gerencial fornecem informações aos usuários e sua utilização possibilita maior confiança aos gestores no processo de tomada de decisões (Frezatti; Aguiar & Rezende, 2007). A partir de relatórios com informações gerenciais consistentes, torna-se executável a submissão de um projeto fundamentado para as

plataformas, visando oferecer confiança aos possíveis financiadores. Diante do exposto, surge a seguinte hipótese:

H₇. A utilização de ferramentas de controle gerencial tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

Encontram-se à disposição vários instrumentos e as ferramentas consideradas nesta pesquisa são: planejamento estratégico, orçamento, gestão de custos e avaliação de desempenho, as quais serão subdivididas na Hipótese 7.

2.6.1 Planejamento Estratégico

O planejamento estratégico é um processo gerencial que engloba as questões de toda a organização, considerando a análise de ambiente interno e externo, e determina um rumo amplo e generalizado para esta organização (Terence, 2002). Este processo se inicia ao definir os objetivos organizacionais, as estratégias para alcançá-los e desenvolve planos operacionais detalhados para garantir que estas estratégias sejam implementadas (Steiner, 1979).

O planejamento tático pressupõe um período de tempo mais curto que o planejamento estratégico, e tem como objetivo examinar determinadas áreas, organizadas dentro da estrutura do plano estratégico (Terence, 2002). Conforme Frezatti, Aguiar, Guerreiro e Gouveia (2011), a associação entre questões estratégicas e táticas tornam-se relevantes para o desenvolvimento de um sistema de planejamento.

O planejamento tático do projeto pode determinar como ele irá se desenvolver, por isso é englobado neste estudo e em decorrência disso, surge a hipótese:

H_{7a}. A utilização de ferramentas de planejamento estratégico tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.6.2 Orçamento

Conforme Zdanowicz (1984) o orçamento é uma técnica de planejamento sistemático que proporciona ao gestor as informações e dados para comparações entre os resultados obtidos e os valores e quantidades esperados. Quando ele é utilizado para o planejamento, assume o papel de tradução das metas e estratégias de uma organização em termos operacionais (Hansen & Mowen, 2001). Os autores complementam que o

orçamento tem como objetivo quantificar o plano de ação, induzindo os gestores a planejarem suas operações, alinhando os objetivos do departamento com as demais áreas da organização, possibilitando, ainda, que o gestor venha a identificar e corrigir possíveis falhas no desenvolvimento do processo de decisão.

Frezatti (2000) estabelece o orçamento como um dos pilares da gestão, sendo uma ferramenta fundamental para prestações de contas de suas atividades. O plano orçamentário pode ser utilizado como direcionador de planejamento, na alocação de recursos, no gerenciamento do desempenho, e no controle do desempenho como base para incentivos e remuneração variável (Lunkes, 2003). Neste sentido, essa ferramenta é importante para concretizar numericamente o projeto a ser apresentado para os contribuintes, e no presente estudo será investigada de acordo com a seguinte hipótese:

H_{7b}. A utilização de ferramentas de orçamento tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.6.3 Gestão de Custos

A gestão de custos é vista como um instrumento necessário às empresas com a finalidade de melhorar o desempenho da organização e de redefinir prioridades na utilização dos recursos disponíveis (Martins, Portulhak & Voese, 2015). A partir da identificação e mensuração dos custos de produtos ou serviços, torna-se praticável a tomada de decisões baseadas em informações precisas (Crepaldi, 2009).

Na criação do projeto, torna-se imprescindível otimizar o resultado utilizando o menor custo possível. Desta forma, a meta proposta pode ser atingida mais rapidamente, sem que sua qualidade seja reduzida, e assim, os contribuintes sintam confiança no valor estabelecido. Nesse contexto, surge a seguinte hipótese:

H_{7c}. A utilização de ferramentas de gestão de custos tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.6.4 Avaliação de Desempenho

O processo de gestão da empresa, fundamentado nas fases de planejamento, execução e controle, requer avaliações desses desempenhos, como obtenção de gerenciamento e interação com as demais fases do processo (Catelli, Guerreiro, Pereira & Almeida, 1999). Conforme os autores, avaliar o desempenho passa a ser uma forma

de tomar decisões adequadas, agregando as características informativas essenciais para avaliar adequadamente um desempenho e as condições para se integrar ao processo de gestão.

A avaliação de desempenho possui a utilidade de dar um retorno aos investidores do projeto, fortalecendo a relação de confiança e proporcionando o sentimento de que sua contribuição foi bem aplicada. Diante do exposto, tem-se a seguinte hipótese:

H_{7a}. A utilização de ferramentas de avaliação de desempenho tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

2.6.5 Utilização de Ferramentas em Estudos Anteriores

No âmbito de micro e pequenas empresas – MPEs, estudos anteriores apontam que ainda nesta década encontraram-se diversas amostras de empresas que eram gerenciadas por dirigentes que não conheciam as ferramentas de controle para auxiliar a gestão do negócio, utilizavam as informações contábeis apenas para cumprimento da legislação fiscal e baseavam-se na experiência do gestor para a tomada de decisões (Lima & Imoniana, 2008; Stroehrer & Freitas, 2008; Miotto & Lozecky, 2008; Faria, Azevedo & Oliveira, 2012; Albuquerque, Cardoso, Carmo Filho, Cavalcante & Souza, 2013).

No entanto, o cenário foi mudando e estudos recentes como o de Borges e Leal (2015), analisaram a importância que os gestores de micro e pequenas empresas atribuem às informações contábeis gerenciais e visam identificar a periodicidade de uso destas. Os resultados apontam que os gestores consideram as informações contábeis gerenciais de alta importância e as utilizam com frequência, o que demonstra uma mudança na conjuntura de utilização ou percepção da utilização do controle gerencial.

Contudo, cabe o destaque das variações de necessidades quanto às ferramentas gerenciais. Um modelo ferramental de grande importância para uma organização pode não apresentar o mesmo sucesso para outra, motivado pelos fatores contingenciais envolvidos, que tendem a mudar seu contexto (Guerra, 2007).

Frezatti, Carter e Barroso (2014) ressaltam em seu estudo sobre a ausência do controle gerencial como um sistema estruturado de informações para suporte a decisões e à gestão da organização, intitulando como Contabilizando sem Contabilidade. Os autores defendem que a intuição do gestor se sobrepõe às informações escassas ou não

entendidas, conduzindo as atividades e tomada de decisões de forma diferenciada, utilizando ferramentas alternativas, ou informais, buscando a equivalência das informações proporcionadas pelas tradicionais ferramentas de controle gerencial.

Estas ferramentas consideradas informais no contexto acadêmico, mas que auxiliam no processo de decisão dos gestores, são consideradas como *proxies* de controle gerencial (Frezatti, Carter & Barroso, 2014). Considerando o escopo do presente estudo, as escolas responsáveis pelos projetos podem fazer uso de sistemas complexos, mas conforme a estrutura da instituição, é comum que não se utilize ferramentas tradicionais para projetos, mas sim adaptações das já existentes e consolidadas na literatura.

Um fator primordial no processo gerencial é a especialização dos gestores. Faria, Azevedo e Oliveira (2012) observam que as pequenas organizações enfrentam dificuldades de administração e controle pois frequentemente ocorre de seus gestores serem os proprietários da organização, que comumente não possuem formação contábil ou em áreas correlatas à gestão de negócios. Nesta pesquisa, o objeto de estudo são escolas, o que pode explicar a utilização mais frequente de *proxies* para suprir as necessidades pontuais da gestão de projetos.

A partir da explanação teórica dos aspectos a serem considerados no presente estudo, o tópico seguinte descreverá os procedimentos metodológicos adotados para atingir os objetivos da pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção estrutura-se em decorrência dos paradigmas utilizados para o presente estudo e a seguir são descritos (1) a tipologia da pesquisa, (2) o modelo estrutural da pesquisa e as hipóteses formuladas para testá-lo, (3) os constructos e variáveis da pesquisa, (4) população e amostragem, (5) instrumento da pesquisa e técnica para coleta de dados, (6) o pré-teste e (7) tratamento e análise dos dados.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa em questão adota o paradigma positivista como abordagem metodológica, que tem por essência compreender a ação humana racional procedente da busca pela explicação dos fenômenos a partir da identificação de suas relações (Burrell & Morgan, 1998). Considera-se imprescindível a existência de uma teoria para nortear suas observações e estabelece o princípio da verificação como um dos pontos principais do positivismo lógico, aceitando exclusivamente a observação da realidade estudada e rejeitando a compreensão subjetiva dos fenômenos por meio de uma pesquisa intuitiva (Martins & Theóphilo, 2009). Para atingir este propósito, os autores defendem que parte-se da criação de diversos instrumentos: questionários, escalas de atitudes, tipos de amostragem e fazendo uso especialmente de estatística.

No que diz respeito à abordagem com relação ao problema, esta pesquisa caracteriza-se como quantitativa. Utilizando a quantificação como modalidade de mensuração e tratamento de dados dos construtos, esta metodologia apresenta o objetivo de garantia do que concerne à precisão dos resultados, de modo a evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando uma margem de segurança quanto às inferências, livre de vieses do pesquisador (Richardson, 1989). A quantificação das informações foi obtida a partir de um instrumento de pesquisa, disposto na seção “3.6 Instrumento da Pesquisa e Técnica para Coleta de Dados”.

Com relação ao objetivo do estudo, trata-se de uma pesquisa com caráter descritivo, pois se propõe a retratar a relação existente entre uma concepção e a realidade, com questionamentos sobre *quem, o que, onde, quando ou quanto* (Cooper & Schindler, 2003). Conforme os autores, procura-se descrever e analisar os atributos envolvidos e as influências que duas ou mais variáveis exercem sobre os fenômenos

propostos, conforme as hipóteses destacadas da seção a seguir, “3.2 Modelo Estrutural e Hipóteses de Pesquisa”.

Quanto à abordagem da estratégia utilizada na pesquisa, foi utilizado o levantamento do tipo *survey*, em busca da versatilidade dos levantamentos. Por meio de questões sobre a distribuição de uma variável ou das relações entre características de pessoas ou grupos, como ocorre em situações naturais, torna-se possível ultrapassar as simples informações pessoais do respondente, questionando categorias ligadas à comportamento, ambiente, opinião, atitudes, mensuração e expectativas (Martins & Theóphilo, 2009).

Também foi utilizada a análise de conteúdo de cada projeto nos sites para verificar a existência dos fatores críticos, conforme Bardin (2004) análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicação, que se utiliza de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens para sua interpretação. Zanella (2009) complementa que a análise de conteúdo trabalha com materiais textuais escritos, tanto textos que são resultados do processo de pesquisa como as transcrições de entrevista e os registros das observações.

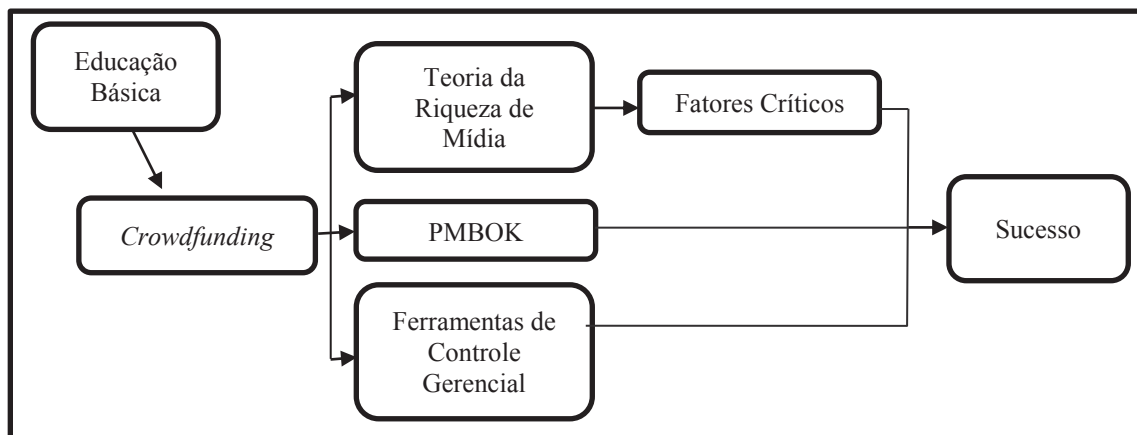
A abordagem quanto à técnica de coleta de dados foi selecionado o questionário como instrumento de coleta para este estudo, baseadas no amplo número de proponentes de projetos da amostra e nas características das informações a serem coletadas, tornando o questionário um mecanismo eficiente para abordagem às organizações (Zanella, 2009). A análise de conteúdo foi elaborada sobre os projetos propostos nas plataformas, seguindo um roteiro (Apêndice 1 – Roteiro de análise dos fatores críticos).

No que tange os efeitos do pesquisador nas variáveis em estudo, esta pesquisa se enquadra na abordagem *ex post facto*, decorrente das características intrínsecas das variáveis *a posterior*, incapacitando manipulação pelo pesquisador sob o evento analisado (Cooper & Schindler, 2003). E em relação à dimensão do tempo, a abordagem enquadra-se como transversal. Conforme Cooper e Schindler (2003), os estudos com corte transversal representam o momento instantâneo de um determinado cenário, viabilizando comparações com outros momentos desta realidade. Assim sendo, a coleta de dados deste estudo ocorreu no período de março e abril de 2017.

3.2 MODELO ESTRUTURAL E HIPÓTESES DE PESQUISA

A Teoria da Riqueza de Mídia será utilizada como teoria de orientação para o presente estudo, subsidiando os constructos, as hipóteses levantadas e a relação entre as variáveis. A Figura 1 expressa o modelo estrutural em que a pesquisa se baseia.

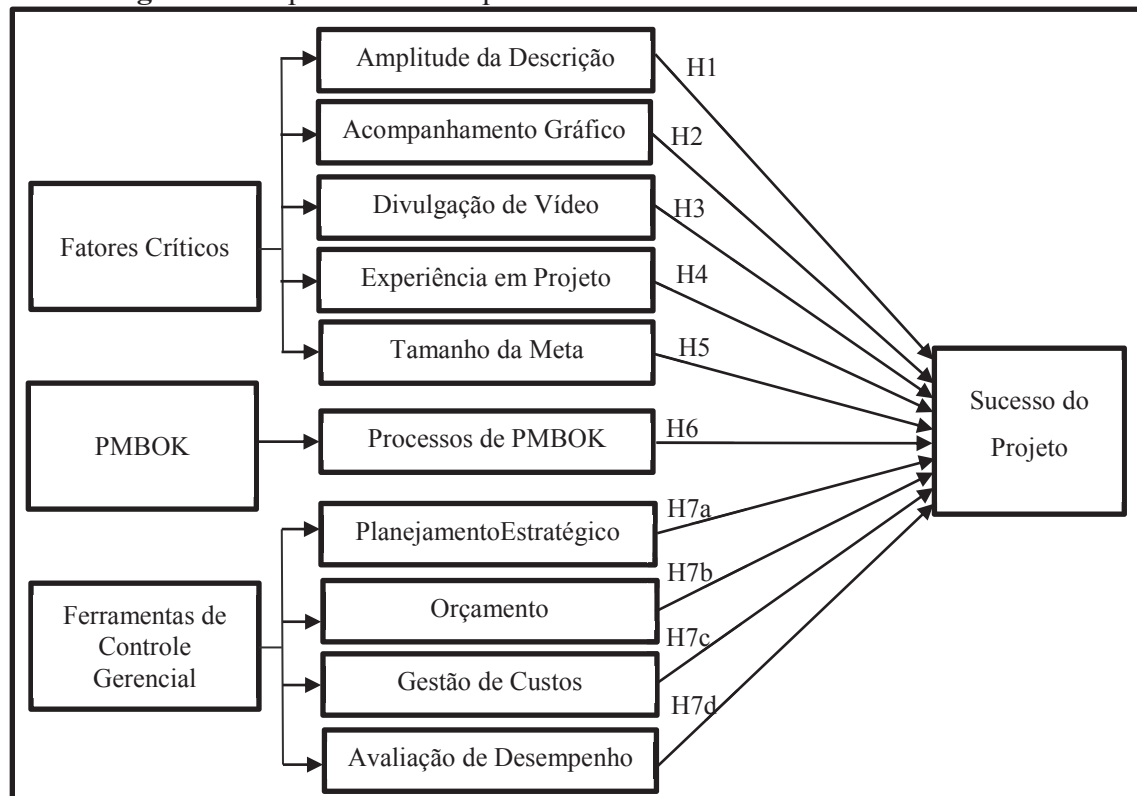
Figura 1 – Modelo Estrutural / Desenho da Pesquisa



Fonte: a autora (2017)

As hipóteses a serem testadas no presente estudo estão dispostas a seguir.

Figura 2 – Hipóteses de Pesquisa



Fonte: a autora (2017)

As hipóteses formuladas para teste são:

H₁. A amplitude da descrição do projeto tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H₂. A utilização de imagens tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H₃. O fornecimento de material de vídeo tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H₄. A experiência na criação de projetos tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H₅. O tamanho da meta do projeto tem relação negativa com o sucesso do financiamento.

H₆. A utilização de processos do manual PMBOK tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H₇. A utilização de ferramentas de controle gerencial tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H_{7a}. A utilização de ferramentas de planejamento estratégico tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H_{7b}. A utilização de ferramentas de orçamento tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H_{7c}. A utilização de ferramentas de gestão de custos tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

H_{7d}. A utilização de ferramentas de avaliação de desempenho tem relação positiva com o sucesso do financiamento.

Com a delimitação das hipóteses a serem testadas, faz-se necessário definir os construtos e seus elementos de mensuração, descritos na próxima seção.

3.3 CONSTRUCTOS E VARIÁVEIS DE PESQUISA

Os construtos são definidos pela ciência como conceitos teóricos acerca das variáveis empregadas em pesquisas empíricas e a relevância de sua definição consiste em esclarecer aos pesquisadores as atribuições aplicadas na investigação (Asendorpf, 2004). Portanto, o quadro na página a seguir tem como objetivo amenizar possíveis incompreensões dos conceitos teóricos utilizados no estudo.

Quadro 1 – Constructos

Constructos 1ª Ordem	Constructos 2ª Ordem	Variáveis	Descrição da Variável	Referências	Questões
Teoria da Riqueza de Mídia	Fatores Críticos	Amplitude da descrição do projeto	Quantidade de informação publicada na descrição do projeto, de acordo com o comprimento do texto.	Koch e Siering (2015)	Roteiro de Análise: RA-2
		Acompanhamento gráfico	Utilização de imagens e gráficos em conjunto com as descrições textuais.		Roteiro de Análise: RA-3
		Fornecimento de material em vídeo	Apresentação de conteúdo em vídeo na descrição do projeto.		Roteiro de Análise: RA-4
		Experiência de projeto	O proponente já criou outro projeto anteriormente.		Questionário: Q-22
		Tamanho da meta proposta	Projetos de valor elevado diminuem a facilidade de financiamento.		Roteiro de Análise: RA-5
		Processos de PMBOK	Processos de Iniciação; e Processos de Planejamento;		Questionário: Q-1 a 3; Q-4 a 6.
Controle Gerencial	Ferramentas de Controle Gerencial	Ferramentas de Planejamento Estratégico	Definição de objetivos do projeto, as estratégias e planos operacionais para alcançá-los.	Frezatti, Aguiar, Guerreiro e Gouveia (2011)	Questionário: Q-7 e 8;
		Ferramentas de Orçamento;	Instrumento que proporciona ao gestor as informações para comparações entre os valores esperados e os resultados obtidos.		Questionário: Q-9;
		Ferramentas de Gestão de Custos; e	Identificação e mensuração dos custos de produtos ou serviços.		Q-10;
		Ferramentas de Avaliação de Desempenho	Possui a finalidade de dar um retorno aos investidores sobre o projeto.		Q-11 e 12.
Sucesso do Projeto		Ter atingido a meta de arrecadação proposta.			Roteiro de Análise: RA-1

Fonte: a autora (2017)

3.4 POPULAÇÃO E AMOSTRAGEM

A população é composta pelos proponentes de projetos direcionados à escolas públicas de educação básica encontrados em plataformas elencadas no Top 10 do site crowdfundingnobrasil.com.br são: Kickante, Kickstarter, Indiegogo, Vakinha, Catarse, Benfeitoria, Juntos.com.vc, Bicharia, Impulso e Idea.me. Foram excluídas as plataformas Kickstarter e Indiegogo por se tratarem de sites internacionais; a Vakinha, pois não disponibiliza a opção de listagem e os projetos são filtrados pelo seu nome, não apresentando vinculação à área, e sim à quem está divulgando o projeto; Bicharia, por ser exclusivamente para projetos relacionados aos animais; a plataforma Impulso, por tratar especificamente de empreendimentos para micro empresas; o Idea.me por conter apenas um projeto voltado para uma universitária; e o Benfeitoria por não divulgar em sua plataforma as seguintes informações necessárias para análise: a localização da escola e o responsável pelo projeto com seus dados. Foi incluído na população o site Somosprofessores.org, uma plataforma apenas com projetos de professores, totalizando quatro plataformas.

A plataforma Kickante contém 70 projetos voltados para Educação Básica, a plataforma Catarse tem 98 projetos, o Juntos.com.vc tem 54 e o Somosprofessores.org disponibiliza 21, perfazendo o total de 243 projetos na população.

Os projetos estão dispostos em três grupos: os projetos que atingiram a meta na modalidade Tudo ou Nada, os projetos atingidos na modalidade Flexível e os projetos que não atingiram a meta. Os grupos são detalhados por plataforma no quadro a seguir.

Quadro 2 – Situação dos Projetos

	SomosProfessores	Juntos.com.vc	Catarse	Kickante	Total	%
Tudo ou Nada	18	33	28	13	92	38%
Flexível	0	0	25	49	74	30%
Não atingiu a meta	3	21	45	8	77	32%
Total	21	54	98	70	243	100%

Fonte: a autora (2017)

A situação de maior ocorrência são os projetos que atingiram sua meta total inicialmente proposta, representando 38% da população. Na sequência, 32% dos

projetos não atingiram a meta e 30% atingiram na modalidade flexível, obtendo sua meta parcialmente.

Os projetos propostos são provenientes de 18 Estados e serão descritos no Quadro 3:

Quadro 3 – Estados dos Projetos

Estado	SomosProfessores	Juntos.com.vc	Catarse	Kickante	Total	%
Alagoas				1	1	0%
Bahia		10	4	3	17	7%
Ceará				2	2	1%
Distrito Federal		1	2	3	6	2%
Espírito Santo		1			1	0%
Goiás		1	3	1	5	2%
Minas Gerais			6	9	15	6%
Mato Grosso				2	2	1%
Pernambuco	21		2	2	25	10%
Piauí				1	1	0%
Paraná		3	9	3	15	6%
Rio de Janeiro			11	10	21	9%
Rio Grande do Norte			1		1	0%
Roraima				1	1	0%
Rio Grande do Sul		1	14	5	20	8%
Santa Catarina		2	5	3	10	4%
Sergipe		1			1	0%
São Paulo		34	41	24	99	41%
Total	21	54	98	70	243	100%

Fonte: a autora (2017)

O Estado de maior representatividade quanto aos projetos propostos é São Paulo, que apresenta 41% da totalidade, seguido de Pernambuco com 10%, Rio de Janeiro com 9% e Rio Grande do Sul 8%.

A amostra estratificada engloba 12 áreas em que os projetos são enquadrados. O Quadro 4 apresenta as quantidades e como estão distribuídas em cada plataforma.

Quadro 4 – Amostra Estratificada

	SomosProfessores	Juntos.com.vc	Catarse	Kickante	Total	%
Construção/Reforma da Escola		10	9	4	23	9%
Parquinho		1		2	3	1%
Biblioteca	5	8	10	2	25	10%
Curso	1	13	15	19	48	20%
Livro			19	10	29	12%
Meio Ambiente	5	1	3	3	12	5%
Saúde	1	1	1	2	5	2%
Informática/Robótica	2	3	5	4	14	6%
Música	1	2	4	12	19	8%
Esporte	2		4	1	7	3%
Materiais/Mantimentos		7	13	3	23	9%
Atividades Educacionais	4	8	15	8	35	14%
Totais	21	54	98	70	243	100%

Fonte: a autora (2017)

O quadro destaca que os projetos direcionados ao desenvolvimento de cursos extracurriculares tem maior representatividade, com 20%. Na sequência, 14% dos projetos são para realização de atividades educacionais diversas, que se enquadram aulas de reforço escolar, atividades desenvolvidas no contra turno, passeios e viagens de estudos. A elaboração e publicação de livros apresenta 12% da totalidade, seguido de criação de bibliotecas (10%), demonstrando forte incentivo à leitura.

3.5 PRÉ-TESTE

O pré-teste é um procedimento realizado para aprimorar o questionário antes de submetê-lo à população do estudo, possibilitando ao pesquisador um contato prévio com respondentes da área investigada, com a finalidade de aumentar a confiabilidade e dar maior clareza às perguntas, excluindo ambiguidades (Martins & Theóphilo, 2009).

O instrumento de pesquisa foi submetido a dois profissionais atuantes nas áreas de gestão de projetos e três profissionais ligados à contabilidade gerencial, que contribuíram para o aperfeiçoamento do questionário. O pré-teste foi realizado no período entre 15 e 28 de fevereiro de 2017 e as respostas serão descartadas para análise dos resultados.

Os respondentes sugeriram alterações para reformulação das questões de modo a minimizar as dificuldades de compreensão e recomendaram acrescentar uma breve

explicação sobre processos de gerenciamento de PMBOK e ferramentas de controle gerencial. Estas contribuições foram consideradas pertinentes e então incorporadas ao instrumento.

3.6 INSTRUMENTO DE PESQUISA E TÉCNICA PARA COLETA DE DADOS

A obtenção dos dados foi realizada de duas formas, a primeira, correspondente aos fatores críticos, ocorreu por meio da análise do conteúdo cadastrado pelos proponentes nas plataformas virtuais, conforme o roteiro de análise descrito no Apêndice 1. A segunda forma refere-se às ferramentas de controle gerencial e os processos de gerenciamento do PMBOK, que foram coletados por meio de um questionário estruturado, direcionado aos proponentes destes projetos.

O roteiro de análise dos Fatores Críticos (Apêndice 1) apresenta três questões que requerem atribuição de nota 0, em caso afirmativo e 1 para caso negativo. Tratam-se de questionamentos quanto ao alcance da meta proposta, existência de acompanhamento gráfico e de material em vídeo na apresentação do projeto.

As outras duas questões são categorizadas de maneira diferente. Na questão de amplitude da descrição do projeto, após a coleta de dados das plataformas, foi categorizada em níveis de 1 a 5, conforme a quantidade de palavras, sendo 1 para quantidade menor de palavras e 5 para quantidade maior. Enquanto na questão do tamanho da meta proposta, foi categorizada de acordo com os valores estipulados nos projetos cadastrados, neste caso, de 5 a 1, sendo 5 para valores baixos e 1 para altos valores, uma vez que a hipótese estabelece que quanto maior for o valor, tem relação negativa com a obtenção do sucesso.

O questionário instrumento deste estudo configura-se conforme o desenho de pesquisa e dispõe-se em dois blocos com questões afirmativas em que o respondente atribui notas conforme sua utilização. As variáveis foram estruturadas baseando-se em estudos anteriores e adaptados para a realidade de projetos a partir da revisão da literatura. O bloco 01 contemplou questões sobre os indicadores de processos de PMBOK e ferramentas de controle gerencial envolvidos nos projetos e o bloco 02 possui interrogativas pertinentes aos dados demográficos do respondente.

Para coletar os dados, o questionário foi disponibilizado em formato *on-line* na plataforma *Google Docs*, cujo link de acesso foi enviado de forma eletrônica, juntamente com uma carta de apresentação da pesquisa, para os proponentes dos

projetos por meio dos endereços de e-mail e redes sociais disponibilizadas em cada projeto e também para os responsáveis pelas plataformas SomosProfessores, Juntos.com.vc, Catarse e Kickante, para que encaminhassem aos proponentes parceiros de cada site. Foram realizados três envios periodicamente para cada endereço (e-mail e perfil da rede social *Facebook*), no período de maio a julho de 2017.

Ao final, foi obtida uma amostra não intencional de 28 respostas válidas, o que representa 11,5% da população. Ressalta-se que o consentimento à pesquisa foi realizado quando os respondentes completaram o questionário, e conforme descrito na Carta de Apresentação (Apêndice 2), foi assegurado o anonimato. Ao final do questionário, os respondentes puderam informar seu interesse no retorno de *e-mail* com os resultados da pesquisa.

3.7 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Tendo em vista os propósitos deste estudo, na parte dos Fatores Críticos procedeu-se à técnica de análise de conteúdo, definida por Bardin (2004) como um conjunto de técnicas de análise de comunicação, que se utiliza de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens para sua interpretação.

Conforme Bardin (2004), a análise de conteúdo organiza-se em torno de três pólos cronológicos: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material; e (3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. A fase de pré-análise é destinada para a organização e geralmente possui três missões: a escolha dos documentos a serem analisados, a formulação das hipóteses e objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. A segunda fase é a administração sistemática das decisões tomadas, sendo uma etapa longa e detalhada de operações de codificação, desconto ou enumeração, conforme as regras previamente estabelecidas. E a terceira e última etapa trata os resultados brutos transformando-os em dados significativos e válidos, por meio de estatísticas simples (percentagens) ou de maior complexidade (análise fatorial), o que permite a formulação de quadros, diagramas e figuras que demonstram as informações obtidas na análise.

A análise dos dados referentes às ferramentas de controle gerencial e os processos de gerenciamento do PMBOK obtidos por meio do questionário foi efetuada estatisticamente utilizando a técnica descritiva e posteriormente, as técnicas do *Teste do qui-quadrado de Pearson* e o *Teste U de Mann-Whitney* para verificar a relação dos

fatores com o sucesso dos projetos, utilizando-se do software *Statistical Package for the Social Science* – SPSS, versão 20.0©. Para descrever o perfil dos proponentes também foi utilizada a estatística descritiva.

A técnica de estatística descritiva possibilita uma melhor compreensão do comportamento dos dados, sendo utilizada como ferramenta preliminar para descrevê-los (Cooper & Schindler, 2003). Martins e Theóphilo (2007) complementam que a estatística descritiva consiste no processo de organizar, sumarizar e descrever os dados, por meio de gráficos, tabelas e cálculo de medidas, com o objetivo de melhor compreender o comportamento de uma variável dentro de um conjunto de dados analisados.

O teste do qui-quadrado de Pearson pode ser utilizado para verificar se existe uma associação significativa entre duas variáveis categóricas nominais (Field, 2009). Considerando um nível de 5%, se encontrarmos um p-valor menor que 0,05 tem-se que as variáveis possuem alguma relação e não são independentes. Conforme Field (2009) a estatística resultante é o qui-quadrado de Pearson (χ^2) e a equação é:

$$\chi^2 = \sum \frac{(\text{Observado}_{ij} - \text{Modelo}_{ij})^2}{\text{Modelo}_{ij}}$$

Enquanto o teste U de Mann-Whitney é utilizado para verificar a existência de uma associação significativa entre duas variáveis, neste caso, uma das variáveis deve ser ordinal ou escala, enquanto a outra será nominal. É o caso das variáveis “amplitude da descrição” e “tamanho da meta proposta”, pois são avaliadas por meio de escalas. De acordo com Field (2009) a equação é representada da seguinte forma:

$$U = N_1 N_2 + \frac{N_1 (N_1 + 1)}{2} - R_1$$

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados e discutidos os resultados obtidos pelos questionários e na análise de conteúdo dos sites dos projetos. A análise dos dados é apresentada inicialmente descrevendo as variáveis pesquisadas, começando pelo perfil dos respondentes e depois seguindo o quadro de constructos que consta na metodologia. Posteriormente, apresenta-se a análise bivariada, utilizando-se do *Teste do qui-quadrado de Pearson* e *Teste U de Mann-Whitney* com a discussão dos resultados das hipóteses.

4.1 ANÁLISE DESCRITIVA

Os dados sociais demográficos dos respondentes obtidos a partir dos questionários são apresentados a seguir. A Tabela 1 descreve os Estados a que pertencem os projetos.

Tabela 1 – Estados dos projetos de *crowdfunding*

Estado	Quantidade	%
Bahia	5	17,86%
Ceará	1	3,57%
Goiás	1	3,57%
Mato Grosso	1	3,57%
Paraná	2	7,14%
Pernambuco	2	7,14%
Rio de Janeiro	2	7,14%
Rio Grande do Sul	3	10,71%
Santa Catarina	1	3,57%
São Paulo	10	35,71%
Total	28	100,00%

Fonte: a autora (2017)

Em relação ao Estado, destacam-se os projetos provenientes dos Estados de São Paulo, representando 35,70% da totalidade, seguido da Bahia com 17,86% e Rio Grande do Sul, apresentando 10,71% dos respondentes. A tabela a seguir apresenta a análise de acordo com gênero, separando-as de acordo com a meta do projeto ter sido atingida ou não.

Tabela 2 – Gênero dos Respondentes

Gênero	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Masculino	6	21,43%	5	17,86%	11	39,29%
Feminino	12	42,86%	5	17,86%	17	60,71%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

A coleta de dados é composta por 28 questionários, entre os quais 18 atingiram a meta proposta para o projeto e 10 não atingiram a meta. Os respondentes foram 17 mulheres e 11 homens, representando respectivamente 60,71% e 39,29% do total. Ao detalhar os respondentes quanto à meta, 12 mulheres foram as responsáveis pelos projetos que atingiram a meta, enquanto 6 homens atingiram, e dentre os projetos que não atingiram a meta, não houve diferença de gênero, representando 5 respondentes de cada. A tabela a seguir expõe a faixa etária dos respondentes.

Tabela 3 – Faixa etária dos Respondentes

Faixa Etária	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
18 a 29 anos	7	25,00%	3	10,71%	10	35,71%
30 a 39 anos	9	32,14%	4	14,29%	13	46,43%
40 a 49 anos	1	3,57%	3	10,71%	4	14,29%
50 anos ou mais	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Relacionado à faixa etária dos respondentes, 46,43% se enquadram entre 30 e 39 anos, seguido de 35,71% com idades entre 18 e 29 anos. Entre os respondentes que não atingiram a meta, as idades estão distribuídas nas 3 primeiras faixas etárias, enquanto os respondentes que atingiram a meta se destacam na segunda faixa etária (30-39) com 32,14% e primeira (18-29) com 25%. A seguir, a Tabela 4 aborda a atividade profissional do respondente.

Tabela 4 – Atividade profissional em Gestão Escolar

Atividade Escolar	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Sim	5	17,86%	5	17,86%	10	36,35%
Não	13	46,43%	5	17,86%	18	65,94%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Perguntados sobre a relação da atividade profissional com a área de gestão escolar, 65,94% disseram não ter relação com a área, destes, 46,43% tiveram a meta atingida e 17,86% não atingiram, o que demonstra que a comunidade e professores estão preocupados com a arrecadação de financiamentos para projetos de melhoria na

escola, não deixando a responsabilidade apenas para os envolvidos na gestão destas escolas. Os profissionais envolvidos em gestão escolar representam 36,35% e não apresentou diferença entre meta atingida ou não. Em seguida serão abordadas as áreas de atuação dos respondentes.

Tabela 5 – Área de atuação dos Respondentes

Área de Atuação	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Diretoria	1	3,57%	3	10,71%	4	14,29%
Coordenação	1	3,57%	1	3,57%	2	7,14%
Secretaria	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Professor	6	21,43%	2	7,14%	8	28,57%
Comunidade	6	21,43%	3	10,71%	9	32,14%
Outros	4	14,29%	-	-	4	14,29%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Quanto à área de atuação dos respondentes, 32,14% não possuem ligação profissional com a escola, fazem parte da comunidade, e em seguida, os professores apresentaram maior representatividade, com 28,57%, estas categorias tiveram maior ocorrência em projetos que atingiram a meta, representando 21,43% cada categoria. Os que responderam “Outros” descreveram fazer parte de Organizações Não Governamentais – ONG’s e de equipe de Comunicação e Captação de Recursos, que representam 14,29% dos projetos que tiveram a meta do projeto atingida. A Tabela 6 detalha a formação dos respondentes.

Tabela 6 – Formação acadêmica dos Respondentes

Formação	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Administração	1	3,57%	2	7,14%	3	10,71%
Arquitetura e Urbanismo	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Arte Educadora	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Ciências Sociais	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Comunicação Social	6	21,43%	1	3,57%	7	25,00%
Design de Produto	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Design Gráfico	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Educação Física	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Geografia	2	7,14%	-	-	2	7,14%
História	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Letras	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Pedagogia	2	7,14%	2	7,14%	4	14,29%
Psicologia	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Sociologia	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Ensino Médio	2	7,14%	-	-	2	7,14%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Quanto à formação acadêmica, destaca-se a graduação de Comunicação Social, com 25% do total de respondentes, representado por 7 pessoas, distribuídos nas áreas de Jornalismo (3) e Rádio e TV (3) que são os responsáveis por projetos que atingiram a meta, e Publicidade e Propaganda 1 respondente, que não teve seu projeto atingido. Outras graduações que se destacam são: Pedagogia, com 14,29% e Administração com 10,71%. Graduação em Geografia e pessoas com Ensino Médio concluído representam 7,14% cada um. A seguir será exposta a pós-graduação dos respondentes.

Tabela 7 – Pós-graduação dos Respondentes

Pós-Graduação	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Lato Sensu	4	14,29%	3	10,71%	7	25,00%
Scripto Sensu	2	7,14%	-	-	2	7,14%
Não	12	42,86%	7	25,00%	19	67,86%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Conforme retratado, a maioria dos respondentes não possui pós-graduação, representando 67,86% do total, sendo 42,86% os proponentes que atingiram a meta e 25% que não atingiram. Entre os que dispõem pós-graduação, 25% possuem pós-graduação *lato-sensu*, sendo 14,29% os que tiveram a meta atingida e 10,71% que não atingiram e os outros 7,14% são respondentes com pós-graduação *stricto sensu* e atingiram a meta de seus projetos. Pode-se observar que a formação, tanto graduação quanto pós-graduação, não apresentou relação com a concretização da meta proposta. A Tabela 8 aborda o tempo de trabalho na instituição.

Tabela 8 – Tempo dos Respondentes na Instituição

Tempo na Instituição	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Até 05 anos	10	35,71%	5	17,86%	15	53,57%
06 a 10 anos	5	17,86%	3	10,71%	8	28,57%
11 a 15 anos	1	3,57%	1	3,57%	2	7,14%
16 a 20 anos	2	7,14%	1	3,57%	3	10,71%
Acima de 20 anos	-	-	-	-	-	-
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Quando perguntados sobre o tempo de atuação na atual Instituição, a maioria está a menos de 5 anos, representando 53,57% do total. Este elevado número de respondentes pode ser explicado por ser composto também por pessoas da comunidade local e voluntários de ONG's. Após, destaca-se o tempo entre 6 e 10 anos, que é o caso de 28,57% dos respondentes, seguido de 10,71% que estão entre 16 e 20 anos e 7,14%

atuam entre 11 e 15 anos nesta Instituição. Posteriormente, foram indagados sobre a experiência profissional na área escolar, englobando situações anteriores à Instituição atual, os resultados são expostos a seguir:

Tabela 9 – Tempo de experiência dos Respondentes

Tempo de Experiência	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Até 05 anos	11	39,29%	3	10,71%	14	50,00%
06 a 10 anos	4	14,29%	4	14,29%	8	28,57%
11 a 15 anos	2	7,14%	2	7,14%	4	14,29%
16 a 20 anos	1	3,57%	1	3,57%	2	7,14%
Acima de 20 anos	-	-	-	-	-	-
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Quanto ao tempo de experiência profissional na área escolar, 50% responderam até 5 anos, e foi o único nível que apresentou diferença entre os proponentes que atingiram ou não a meta, entre os quais 39,29% obtiveram sucesso e 10,71% insucesso. O nível de 6 a 10 anos foi apontado por 28,57% dos respondentes, em seguida o nível de 11 a 15 anos com 14,29% e o nível de 16 a 20 anos obteve 7,14% dos respondentes. Ocorreram dois casos em que os respondentes participam em suas Instituições pelo período entre 16 e 20 anos, mas ambos estão na área escolar a menos de 5 anos, trata-se de participantes de ONG's, que fazem parte das Organizações há mais tempo, mas organizavam projetos voltados para outras áreas, não a escolar. A tabela seguinte retrata a experiência que os proponentes possuem quanto à projetos de *crowdfunding*.

Tabela 10 – Experiência em projetos de *crowdfunding* dos Respondentes

Experiência em Crowdfunding	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Sim - com meta atingida	8	28,57%	-	-	8	28,57%
Sim - sem meta atingida	-	-	1	3,57%	1	3,57%
Não	10	35,71%	9	32,14%	19	67,86%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100%

Fonte: a autora (2017)

Perguntados sobre suas experiências com projetos de *crowdfunding*, 67,86% dos respondentes não tinham experiência, o que demonstra ter sido o primeiro projeto proposto. Os demais possuem experiência, e cabe destacar que 28,57% dos respondentes que já possuíam experiência com projetos anteriores e que tinham atingido a meta, no atual projeto também obtiveram sucesso. E apenas 1 respondente (3,57%) já

tinha proposto algum projeto, porém sem sucesso, e no atual projeto também não atingiu a meta.

Foram analisados os projetos descritos nas plataformas, a partir do Roteiro de Análise dos Fatores Críticos, os quais dizem respeito a fatores elencados na Teoria da Riqueza de Mídia: amplitude da descrição, acompanhamento gráfico, material de vídeo e tamanho da proposta. A tabela seguinte dispõe sobre a amplitude da descrição do projeto.

Tabela 11 – Amplitude da descrição do projeto

Amplitude da Descrição	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
1 - Até 400 palavras	7	25,00%	4	14,29%	11	39,29%
2 - De 401 a 800 palavras	6	21,43%	2	7,14%	8	28,57%
3 - De 801 a 1.200 palavras	2	7,14%	3	10,71%	5	17,86%
4 - De 1.201 a 1.600 palavras	-	-	1	3,57%	1	3,57%
5 - De 1.601 a 2.000 palavras	3	10,71%	-	-	3	10,71%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100,00%

Fonte: a autora (2017)

Ao realizar a contagem de palavras na descrição de cada projeto em sua plataforma, é possível observar que a prevalecem projetos com a descrição mais curta, de até 400 palavras, que representaram 39,29% da totalidade, sendo 25% dos projetos que atingiram a meta e 14,29% dos que não atingiram. Em seguida, entre os projetos que tiveram sucesso, o segundo maior nível de descrição foi entre 401 e 800 palavras, representando 21,43%. Pode-se constatar que os doadores tiveram preferência por projetos com descrições mais diretas. A Tabela 12 retrata a presença de material gráfico e de vídeos junto com a descrição do projeto.

Tabela 12 – Existência de material gráfico e vídeo

Material existente	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
Gráfico/fotos	17	60,71%	10	35,71%	27	96,43%
Sem gráficos/fotos	1	3,57%	-	-	1	3,57%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100,00%
Vídeos	14	50,00%	7	25,00%	21	75,00%
Sem vídeos	4	14,29%	3	10,71%	7	25,00%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100,00%

Fonte: a autora (2017)

Identifica-se fortemente a existência de recursos audiovisuais para melhor detalhamento do ambiente, dos envolvidos no projeto quanto à organização do projeto e dos futuros beneficiados, o que colabora no apelo aos financiadores. Nota-se que

96,43% utilizaram fotografias e gráficos para divulgação do projeto, enquanto 75% fizeram uso de vídeos explicativos. Em seguida, expõe-se o tamanho da meta proposta nos projetos.

Tabela 13 – Tamanho da meta proposta

Tamanho da meta proposta	Meta atingida	%	Meta não atingida	%	Total	%
1 - Superior a R\$ 40.000	-	-	2	7,14%	2	7,14%
2 - De R\$ 30.001 a 40.000	1	3,57%	-	-	1	3,57%
3 - De R\$ 20.001 a 30.000	3	10,71%	-	-	3	10,71%
4 - De R\$ 10.001 a 20.000	4	14,29%	-	-	4	14,29%
5 - Até R\$ 10.000	10	35,71%	8	28,57%	18	64,29%
Total	18	64,29%	10	35,71%	28	100,00%

Fonte: a autora (2017)

Ao considerar o tamanho da meta proposta pelos responsáveis dos projetos, conforme exposto na Tabela 13, verifica-se que o nível de metas de até R\$ 10.000,00 se destaca, apresentando 64,29% das ocorrências totais. Entre os projetos que atingiram a meta, este nível obteve 35,71%, seguido de 14,29% o nível entre R\$ 10.001,00 e 20.000,00, em seguida 10,71% se enquadram no nível entre R\$ 20.001,00 e 30.000,00 e apenas 3,57% se enquadraram no nível entre R\$ 30.001,00 e 40.000,00, enquanto não teve nenhum projeto financiado com valores superiores a R\$ 40.000,00. Já os projetos que não atingiram a meta, 28,57% tinham propostas de até R\$10.000,00 e 7,14% apresentaram valores acima de R\$ 40.000,00.

O tópico a seguir trata sobre as ações de gerenciamento de projetos realizadas pelos proponentes, e os dados foram obtidos por meio de questionário, nos quais os respondentes indicaram a existência de práticas quanto aos Processos de Iniciação e de Planejamento do projeto, atribuindo notas de 1 (nenhuma existência) a 5 (forte existência). A Tabela 14 aborda sobre os processos de gerenciamento de PMBOK.

Tabela 14 – Análise descritiva dos processos de gerenciamento de projetos

Indicadores	Frequências ¹ (%)					Total
	1	2	3	4	5	
<i>Processos de Iniciação</i>						
Identificação da necessidade da escola.						
Projetos que atingiram a meta	5,56%	5,56%	11,11%	22,22%	55,56%	100%
Projetos que não atingiram a meta	10,00%	0,00%	10,00%	30,00%	50,00%	100%
Determinação do objetivo do projeto.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	0,00%	5,56%	22,22%	72,22%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	10,00%	20,00%	70,00%	100%
Identificação das necessidades do projeto.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	0,00%	5,56%	33,33%	61,11%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	10,00%	30,00%	60,00%	100%
<i>Processos de Planejamento</i>						
Estimativa do tempo total de execução.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	0,00%	5,56%	44,44%	50,00%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	10,00%	10,00%	20,00%	60,00%	100%
Definição do cronograma.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	5,56%	11,11%	33,33%	50,00%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	30,00%	20,00%	50,00%	100%
Projeção do orçamento.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	0,00%	5,56%	50,00%	44,44%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	0,00%	30,00%	70,00%	100%

Fonte: a autora (2017)

A tabela acima detalha que, ao elaborar o Processo de Iniciação e Planejamento, predominou a quantidade de proponentes que praticaram as ações que foram questionadas. O processo de gerenciamento ocorreu tanto para os projetos que tiveram sua meta atingida, quanto aos que não a atingiram, demonstrando não ter interferência no sucesso do projeto.

Pode-se observar que os respondentes responsáveis pelos projetos que tiveram a meta atingida indicaram forte existência de práticas de identificação da necessidade da escola (55,56%), determinação do objetivo do projeto (72,22%), identificação das necessidades do projeto (61,11%), estimativa do tempo total de execução (50%), definição do cronograma (50%) e projeção do orçamento (44,44%). Enquanto em projetos que não atingiram a meta, seus proponentes também apontaram forte existência destas práticas: identificação da necessidade da escola (50%), determinação do objetivo do projeto (70%), identificação das necessidades do projeto (60%), estimativa do tempo total de execução (60%), definição do cronograma (50%) e projeção do orçamento (70%).

A prática de identificação da necessidade da escola foi o único item que ocorreu a nota 1, de “nenhuma existência” de identificação. Esse item foi apontado por um

respondente que atingiu a meta, representando 5,56% da totalidade e por um respondente que não atingiu a meta, que representou 10% do total não atingido.

Adicionalmente, os proponentes foram questionados sobre a utilização de ferramentas de controle gerencial, que será retratada na tabela a seguir.

Tabela 15 – Análise descritiva das ferramentas de controle gerencial

Indicadores	Frequências ¹ (%)					Total
	1	2	3	4	5	
<i>Ferramentas de Controle Gerencial</i>						
Realização do planejamento estratégico da escola.						
Projetos que atingiram a meta	44,44%	5,56%	16,67%	16,67%	16,67%	100%
Projetos que não atingiram a meta	10,00%	0,00%	30,00%	20,00%	40,00%	100%
Realização do planejamento tático do projeto (definição de objetivo e estratégias para alcançá-lo).						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	11,11%	16,67%	44,44%	27,78%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	30,00%	20,00%	50,00%	100%
Realização do orçamento do projeto.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	0,00%	5,56%	33,33%	61,11%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	0,00%	40,00%	60,00%	100%
Realização da gestão de custos do projeto.						
Projetos que atingiram a meta	0,00%	5,56%	0,00%	50,00%	44,44%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	0,00%	20,00%	30,00%	50,00%	100%
Realização da avaliação de desempenho baseado em medidas financeiras.						
Projetos que atingiram a meta	11,11%	22,22%	27,78%	27,78%	11,11%	100%
Projetos que não atingiram a meta	0,00%	10,00%	40,00%	20,00%	30,00%	100%
Realização da avaliação de desempenho baseado em medidas não- financeiras.						
Projetos que atingiram a meta	11,11%	5,56%	27,78%	38,89%	16,67%	100%
Projetos que não atingiram a meta	10,00%	0,00%	50,00%	10,00%	30,00%	100%

Fonte: a autora (2017)

Perguntados sobre a prática de planejamento estratégico da escola, 44,44% dos responsáveis pelos projetos que atingiram a meta responderam nenhuma existência, seguidos por 16,67% que disseram ter muito forte existência, empatados com forte existência e moderada existência, e apenas 5,56% consideram fraca existência. Entre os projetos que não alcançaram a meta, 40% consideram muito forte existência, 30% moderada existência, 20% forte existência e 10% nenhuma existência. Pode-se observar que grande parte dos proponentes que não atingiram a meta planejaram estrategicamente a escola, enquanto os proponentes que tiveram sua meta alcançada, em sua maioria, indicaram não utilizar esta prática.

Quanto ao planejamento tático dos projetos que tiveram sucesso, 44,44% disseram ter forte existência, 27,78% muito forte existência, 16,67% moderada existência e 11,11% consideram fraca existência. Enquanto em projetos que não tiveram sucesso, 50% disseram ter muito forte existência, 30% moderada existência e 20% forte

existência, demonstrando considerável utilização por parte dos proponentes, independente de terem alcançado sucesso.

Perguntados sobre a realização de orçamento do projeto, 61,11% dos responsáveis por projetos que atingiram a meta disseram ter sido muito forte existência, 33,33% forte existência e 5,56% moderada existência. Em projetos que não atingiram a meta, os percentuais mostraram-se similares, com 60% considerando muito forte existência e 40% forte existência, evidenciando forte utilização pelos proponentes, tanto para os proponentes que atingiram a meta quanto aos que não atingiram.

Quanto à realização da gestão de custos do projeto, ao se tratar de projetos que tiveram sua meta atingida, 50% dos respondentes disseram que houve forte existência de gestão de custos, seguidos de 44,44% muito forte existência e 5,56% fraca existência. Já em projetos que não atingiram a meta, 50% consideram muito forte existência, 30% forte existência e 20% moderada existência. Verifica-se, portanto, forte aproveitamento desta ferramenta por todos os respondentes.

Ao considerar a avaliação de desempenho baseado em medidas financeiras, 27,78% dos respondentes que atingiram a meta apontaram ter forte existência e o mesmo percentual disse moderada existência, seguidos de 22,22% fraca existência e empatados com 11,11% estão muito forte existência e nenhuma existência. Enquanto os proponentes que não atingiram a meta utilizam mais as avaliações, apontando 40% moderada existência, 30% muito forte existência, 20% consideram forte existência e apenas 10% atribuíram fraca existência. A utilização desta ferramenta sofre ampla variação de intensidade, enquanto projetos de sucesso apresentam fraca, moderada e forte aplicação, os projetos de insucesso indicam de moderada a muito forte.

Referente à avaliação de desempenho baseado em medidas não-financeiras, quando se trata de projetos que atingiram a meta, 38,89% consideram forte existência, 27,27% moderada existência, 16,67% muito forte existência, 11,11% apontam nenhuma existência dessa modalidade de avaliação e 5,56% fraca existência. Ao tratar-se de projetos que não alcançaram sua meta, 50% apontaram moderada existência, 30% muito forte existência e 10% consideram forte existência e o mesmo percentual aponta nenhuma existência. Observa-se que os projetos que atingiram sua meta indicaram moderada e forte utilização desta ferramenta, enquanto a maioria dos projetos que não atingiram, apontaram moderada e muito forte utilização.

Ao considerar as ferramentas de controle gerencial, conforme exposto na Tabela 15, verifica-se que a utilização pelos proponentes não assume a tendência observada na

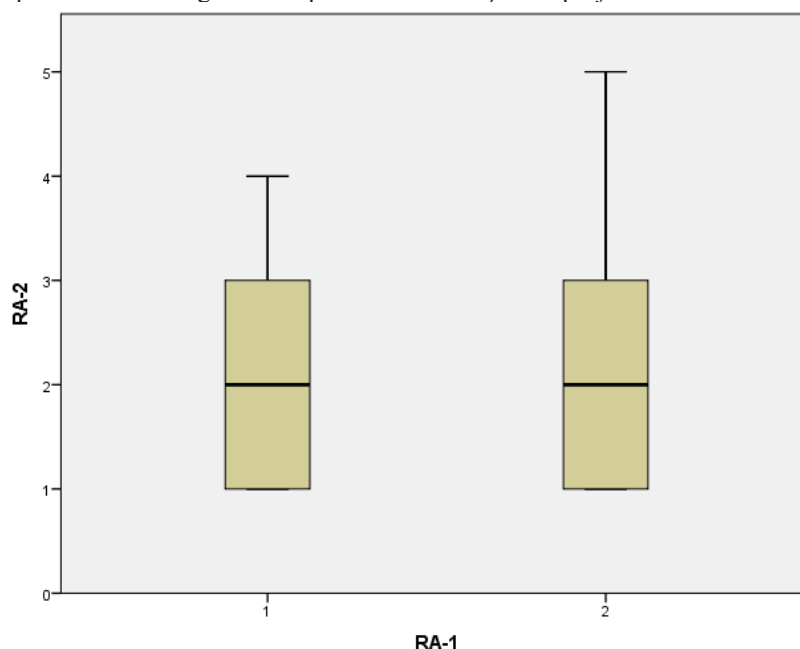
aplicação de processos de gerenciamento. Porém, mesmo apresentando oscilações entre os usuários, verifica-se uma utilização considerável pelas escolas das ferramentas gerenciais como aliados no processo de controle. No tópico a seguir, será apresentada a análise bivariada das variáveis.

4.2 ANÁLISE BIVARIADA

Neste tópico serão apresentadas as formas com que as variáveis categóricas se relacionam, indicando por meio do *Teste do qui-quadrado de Pearson* e *Teste U de Mann-Whitney* como as variáveis independentes estão conectadas ao sucesso ou insucesso do projeto. O teste do qui-quadrado de Pearson será utilizado quando a análise for entre duas variáveis categóricas nominais e o teste U de Mann-Whitney será utilizado quando uma variável for nominal e a outra se tratar de escala.

Por meio do Roteiro de Análise dos Fatores Críticos, coletaram-se os dados sobre os fatores dispostos na Teoria da Riqueza de Mídia: amplitude da descrição, acompanhamento gráfico, material de vídeo e tamanho da proposta. A Figura 3 detalha a amplitude da descrição.

Figura 3 – Boxplot da Meta atingida e Amplitude da descrição do projeto



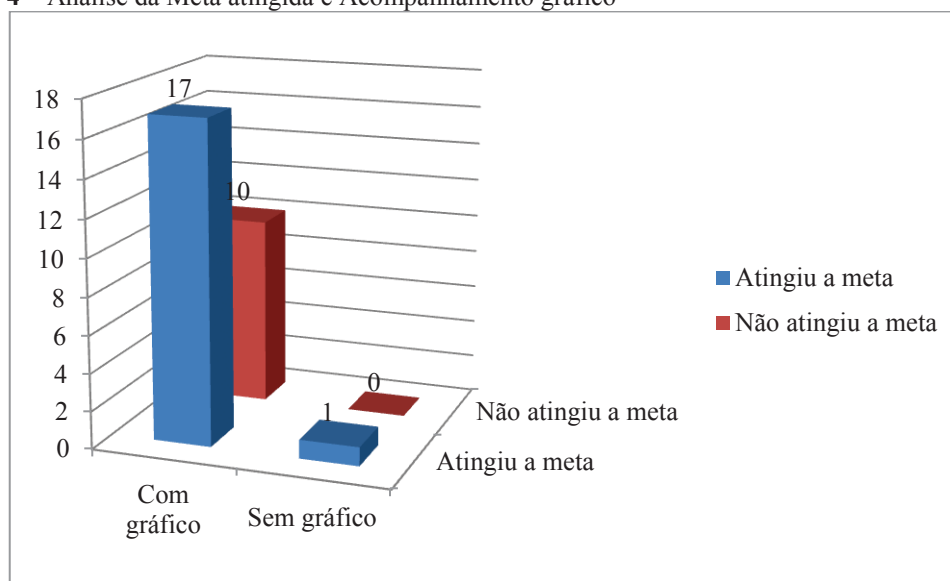
Nota: Legenda RA-1 = 1: não atingiu a meta; 2: atingiu a meta

RA-2 = Escalas com níveis de 1 a 5, conforme a quantidade de palavras

Fonte: a autora (2017)

Ao considerar a contagem de palavras na descrição de cada projeto no site da plataforma, a escala foi dividida em 5 níveis, sendo: nível 1: até 400 palavras; nível 2: de 401 a 800 palavras, nível 3: de 801 a 1.200 palavras, nível: 4 de 1.201 a 1.600 palavras e o nível 5: de 1.601 a 2.000 palavras. Pode-se observar que a maioria dos projetos apresenta descrições contendo entre 401 e 800 palavras, compreendidas pelo nível dois, tanto para projetos que obtiveram sucesso quanto para os que não obtiveram. Entre as propostas que atingiram a meta, apresenta-se desvio padrão de 1.437, sendo o mínimo 1 e máximo 5, enquanto a análise das propostas que não atingiram a meta, apresentou desvio padrão de 1,101, sendo o mínimo 1 e máximo. Não se pode afirmar que esta variável tem relação positiva com o sucesso do financiamento, pois não foram encontradas diferenças estatisticamente significativas entre meta e amplitude da descrição do projeto ($U = 89,00$, $p\text{-valor} < 0,96$). Deste modo, rejeita-se a H_1 . “*A amplitude da descrição do projeto tem relação positiva com o sucesso do financiamento*”, contrariando o pensamento de Koch & Sering (2015), que o aumento da informação diagnóstica da descrição da proposta pode impactar positivamente sobre o sucesso do financiamento. Essa rejeição pode ser justificada por não haver consideráveis variações quanto à profundidade da descrição dos projetos e não apresentar diferenças entre projetos de sucesso e insucesso. Em seguida, será apresentado o acompanhamento gráfico.

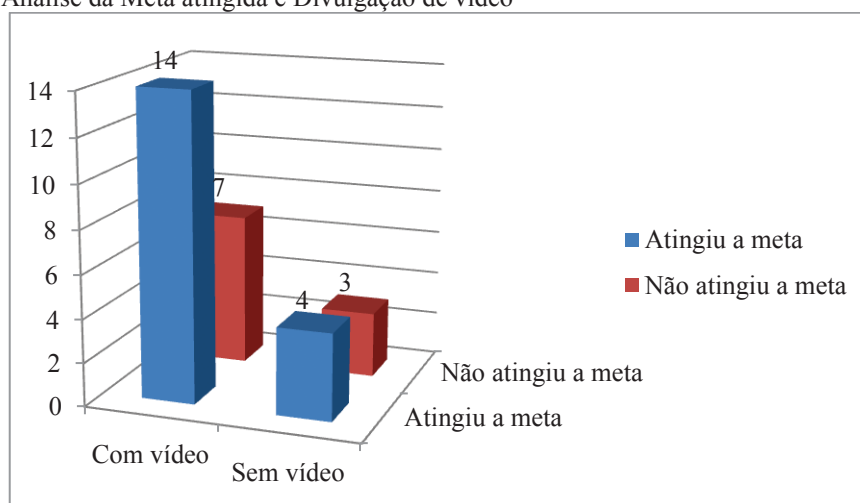
Figura 4 – Análise da Meta atingida e Acompanhamento gráfico



Fonte: a autora (2017)

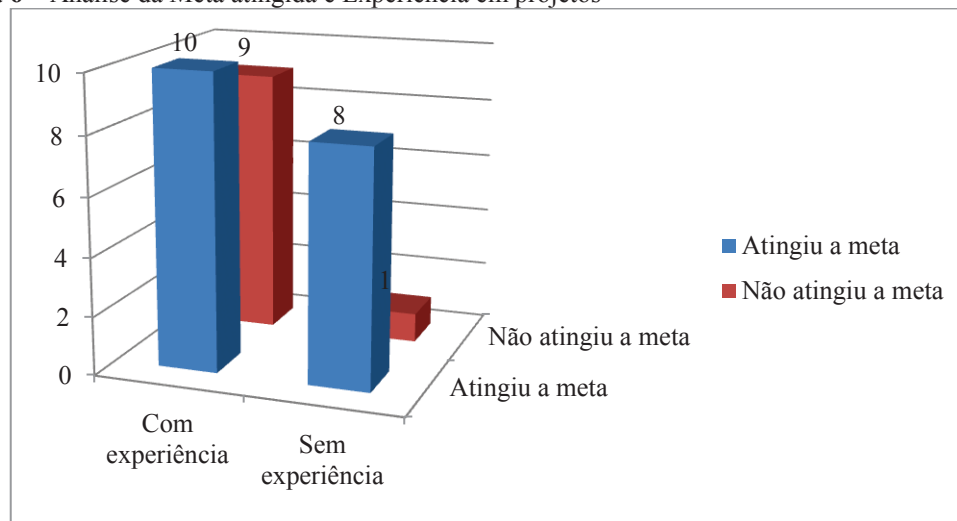
Quanto ao acompanhamento de imagens e fotografias, identifica-se a forte utilização destes recursos, presente em 96,4% dos casos. Esta prática é defendida por Danaher, Mullarkey e Essegaiier (2006), que descobriram que gráficos e figuras têm influência positiva significativa nas durações de visitas à página da *web*, aumentando a probabilidade de que o visitante observe os detalhes do projeto escrito e acabe convencendo-se de que o projeto vale a pena financiar. No entanto, não se pode afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre meta e o acompanhamento gráfico do projeto ($X^2(2) = 0,576$, p-valor $< 0,448$), rejeitando-se então, a H_2 . “*A utilização de imagens tem relação positiva com o sucesso do financiamento*”. Referente ao fornecimento de material de vídeo será retratado na figura a seguir.

Figura 5 – Análise da Meta atingida e Divulgação de vídeo



Fonte: a autora (2017)

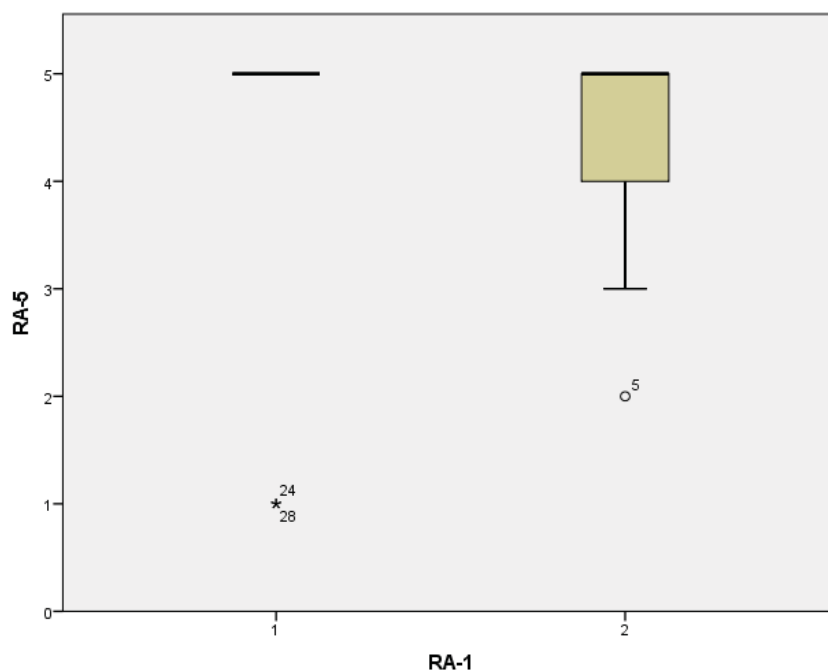
De maneira similar ao observado quanto ao acompanhamento gráfico, os proponentes também utilizaram-se de recursos audiovisuais para detalhar seus projetos, porém em menor ocorrência, atingindo 75% do total da amostra. O uso desse recurso possibilita maximizar a confiabilidade percebida na área de comércio eletrônico, já que a apresentação de pessoas reais de uma organização ajuda a transmitir um "sentimento do mundo real", acrescentando credibilidade (Egger, 2001; Fogg *et al.*, 2001). Porém, não é observável diferença estatisticamente significativa entre meta e o acompanhamento de vídeo no projeto ($X^2(2) = 0,207$, p-valor $< 0,649$), portanto, rejeita-se a H_3 . “*O fornecimento de material de vídeo tem relação positiva com o sucesso do financiamento*”. A Figura 6 dispõe sobre a experiência dos proponentes quanto aos projetos, com informações obtidas por meio do questionário.

Figura 6 – Análise da Meta atingida e Experiência em projetos

Fonte: a autora (2017)

A quarta hipótese: “*A experiência na criação de projetos tem relação positiva com o sucesso do financiamento*” baseia-se no pensamento de Koch e Siering (2015), que defendem quando um proponente tem se empenhado em conduzir projetos por um tempo considerável, este passa a ser visto como mais confiável e mais competente em relação aos novos membros que criam um projeto pela primeira vez na plataforma. Ao serem questionados sobre suas experiências com projetos de *crowdfunding*, 67,9% dos respondentes não tinham experiências anteriores e este era o seu primeiro projeto. Cabe ressaltar, no entanto, que entre os projetos que obtiveram sucesso, 44,4% já tinham experiência em projetos e alcançaram êxito anteriormente, enquanto 10% que não atingiu a meta no projeto participante da amostra, possuía experiência, mas também em um projeto sem sucesso. Por meio destes dados, não é possível afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre meta e experiência em projetos ($X^2(2) = 3,497$, $p\text{-valor} < 0,061$), rejeitando-se a H_4 . O último fator defendido pela Teoria da Riqueza de Mídia é o tamanho da meta, que será apresentado na sequência.

Figura 7 – Boxplot da Meta atingida e Tamanho da meta proposta



Nota: Legenda RA-1 = 1: não atingiu a meta; 2: atingiu a meta

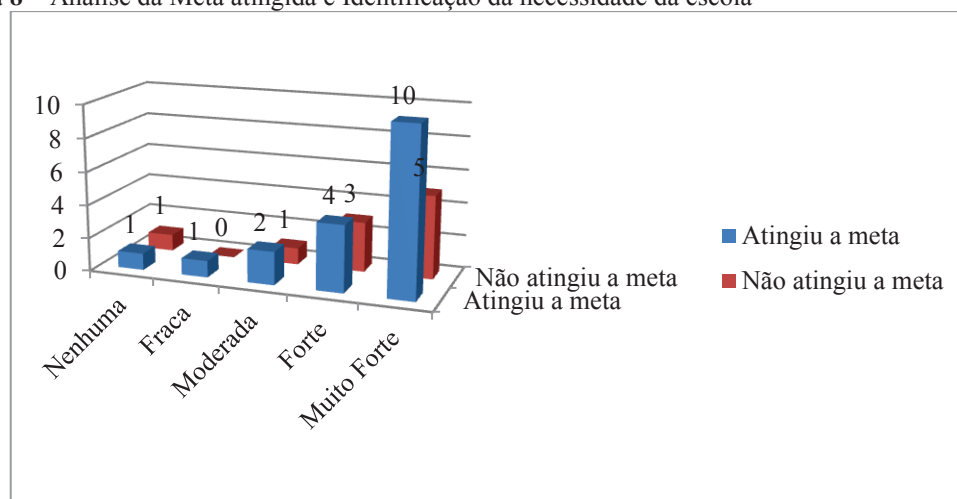
RA-2 = Escalas com níveis de 1 a 5, conforme os valores das metas

Fonte: a autora (2017)

Em relação ao tamanho da meta, conforme apresentado na Figura 7, a escala foi dividida em 5 níveis, sendo: nível 1: meta superior a R\$ 40.000,00, nível 2: meta entre R\$ 30.001,00 e 40.000,00, nível 3: R\$ 20.001,00 e 30.000,0, nível 4: meta entre R\$ 10.001,00 e 20.000,00 e o nível 5: meta até R\$ 10.000,00. Destaca-se a ocorrência de média de metas com valores de até R\$ 10.000,00, representados pelo nível 5. Entre os projetos que atingiram sua meta proposta, evidencia-se o desvio padrão de 0,958, sendo o mínimo 2 e máximo 5. Enquanto a análise dos projetos que não tiveram sua meta atingida, observa-se o desvio padrão de 1,687, sendo o mínimo 1 e máximo 5. O fato de os proponentes estabelecerem metas de valores mais baixos demonstra um cuidado por parte dos responsáveis, o que corrobora com Koch e Siering (2015) quando defendem que os projetos complexos precisam de investimentos elevados e podem ser julgados como sendo mais arriscados, então o visitante pode desenvolver uma ressalva maior contra o projeto, pois requer mais confiança dos financiadores. No entanto, não se pode afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre sucesso do projeto e tamanho da meta ($U = 76,00$, $p\text{-valor} < 0,432$), deste modo, rejeita-se a H_5 . “O tamanho da meta do projeto tem relação negativa com o sucesso do financiamento”.

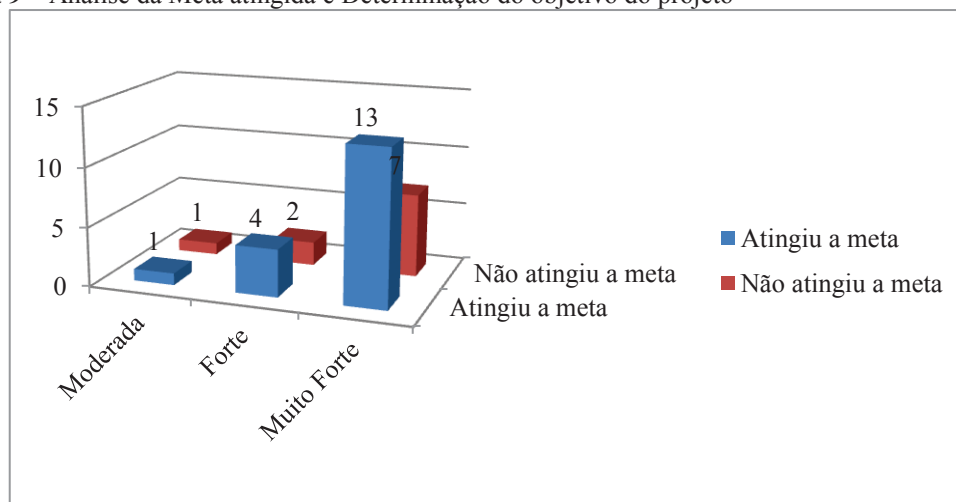
Na sequência, serão apresentados abaixo os processos de gerenciamento baseados no guia PMBOK. Os grupos de processos são 5: Processos de Iniciação, Processos de Planejamento, Processos de Execução, Processos de Monitoramento e Controle e Processos de Encerramento. Neste estudo foram abordados apenas os dois primeiros processos, que são pertinentes à etapa de arrecadação dos valores para o projeto, os demais processos são relativos ao projeto quando colocado em prática. Inicia-se com os Processos de Iniciação, e o primeiro item é referente a identificação da necessidade da escola.

Figura 8 – Análise da Meta atingida e Identificação da necessidade da escola



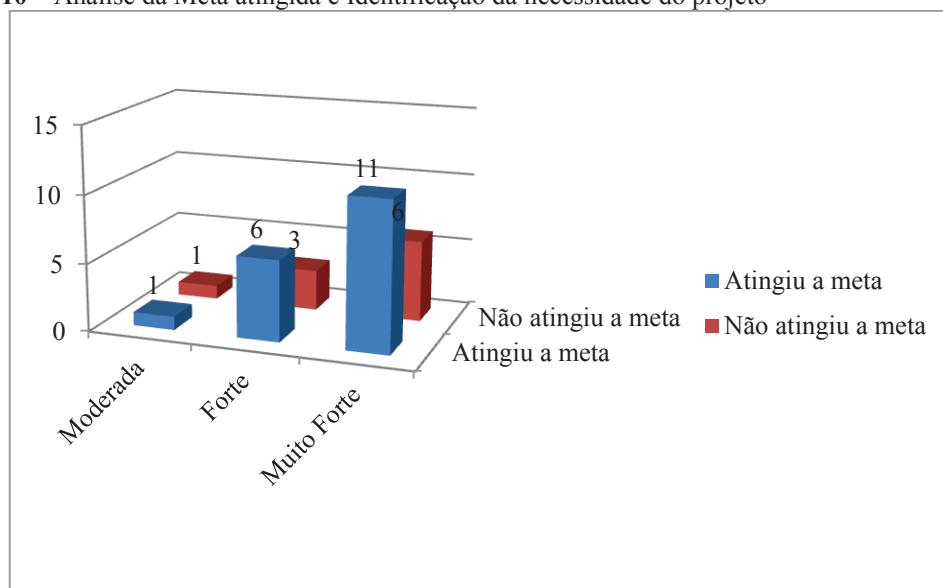
Fonte: a autora (2017)

Ao considerar as ações praticadas na identificação da necessidade da escola, 53,6% dos respondentes apontaram como muito forte, seguido de 25% forte. Esta indicação ocorreu independente do projeto ter obtido êxito, e não houve uma associação significativa estatisticamente entre meta e identificação da necessidade da escola ($\chi^2(2) = 0,933$, p-valor < 0,920). A figura seguinte aborda sobre a determinação do objetivo do projeto.

Figura 9 – Análise da Meta atingida e Determinação do objetivo do projeto

Fonte: a autora (2017)

Em relação à determinação do objetivo do projeto, 71,4% da amostra responderam que a determinação do objetivo ocorreu muito fortemente, porém, não é estatisticamente possível afirmar que existam diferenças significativas entre meta e determinação do objetivo do projeto ($X^2(2) = 0,197$, p-valor < 0,906). A Figura 10 retrata a identificação da necessidade do projeto.

Figura 10 – Análise da Meta atingida e Identificação da necessidade do projeto

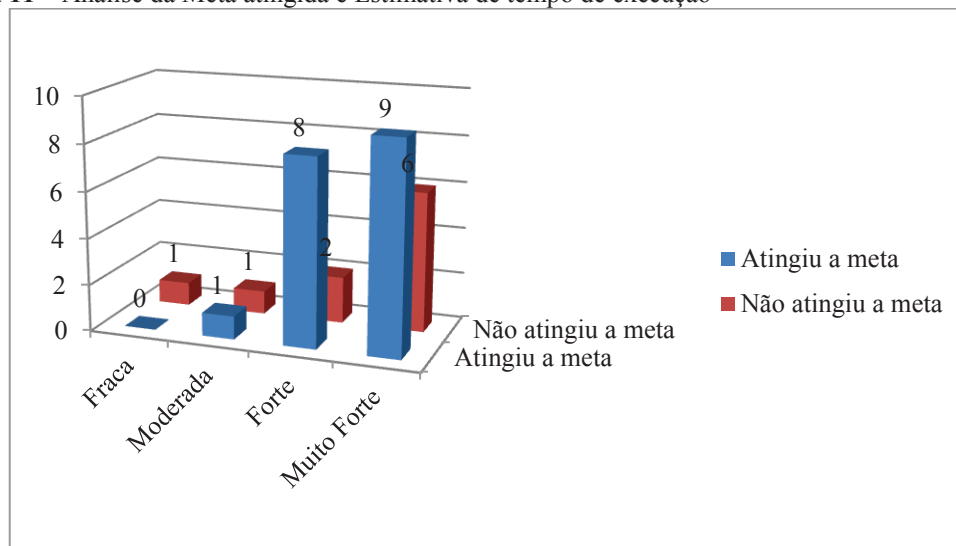
Fonte: a autora (2017)

Apresentando a mesma tendência que os processos descritos anteriormente, sobressaiu-se a indicação de ação “muito forte” quanto à identificação da necessidade do projeto, representando 60,7% dos respondentes, seguido de 32,1% que consideraram forte existência. Não houve diferenciação entre os projetos que atingiram ou não as metas propostas, portanto, não se pode afirmar que existam diferenças estatisticamente

significativas entre meta e identificação da necessidade do projeto ($X^2(2) = 0,201$, p-valor $< 0,904$).

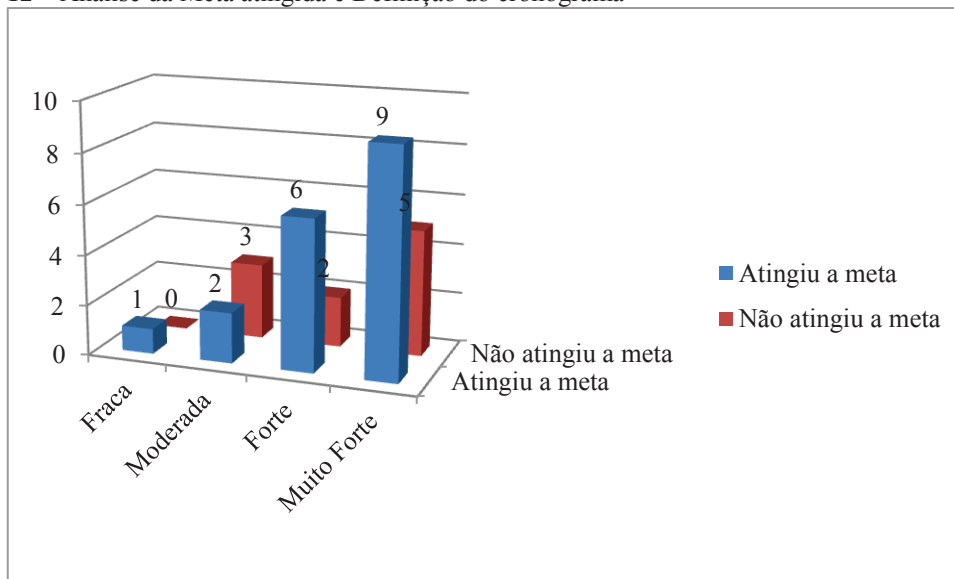
Na sequência, são dispostos os Processos de Planejamento, iniciando com a apresentação da estimativa do tempo de execução.

Figura 11 – Análise da Meta atingida e Estimativa de tempo de execução



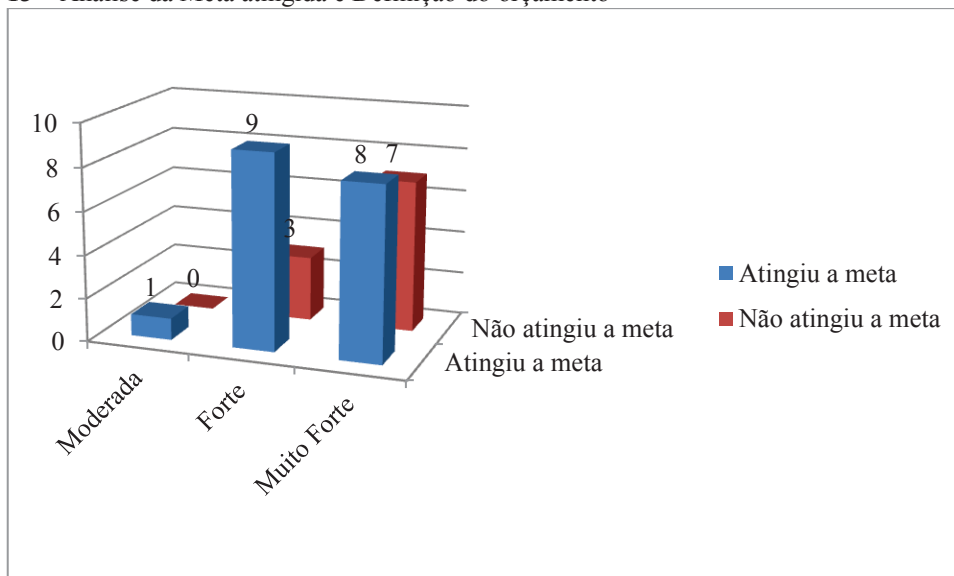
Fonte: a autora (2017)

Perguntados sobre a estimativa do tempo de execução do projeto, 53,5% apontaram a prática desta ação como muito forte, seguido de 35,7% que acreditam ser forte, tanto para projetos de sucesso quanto de insucesso, não havendo, portanto, uma associação estatisticamente significativa entre meta e estimativa de tempo de execução do projeto ($X^2(2) = 3,173$, p-valor $< 0,366$). O procedimento de definição do cronograma é descrito na Figura 12.

Figura 12 – Análise da Meta atingida e Definição do cronograma

Fonte: a autora (2017)

Em relação à definição do cronograma do projeto, 50% da amostra respondeu que esta ação ocorreu de forma muito forte, seguida de 28,6% que indica forte ocorrência. No entanto, não é estatisticamente possível afirmar que existam diferenças significativas entre meta e definição do cronograma do projeto ($X^2(2) = 2,240$, p-valor < 0,524). A seguir, será detalhado o último processo de gerenciamento questionado.

Figura 13 – Análise da Meta atingida e Definição do orçamento

Fonte: a autora (2017)

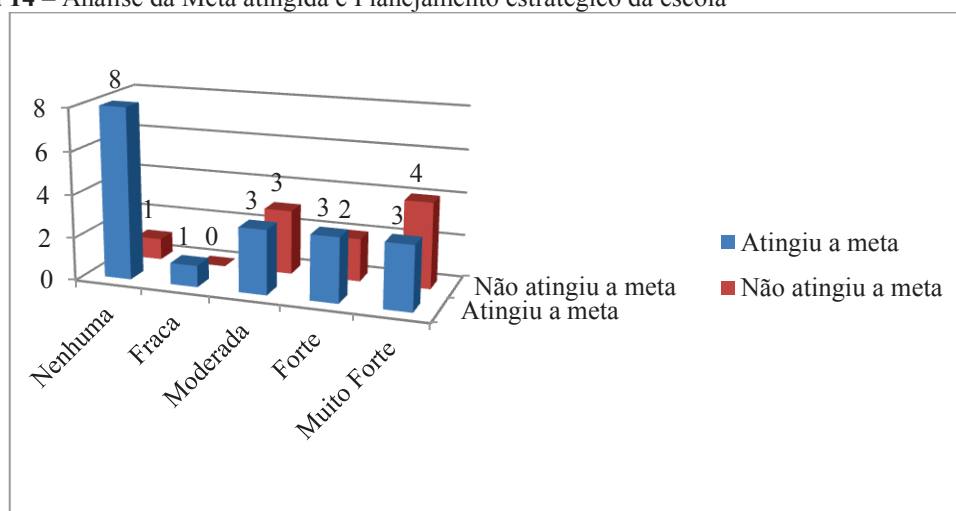
Ao considerar as ações praticadas na definição do orçamento do projeto, 53,6% dos respondentes apontaram como sendo muito forte, seguido de 42,9% que consideram ser forte. Esta indicação ocorreu independente do projeto ter obtido sucesso, e não

houve uma associação significativa estatisticamente entre meta e definição de orçamento ($X^2(2) = 1,939$, p-valor $< 0,379$).

Pode-se observar que todas as respostas referentes aos processos de gerenciamento se comportaram de maneira muito equivalente, ocorrendo tanto para os projetos que tiveram sua meta atingida, quanto aos que não a atingiram. De acordo com os resultados obtidos, acredita-se que este guia do PMBOK não tenha importância no desenvolvimento de projetos de *crowdfunding* estudados neste trabalho, e acordo com as associações estatísticas, rejeita-se a H_6 , descrita como: *A utilização de processos do manual PMBOK tem relação positiva com o sucesso do financiamento.*

Ao prosseguir com as análises, será abordada em seguida a utilização de ferramentas de controle gerencial, conforme os seguintes instrumentos: planejamento estratégico e tático, orçamento, gestão de custos e avaliação de desempenho, subdivididas em medidas financeiras e não financeiras. Inicialmente, será abordado referente ao planejamento estratégico.

Figura 14 – Análise da Meta atingida e Planejamento estratégico da escola

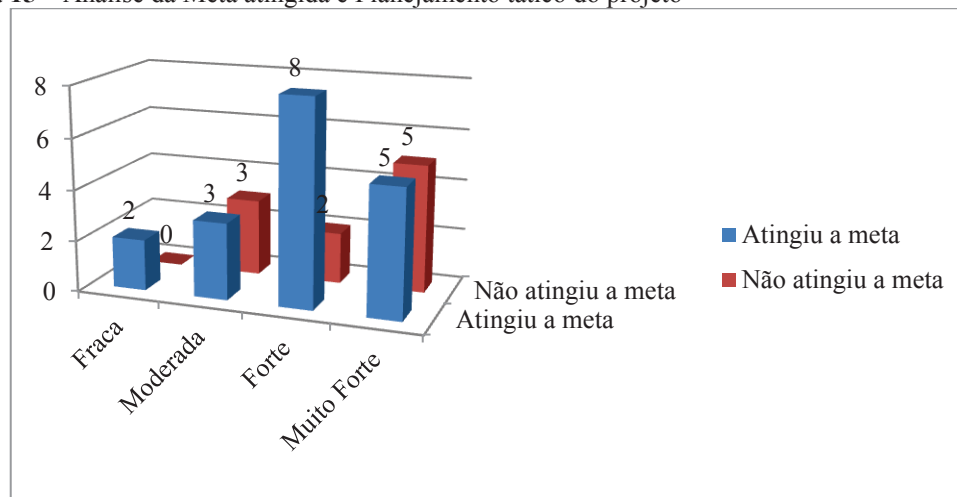


Fonte: a autora (2017)

Quanto à prática do planejamento estratégico da escola, 32,1% da amostra respondeu não possuir nenhum apontamento deste item, seguido de 25% que indicaram como sendo muito forte e 21,4% consideram moderada. Entre os responsáveis pelos projetos que atingiram a meta, 44,4% responderam que não houve nenhuma existência, seguidos de 16,67% que disseram ter muito forte existência, empatados com forte existência e moderada existência, enquanto entre os projetos que não alcançaram a meta, 40% consideram muito forte existência, 30% moderada existência e 20% forte existência, não possibilitando a afirmação de que existam diferenças estatisticamente

significativas entre meta e o planejamento estratégico da escola ($X^2(2) = 4,902$, p-valor $< 0,298$). Em seguida, relata-se o planejamento tático do projeto praticado por seus proponentes.

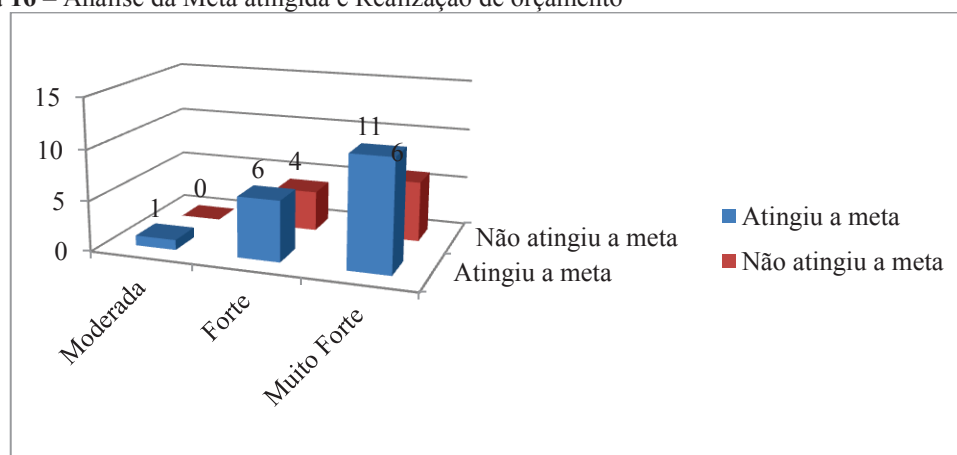
Figura 15 – Análise da Meta atingida e Planejamento tático do projeto



Fonte: a autora (2017)

Quanto ao planejamento tático dos projetos que tiveram sucesso, houve empate nos níveis “muito forte” e “forte” da escala, que apresentaram 35,7% cada, seguidos de 21,4% que consideram moderada existência. Esta indicação ocorreu independente do projeto ter obtido sucesso, e não houve uma associação estatisticamente significativa entre meta e planejamento tático do projeto ($X^2(2) = 3,609$, p-valor $< 0,307$). A Figura 16 retrata a realização de orçamento.

Figura 16 – Análise da Meta atingida e Realização de orçamento

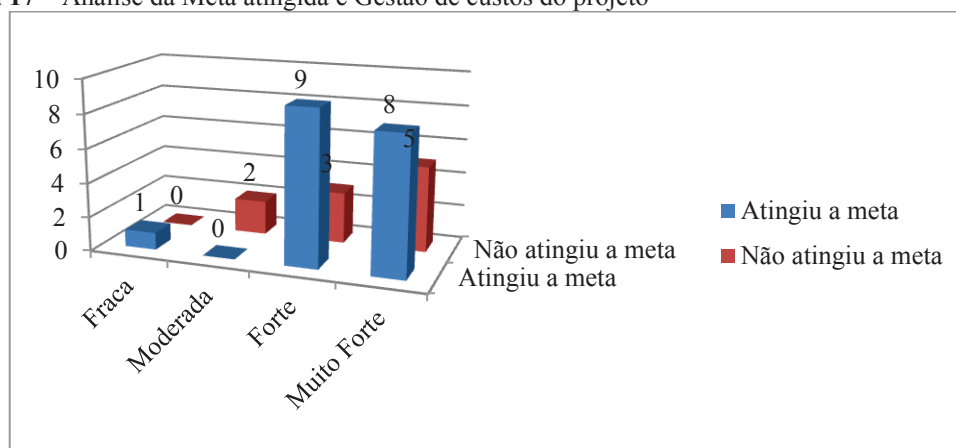


Fonte: a autora (2017)

Ao considerar as ações praticadas na realização de orçamento do projeto, em 60,7% dos casos foram apontados como ocorrência muito forte, seguidos de forte

ocorrência (35,7%). Não se pode afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre meta e realização de orçamento do projeto ($X^2(2) = 0,637$, p-valor $< 0,727$), uma vez que os dados coletados apresentaram comportamentos similares, independente de terem alcançado a meta proposta. Abaixo, identificam-se as ocorrências relativas à gestão de custos do projeto.

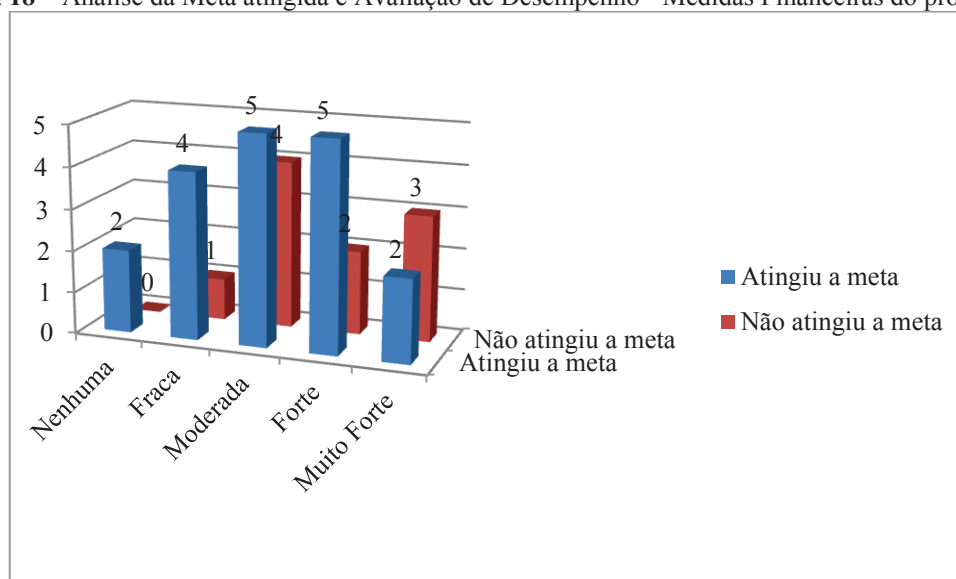
Figura 17 – Análise da Meta atingida e Gestão de custos do projeto



Fonte: a autora (2017)

Conforme retratado, a realização da gestão de custos do projeto apresentou ocorrência muito forte, com 46,4% da amostra, e em seguida, 42,9% responderam forte ocorrência. Os comportamentos dos projetos transcorreram de maneira similar entre projetos de sucesso e insucesso, e então, não se pode afirmar estatisticamente que existam diferenças significativas entre meta e gestão de custos do projeto ($X^2(2) = 4,798$, p-valor $< 0,187$). Na sequência são apresentados os percentuais relativos à avaliação de desempenho baseada em medidas financeiras.

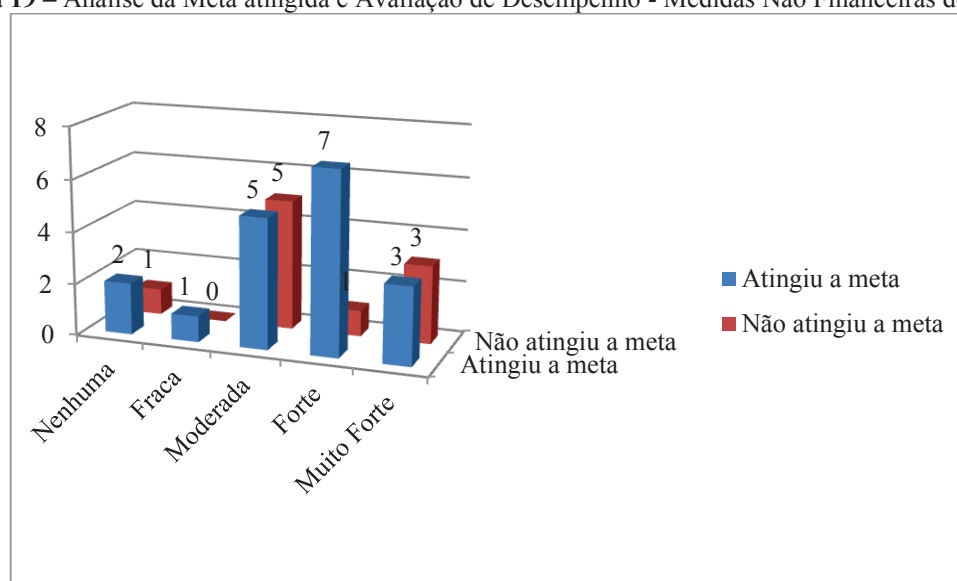
Figura 18 – Análise da Meta atingida e Avaliação de Desempenho - Medidas Financeiras do projeto



Fonte: a autora (2017)

Ao considerar a avaliação de desempenho baseada em medidas financeiras, destaca-se a ocorrência de existência moderada, com 32,1%, seguido de 25% de forte existência e dois níveis da escala apresentaram 17,9%: muito forte existência e fraca existência. Não houve reflexos no sucesso do projeto, portanto, não é possível afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre meta e avaliação de medidas financeiras do projeto ($X^2(2) = 3,388$, $p\text{-valor} < 0,495$). Conclui-se a análise da utilização das ferramentas de controle gerenciais com a avaliação de desempenho baseada em medidas não financeiras, que será apresentada a seguir.

Figura 19 – Análise da Meta atingida e Avaliação de Desempenho - Medidas Não Financeiras do projeto



Fonte: a autora (2017)

Apresentando tendência similar à categoria “Avaliação de Desempenho baseada em Medidas Financeiras”, a avaliação baseada em medidas não financeiras retrata a ocorrência de existência moderada em 35,7% dos casos, seguidos de 28,6% de existência forte e 21,4% de existência muito forte. Não se pode afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre meta e avaliação de medidas não financeiras do projeto ($X^2(2) = 3,863$, $p\text{-valor} < 0,425$), uma vez que os dados coletados apresentaram comportamentos similares, independente de terem alcançado a meta proposta.

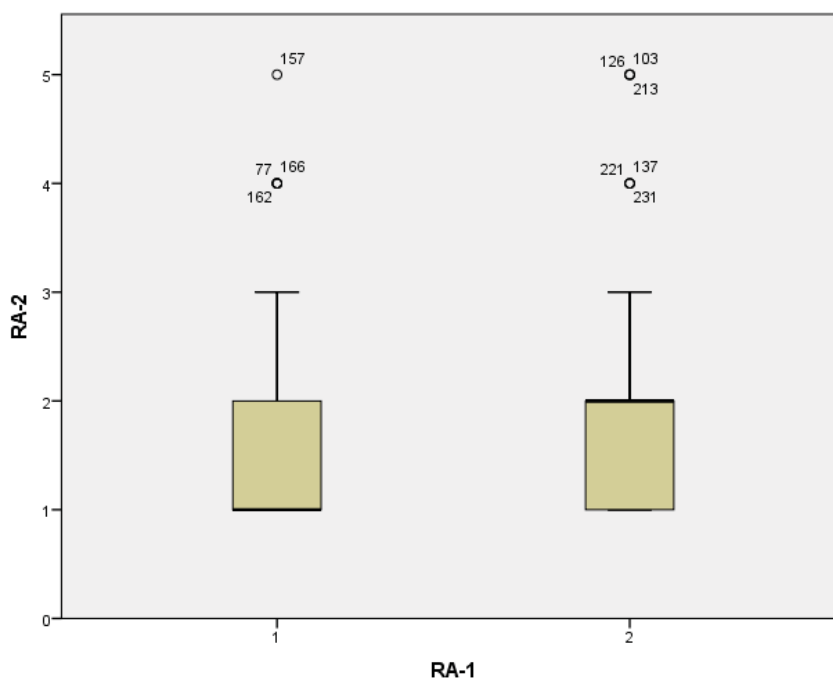
Acredita-se que, por intermédio de relatórios com informações gerenciais consistentes, torna-se possível submeter um projeto fundamentado para as plataformas, visando oferecer confiança aos possíveis financiadores, porém, conforme apurado

estatisticamente, rejeita-se a H_7 . “A utilização de ferramentas de controle gerencial tem relação positiva com o sucesso do financiamento”.

A baixa taxa de retorno dos questionários não permite análises elaboradas, prejudicando a exploração da pesquisa. No entanto, por meio dos dados obtidos com a análise dos projetos descritos no site, seguindo o Roteiro de Análise, efetuou-se o *Teste do qui-quadrado de Pearson* considerando os 243 projetos relacionados à Educação Básica, a fim de investigar conexões estatisticamente significativas. Cabe destacar que 167 projetos atingiram a meta proposta e 76 não atingiram.

De acordo com o Roteiro de Análise dos Fatores Críticos foram coletados dados pertinentes aos fatores dispostos na Teoria da Riqueza de Mídia: amplitude da descrição, acompanhamento gráfico, material de vídeo e tamanho da proposta. A Figura 20 aborda a amplitude da descrição.

Figura 20 – Boxplot da Meta atingida e Amplitude da descrição do projeto – Toda a população



Nota: Legenda RA-1 = 1: não atingiu a meta; 2: atingiu a meta

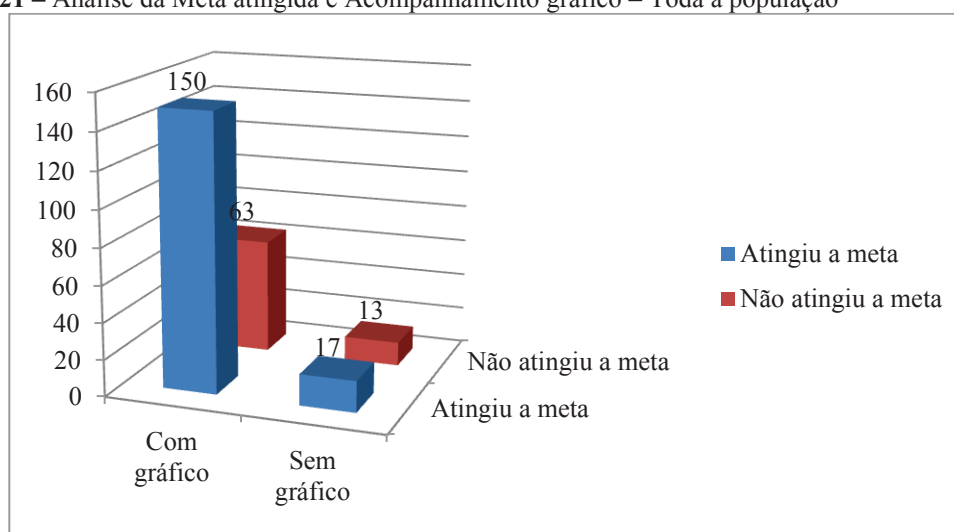
RA-2 = Escalas com níveis de 1 a 5, conforme a quantidade de palavras

Fonte: a autora (2017)

Ao considerar a contagem de palavras na descrição de cada projeto em sua respectiva plataforma, a escala foi dividida em 5 níveis, sendo: nível 1: até 400 palavras; nível 2: de 401 a 800 palavras, nível 3: de 801 a 1.200 palavras, nível: 4 de 1.201 a 1.600 palavras e o nível 5: de 1.601 a 2.000 palavras. Pode-se observar que projetos com a descrição considerada mais curta se sobressaem na população pesquisada. No

entanto, os projetos que não atingiram sua meta, apresentam média de descrições com até 400 palavras, enquadrando-se no nível 1, com desvio padrão de 0,932, sendo o mínimo 1 e máximo 5. Enquanto os projetos que tiveram sua meta atingida, apresentam média de descrições contendo entre 401 e 800 palavras, compreendidas pelo nível dois, com desvio padrão de 0,884, sendo o mínimo 1 e máximo 5. Observa-se que esta variável tem relação positiva com o sucesso do financiamento, pois foram encontradas diferenças estatisticamente significativas entre meta e amplitude da descrição do projeto ($U = 5305,5$, $p\text{-valor} < 0,027$). Mesmo a média localizada em níveis de descrição mais curtas, ainda assim, os que tiveram sucesso, possuem descrições mais longas, em comparação aos que tiveram insucesso. Deste modo, não é possível rejeitar a H_1 . “*A amplitude da descrição do projeto tem relação positiva com o sucesso do financiamento*”, quando se considera toda a população, corroborando com Koch & Sering (2015), quando defendem que o aumento da informação diagnóstica da descrição da proposta pode impactar positivamente sobre o sucesso do financiamento. Na sequência, será apresentado o acompanhamento gráfico.

Figura 21 – Análise da Meta atingida e Acompanhamento gráfico – Toda a população

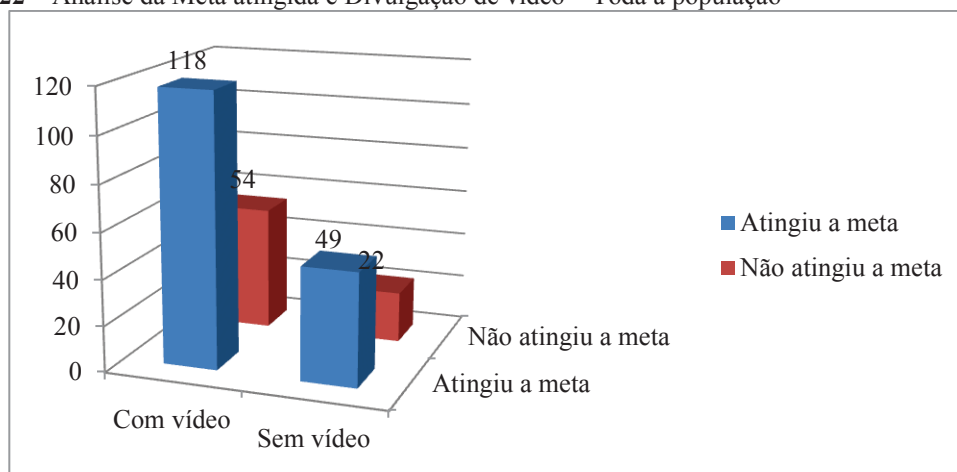


Fonte: a autora (2017)

Quanto ao acompanhamento de imagens e fotografias, identifica-se a ampla utilização destes recursos, presente em 87,7% dos casos, sendo 89,8% entre os proponentes que atingiram sua meta e 82,9% os que não atingiram. No entanto, não se pode afirmar que existam diferenças estatisticamente significativas entre meta e o acompanhamento gráfico do projeto ($X^2(2) = 2,315$, $p\text{-valor} < 0,128$), permanecendo rejeitada a H_2 . “*A utilização de imagens tem relação positiva com o sucesso do*

financiamento”. Em relação ao fornecimento de material de vídeo será descrito na figura a seguir.

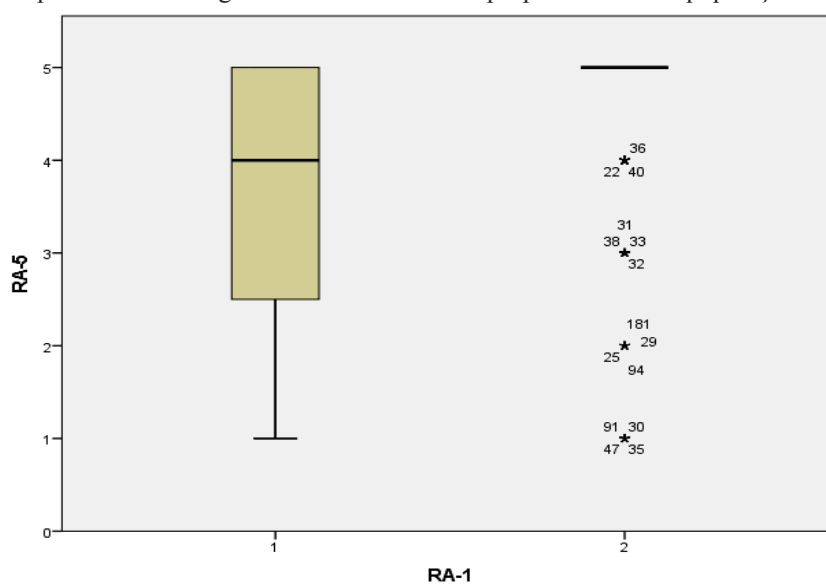
Figura 22 – Análise da Meta atingida e Divulgação de vídeo – Toda a população



Fonte: a autora (2017)

De maneira similar ao observado quanto ao acompanhamento gráfico, os proponentes também utilizaram-se de recursos audiovisuais para detalhar seus projetos, porém em menor ocorrência, atingindo 70,8% do total da amostra. Porém, mesmo considerando toda a população, não é observável diferença estatisticamente significativa entre meta e o acompanhamento de vídeo no projeto ($X^2(2) = 0,004$, p-valor < 0,950), portanto, rejeita-se a H_3 . “O fornecimento de material de vídeo tem relação positiva com o sucesso do financiamento”. O último fator do Roteiro de Análise é o tamanho da meta, que será retratado em seguida.

Figura 23 – Boxplot da Meta atingida e Tamanho da meta proposta – Toda a população



Nota: Legenda RA-1 = 1: não atingiu a meta; 2: atingiu a meta

RA-2 = Escalas com níveis de 1 a 5, conforme os valores das metas

Fonte: a autora (2017)

Considerando o tamanho da meta, conforme apresentado na Figura 23, a escala foi dividida em 5 níveis, sendo: nível 1: meta superior a R\$ 40.000,00, nível 2: meta entre R\$ 30.001,00 e 40.000,00, nível 3: R\$ 20.001,00 e 30.000,0, nível 4: meta entre R\$ 10.001,00 e 20.000,00 e o nível 5: meta até R\$ 10.000,00. Destaca-se a ocorrência de metas com valores mais baixos, representados pelos dois primeiros níveis. Entre os projetos que atingiram sua meta proposta, evidencia-se a média no nível 5, de valores de até R\$ 10,000,00, com desvio padrão de 1,017, sendo o mínimo 1 e máximo 5. Já em relação aos projetos que não tiveram sua meta atingida, observa-se a média no nível 4, com valores entre R\$ 10.001,00 e 20.000,00, com desvio padrão de 1,543, sendo o mínimo 1 e máximo 5. Ao testar as variáveis sucesso do projeto e tamanho da meta, obteve-se valores estatisticamente significativos ($U = 3908,5$, $p\text{-valor} < 0,000$), deste modo, considerando todos os projetos direcionados à Educação Básica, não é possível rejeitar a H_5 . “*O tamanho da meta do projeto tem relação negativa com o sucesso do financiamento*”. Portanto, baseado na população pesquisada, valida-se a concepção de Koch e Siering (2015) de que projetos de valores elevados são julgados como mais arriscados e requerem mais confiança dos financiadores, dificultando a obtenção do seu sucesso.

4.3 SÍNTESE DOS RESULTADOS

Quanto às hipóteses testadas a partir dos resultados obtidos por meio do questionário, rejeitaram-se todas, pois não foram encontrados resultados significativos estatisticamente que pudessem explicar a influência das variáveis no sucesso ou insucesso das propostas. Acredita-se que a baixa taxa de retorno dos questionários foi decisiva neste resultado, pois com uma taxa de respostas de 11,5% não foi possível realizar análises elaboradas e prejudicou a exploração da pesquisa.

Levando em consideração os dados obtidos de toda população (243 projetos), por meio da análise do conteúdo dos sites dos projetos, realizando os mesmos testes estatísticos, foi possível analisar as Hipóteses 1 (amplitude da descrição), 2 (acompanhamento gráfico), 3 (material de vídeo) e 5 (tamanho da proposta).

As Hipóteses 4 (experiência em projeto), 6 (utilização de processos de PMBOK) e 7 (utilização de ferramentas de controle gerencial) não foram testadas pois os dados

não estavam disponíveis nas plataformas, apenas conseguiriam ser obtidos por meio dos questionários.

Ao testar as hipóteses, a segunda e a terceira foram rejeitadas novamente, enquanto as Hipóteses 1 e 5 não foram possíveis rejeitar.

Quanto a Hipótese 1. “*A amplitude da descrição do projeto tem relação positiva com o sucesso do financiamento*”, os resultados da pesquisa apontam a predominância de projetos com descrições consideradas curtas (nível 1 – até 400 palavras e nível 2 – de 401 a 800 palavras), tanto os projetos com meta não atingida quanto aos que atingiram. No entanto, pode-se verificar que os projetos que não atingiram a meta enquadram-se no nível 1, enquanto os que atingiram se classificam no nível 2. Portanto, mesmo a média localizada em níveis de descrição mais curta, os que tiveram sucesso apresentaram maior amplitude na descrição, corroborando com o estudo utilizado como base de Fatores Críticos de Sucesso (Koch & Sering, 2015), que defendem o aumento da informação diagnóstica da descrição da proposta como sendo positivo sobre o sucesso do financiamento.

Na Hipótese 5. “*O tamanho da meta do projeto tem relação negativa com o sucesso do financiamento*”, os resultados apresentaram que o nível de metas propostas pelos responsáveis dos projetos, inferiores a R\$ 10.000,00 se destacam, tanto em projetos que tiveram sua meta atingida, quanto os que não atingiram. De acordo com a teoria, quanto mais elevado o valor, maior a dificuldade de atingir a meta proposta. Na amostra obtida, não se pode relacionar este fator como sendo explicativo para a obtenção do propósito, mas verifica-se que os projetos atingidos possuem menos complexidade, e conseqüentemente, menor valor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar o momento econômico que o país percorre e, conseqüentemente, as dificuldades de financiamento de projetos educacionais para escolas públicas em áreas economicamente carentes, uma alternativa é utilizar-se das oportunidades advindas do uso intensivo da tecnologia da informação. Neste sentido, surge o *crowdfunding* como uma metodologia complementar para levantamento de fundos para a viabilização de projetos sociais e culturais (Bier & Cavalheiro, 2015) e o presente estudo buscou aprofundar os conhecimentos sobre esta modalidade.

Nota-se que os projetos podem apresentar diferentes representatividades de financiamento, sendo que alguns atingem sua meta rapidamente, enquanto outros sequer conseguem atingir. Isto posto, este estudo objetivou identificar os fatores críticos e as ferramentas de controle gerencial que suportam o sucesso dos projetos de *crowdfunding* na educação básica, utilizando a Teoria da Riqueza de Mídia como sustentação teórica.

Realizou-se, inicialmente, a análise do conteúdo dos projetos de *crowdfunding* direcionados para a Educação Básica Pública no Brasil em quatro plataformas: Kickante, Catarse, Juntos.com.vc e Somosprofessores.org, totalizando 243 projetos e então foi encaminhado um questionário para os proponentes desses projetos, o qual foram obtidas 28 respostas, perfazendo uma taxa de 11,5% de retorno.

Levando em consideração os resultados obtidos por meio do questionário, rejeitaram-se todas as hipóteses, pois não foram encontrados resultados significativos estatisticamente que pudessem explicar a influência das variáveis no sucesso ou insucesso das propostas. No entanto, ao considerar os dados obtidos de toda população, por meio da análise do conteúdo dos sites dos projetos, realizando os mesmos testes estatísticos, foi possível analisar as Hipóteses 1 (amplitude da descrição), 2 (acompanhamento gráfico), 3 (material de vídeo) e 5 (tamanho da proposta). As Hipóteses 2 e 3 foram rejeitadas novamente, enquanto as Hipóteses 1 e 5 não foi possível rejeitá-las.

Entre os respondentes do questionário, 64,29% tiveram a meta do seu projeto atingida e 35,71% não atingiram, esses projetos são provenientes de dez estados brasileiros, com destaque para o Estado de São Paulo, representando 35,70%, seguido da Bahia com 17,86% e Rio Grande do Sul, apresentando 10,71% dos respondentes. Quanto ao gênero, 60,71% dos respondentes são mulheres e 39,29% homens.

Perguntados sobre a atuação profissional na área de gestão escolar, 65,94% disseram não ter relação com a área de gestão, o que demonstra que a comunidade e professores estão preocupados com a arrecadação de recursos para financiar projetos de melhoria na escola, não deixando a responsabilidade apenas para os envolvidos na gestão destas escolas. Quanto às experiências com projetos de *crowdfunding*, 67,86% dos respondentes não tinham experiência anterior, sendo o primeiro projeto proposto.

Os resultados da presente pesquisa indicam a predominância de projetos com descrições consideradas curtas, contendo entre 400 e 800 palavras, o que confronta o estudo utilizado como base de Fatores Críticos de Sucesso (Koch & Sering, 2015), que defendem o aumento da informação diagnóstica da descrição da proposta como sendo positivo sobre o sucesso do financiamento. Na presente pesquisa, verificou-se o oposto desta prática pelos respondentes, indicada pela ocorrência de descrições mais curtas e diretas ao potencial financiador.

Além das informações fornecidas em forma de textos, a Teoria da Riqueza de Mídia incentiva a utilização de imagens e vídeos, e na amostra identificou-se a utilização assídua de recursos audiovisuais para melhor detalhamento da proposta, o que auxilia no apelo aos financiadores, representando 96,43% dos projetos que utilizaram fotografias e gráficos para divulgação do projeto, enquanto 75% fizeram uso de vídeos explicativos.

Referente ao tamanho da meta proposta pelos responsáveis dos projetos, o nível de metas inferiores a R\$ 10.000,00 se destaca, tanto em projetos que tiveram sua meta atingida, quanto os que não atingiram. De acordo com a teoria, quanto mais elevado o valor, maior a dificuldade de atingir a meta proposta. Na amostra obtida, não se pode relacionar este fator como sendo explicativo para a obtenção do propósito, mas verifica-se que os projetos possuem menos complexidade, e conseqüentemente, menor valor.

Acerca das ações de gerenciamento de projetos realizadas pelos proponentes, estes indicaram a existência de práticas contidas no PMBOK quanto aos Processos de Iniciação e de Planejamento do projeto, atribuindo notas de 1 (nenhuma existência) a 5 (forte existência) e indicaram a predominância de existência muito forte entre 44,44% e 72,22% dos respondentes para todos os indicadores questionados.

O comportamento quanto à utilização de ferramentas de controle gerencial demonstrou tendência diferente da observada na aplicação dos processos de gerenciamento. Seguindo a mesma escala, apresentou diferenças na aplicação entre os usuários, no entanto, verifica-se uma utilização considerável pelas escolas das

ferramentas gerenciais como aliadas no processo de controle. Mesmo algumas ferramentas apresentando nenhuma existência, prevalecem as indicações entre moderada, forte e muito forte existência.

Considerando especificamente os dados obtidos pelos respondentes do questionário, pôde-se observar que os resultados dos projetos que obtiveram sucesso se comportaram de maneira muito similar aos que não apresentaram sucesso. Adicionalmente, não foram encontrados resultados significativos estatisticamente que pudessem explicar a influência das variáveis no sucesso ou insucesso das propostas, o que não permitiu inferir explicações sobre a meta ser ou não atingida, devido a isso, rejeita-se todas as hipóteses.

Análises complementares foram realizadas, a partir dos dados dos projetos contidos nos sites de cada plataforma, realizaram-se testes estatísticos com base nos resultados apurados do conteúdo disponível, considerando a população formada pelos 243 projetos. Foram analisadas as informações sobre os fatores críticos: amplitude da descrição, representação gráfica, apresentação de vídeo e tamanho da meta proposta.

Em relação à profundidade da descrição, pode-se observar que projetos com descrições mais curtas se sobressaem ao considerar a população pesquisada, no entanto, os projetos que não atingiram sua meta, apresentam média de descrições com até 400 palavras, enquadrando-se no nível 1, enquanto os projetos que tiveram sua meta atingida, apresentam média de descrições contendo entre 401 e 800 palavras, compreendidas pelo nível 2. Portanto, mesmo com a média localizada em níveis de descrição mais curtas, ainda assim, os que tiveram sucesso, possuem descrições mais longas, em comparação aos que tiveram insucesso. Deste modo, não se pode rejeitar a Hipótese 1, corroborando com Koch & Sering (2015), quando defendem que o aumento da informação diagnóstica da descrição da proposta pode impactar positivamente sobre o sucesso do financiamento.

Quanto ao acompanhamento de imagens e fotografias, identifica-se a ampla utilização destes recursos, presente em 87,7% dos casos. De maneira similar ao observado quanto ao acompanhamento gráfico, os proponentes também utilizaram-se de recursos audiovisuais para detalhar seus projetos, atingindo 70,8% do total da amostra. Entretanto, os resultados são muito próximos tanto para projetos que obtiveram sucesso quanto para os de insucesso, não tornando possível aceitar as Hipóteses 2 e 3, pertinentes à estes fatores.

O último fator crítico com dados disponíveis virtualmente trata sobre o tamanho da meta proposta e verificou-se a ocorrência de metas com valores mais baixos, representados pelos dois primeiros níveis. Entre os projetos que atingiram sua meta proposta, observou-se que a média se encontra no nível 5, com valores de até R\$ 10,000,00, enquanto os projetos que não tiveram sua meta atingida, evidenciou-se a média no nível 4, com valores entre R\$ 10.001,00 e 20.000,00. Desta forma, é possível concluir que projetos com valores menores tiveram mais sucesso e não se pode rejeitar a Hipótese 5, validando a opinião de Koch e Siering (2015) de que projetos de valores elevados são julgados como mais arriscados e requerem mais confiança dos financiadores, dificultando a obtenção do seu sucesso.

Acredita-se que a baixa taxa de respostas foi a grande limitação do estudo, apesar dos contatos frequentes com os respondentes individualmente e com os gerenciadores das quatro plataformas pesquisadas, pois impossibilitou a realização das análises estatísticas mais aprofundadas, que pudessem responder as hipóteses que dependiam de dados que não estavam disponíveis.

Para pesquisas futuras, recomenda-se a aplicação da pesquisa de forma qualitativa, pois estudos mais profundos podem trazer respostas de forma mais efetiva, visto a dificuldade de obtenção quantitativa de respondentes. Adicionalmente, sugere-se investigar propostas que atingiram suas metas, abordando as etapas completas do processo de gerenciamento (PMBOK) e as ferramentas de controle gerencial, incluindo-se as fases de execução e encerramento do projeto, bem como os benefícios decorrentes da concretização destes projetos.

Ao considerar a teoria utilizada neste estudo, a Teoria da Riqueza de Mídia, recomenda-se a realização de pesquisas em outras áreas de projetos, além da finalidade educacional, de modo a contribuir com aplicações dessa teoria e os seus desdobramentos, especificamente em projetos de *crowdfunding*, pois como se trata de uma temática relativamente nova no Brasil, advinda no ano de 2009, há poucos estudos realizados no país e, portanto, um grande campo a ser amplamente explorado.

Destaca-se a importância de continuar as pesquisas direcionadas à educação, de modo a ampliar estudos e colocar em pauta as discussões nesta área, despertando um olhar com responsabilidade para a educação do nosso país, pois, seguramente, o futuro de uma nação depende da melhoria constante da educação de sua população.

REFERÊNCIAS

- Abdul-Rahman, A., & Hailes, S. (2000). Supporting trust in virtual communities. *Proceedings of the 33rd Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. p. 9.
- Acioli, S. (2007). Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. *Informação & Informação*, 12(1esp), 8-19.
- Agência Brasil. (2016). Desempenho de estudantes do ensino médio é menor que o de 20 anos atrás. Recuperado em 22 fevereiro, 2017, de <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2016-09/desempenho-de-estudantes-do-ensino-medio-e-menor-que-o-de-20-anos-atras>>.
- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2011). The geography of crowdfunding. *National Bureau of Economic Research*. (No. w16820).
- Albuquerque, E. M. N., Cardoso, L. A., Carmo Filho, M. M., Cavalcante, T. S. B., & Souza, W. A. R. (2013). O uso de indicadores e relatórios contábeis para tomada de decisão nas micro e pequenas empresas do estado do Amazonas. *Revista de Administração da Fatea*, 6(6), 6-21.
- Alves, T. (2007). Avaliação na administração pública: uma proposta de análise para as escolas públicas de educação básica. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, SP, Brasil.
- Anthony, R. N., & Govindarajan, V. (2001). *Sistemas de Controle Gerencial*. São Paulo: Atlas.
- Arrow, K. J. (1971). The economic implications of learning by doing. *Readings in the Theory of Growth*, 131-149.
- Asendorpf, J. B. (2004). *Psychologie der Persönlichkeit*. Berlin: Springer.
- Atkinson, R. K., Derry, S. J., Renkl, A., & Wortham, D. (2000). Learning from examples: Instructional principles from the worked examples research. *Review of educational research*, 70(2), 181-214.
- Bardin, L. (2004). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bernardes, B., & Lucian, R. (2015). Crowdfunding: A Influência da Co-Criação e do Sentimento de Pertença na Satisfação dos Apoiadores Luso-Brasileiros. *GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 13(Ed. Especial), 360-369.
- Bier, C. A., & Cavalheiro, R. A. (2015). Lei Rouanet x Crowdfunding: fomentando os empreendimentos culturais. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9(2), 30-47.

- Blanck, M., & Janissek-Muniz, R. (2014). Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método LE SCAnning em empresa social de economia peer-to-peer. *Revista de Administração*, 49(1), 188-204.
- Borges, L. F. M., & Leal, E. A. (2015). Utilidade da Informação Contábil Gerencial na Gestão das Micro e Pequenas Empresas: um estudo com empresas do Programa Empreender de Uberlândia-MG. *REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 4(3), 116-146.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Porto Alegre: Bookman.
- Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding and the federal securities laws. *Columbia Business Law Review*. 2012(1).
- Brandão, J. L. L. (2009). Diógenes Laércio e os *topoi* da tradição biográfica: considerações sobre o livro VII. Recuperado em 17 fevereiro, 2017, de <https://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/34714/1/Doshomens_artigo14.pdf?ln=pt-pt>.
- Brasil. (1961). *Lei 4.024, de 20 de Dezembro de 1961*. Fixa as diretrizes e bases da educação nacional.
- Brasil. (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.
- Brasil. (1996). *Lei 9.394, de 20 de Dezembro de 1996*. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.
- Brasil. (2014). *Lei 13.005, de 25 de Junho de 2014*. Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE e dá outras providências.
- Braz, W. (2016). *O que é PMBOK?* Recuperado em 23 de dezembro, 2016, de <<http://www.projectbuilder.com.br/blog-home/entry/conhecimentos/o-que-e-pmbok>>.
- Burrell, G.; Morgan, G. (1998), *Sociological paradigms and organizational analysis: elements of the sociology of corporate life*. Aldershot: Ashgate.
- Catarse. (2015). *Mais de 2 mil projetos de crowdfunding financiados no Catarse*. Recuperado em 05 setembro, 2016, de <<http://blog.catarse.me/crowdfunding-financiados-catarse>>.
- Catecati, T. (2016). Fatores críticos de sucesso no sistema de financiamento coletivo de produtos na visão dos desenvolvedores bem sucedidos. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
- Catelli, A.; Guerreiro, R.; Pereira, C. A.; Almeida, L. B. de. (1999). Sistema de Gestão Econômica—GECON. In: *Controladoria- Uma abordagem da gestão econômica GECON*, 1(2), 282-307.

- Cheung, C. M., Lee, M. K., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. *Internet Research*, 18(3), 229-247.
- Coelho Neto, E. (2008). Dissimulação como Estratégia Promocional na Internet. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación - Eptic*, 10(2), 1-12.
- Coimbra, R. (2013). *Por que o PMBOK® não é uma metodologia?* Recuperado em 23 de dezembro, 2016, de <<http://projetoseti.com.br/por-que-o-pmbok-nao-e-uma-metodologia/>>.
- Cooper, D. R.; Schindler, P. S. (2003). *Métodos de pesquisa em Administração*. (7. ed.) Porto Alegre: Bookman.
- Crepaldi, S. A. (2009). *Curso Básico de Contabilidade de Custos*. São Paulo: Atlas.
- Crowdfunding.com. (2016). *Top 10 Sites Crowdfundin*. Recuperado em 06 setembro, 2016, de <<http://crowdfunding.com>>.
- Crowdfunding No Brasil. (2016). *Os 10 maiores sites de crowdfunding no Brasil!* Recuperado em 05 setembro, 2016, de <<http://crowdfundingnobrasil.com.br>>.
- Curso PMI. (2015). *Curso de Gestão de Projetos/Melhores Práticas*. Recuperado em 23 de dezembro, 2016, de <<http://www.curso-pmi.com.br/artigos/lt-h2-gt-o-que-e-pmbok-quem-o-criou-lt-h2-gt>>.
- Cury, C. R. J. (2002). A educação básica no Brasil. *Educação e Sociedade*, 23(80), 168-200.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Organizations as Information Processing Systems. Department of Management Texas A&M University.
- Daft, R. L., Lengel, R. H., & Trevino, L. K. (1987). Message equivocality, media selection, and manager performance: implications for information systems. *MIS Quarterly*, 11(3), 355-366.
- Danaher, P. J., Mullarkey, G. W., & Essegai, S. (2006). Factors affecting web site visit duration: a cross-domain analysis. *Journal of Marketing Research*, 43(2), 182-194.
- Delors, J.; Eufrazio, J. C. (1998). Da comunidade de base à sociedade mundial. In J. Delors. (Org.) (1998). *Educação: um tesouro a descobrir*. São Paulo: Cortez.
- Dennis, A. R., & Valacich, J. S. (1999). Rethinking media richness: Towards a theory of media synchronicity. System Sciences, 1999. HICSS-32. Proceedings of the 32nd Annual Hawaii International Conference on System Sciences.
- Doan, A., Ramakrishnan, R., & Halevy, A. Y. (2011). Crowdsourcing systems on the world-wide web. *Communications of the ACM*, 54(4), 86-96.
- Domingues, C. S. (2013). Crowdfunding: uma fronteira entre a indústria cultural e a arte erudita. *Revista Pensamento & Realidade*, 28(4), 48-54.

- Egger, F. N. (2001). Affective design of e-commerce user interfaces: How to maximise perceived trustworthiness. In: Proceedings of the Conference on Affective Human Factors Design (CAHD), 317-324.
- Faria, J. A., Azevedo, T. C., & Oliveira, M. S. (2012). A utilização da contabilidade como ferramenta de apoio à gestão nas micro e pequenas empresas do ramo de comércio de material de construção de Feira de Santana/BA. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 6(2), 89-106.
- Felinto, E. (2012). Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações. *Comunicação, Midia e Consumo*, 9(9), 137-150.
- Ferreira Neto, B. J. (2002). Informações contábeis e o processo decisório em pequenas empresas: estudo exploratório na cidade de Goiânia. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Field, A. (2009). *Descobrimo a estatística usando o SPSS* (2. ed.) Porto Alegre: Bookman.
- Fogg, B. J., Marshall, J., Laraki, O., Osipovich, A., Varma, C., Fang, N., Paul, J., Rangnekar, A., Shon, J., Swani, P. & Treinen, M. (2001). What makes web sites credible? A report on a large quantitative study. In: *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 61-68.
- Frezatti, F. (2000). *Orçamento Empresarial: Planejamento e Controle Gerencial*. São Paulo: Atlas.
- Frezatti, F., Aguiar, A. B., & Rezende, A. J. (2007). Relacionamento entre atributos da contabilidade gerencial e satisfação do usuário. *Revista de Administração Mackenzie*, 8(2), 128-161.
- Frezatti, F., Aguiar, A. B., Guerreiro, R., & Gouvea, M. A. (2011). Does management accounting play role in planning process?. *Journal of Business Research*, 64(3), 242-249.
- Frezatti, F., Barroso, M. F. G., & Carter, D. B. (2015). Discursos internos se sustentam sem suporte da contabilidade gerencial? Um estudo de caso no setor de autopeças. *Organizações & Sociedade*, 22(75), 485-504.
- Frezatti, F.; Carter, D. B.; & Barroso, M. F. G. (2014). Contabilidade sem contabilidade: proxies informativos e a construção de discursos organizacionais. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 27(3), 426-464.
- Garcia, N. (2013). O ano em que o crowdfunding tomou as cidades. *Super Interessante*. 25 (1), 11-12.
- Gazzoni, E I. (2003) Fluxo de caixa: Ferramenta de controle financeiro para a pequena empresa. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.

- Gianini, V. C., & Gerardin Junior, U. (2010). Gestão educacional: a atuação do profissional secretário nas organizações educacionais. *Revista de Gestão e Secretariado*, 1(2), 32-52.
- Glenberg, A. M., & Langston, W. E. (1992). Comprehension of illustrated text: Pictures help to build mental models. *Journal of memory and language*, 31(2), 129-151.
- Gohn, M. G. (2009). Educação não-formal, educador (a) social e projetos sociais de inclusão social. *Revista Meta: Avaliação*, 1(1), 28-43.
- Guerra, A. R. (2007). Arranjos entre fatores situacionais e sistema de contabilidade gerencial sob a ótica da teoria da contingência. Dissertação de Mestrado em Ciências Contábeis, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2001). *Gestão de Custos: contabilidade e controle*. São Paulo: Pioneira-Thomson Learning.
- Hedberg, B. (1981). How organizations learn and unlearn. In: Handbook of Organizational Design, v. 1. Amsterdam: Elsevier Scientific.
- Horngren, C. T. (1965). How Should We Interpret the Realization Concept?. *The Accounting Review*, 40(2), 323-333.
- Howe, J. (2009). *O Poder Das Multidões: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Hutchinson, V., & Quintas, P. (2008). Do SMEs do knowledge management? Or simply manage what they know? *International Small Business Journal*, 26(2), 131-154.
- Imoniana, J. O., & Nohara, J. J. (2005). Cognição da estrutura de controle interno: uma pesquisa exploratória. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 2(1), 37-46.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP. (2011a). *Conheça o INEP*. Recuperado em 11 setembro, 2016, de <<http://portal.inep.gov.br/conheca-o-inep>>.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP. (2011b). *O que é o Ideb*. Recuperado em 11 setembro, 2016, de <<http://portal.inep.gov.br/web/portal-ideb/o-que-e-o-ideb>>.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP. (2011c). *Entenda as metas de qualidade*. Recuperado em 11 setembro, 2016, de <<http://portal.inep.gov.br/web/portal-ideb/portal-ideb>>.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP. (2015). *Censo Escolar – Resultados e Resumos*. Recuperado em 19 outubro de 2016, de <<http://portal.inep.gov.br/resultados-e-resumos>>.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP. (2016). *Sinopses Estatísticas da Educação Básica 2015*. Recuperado em 15 fevereiro de 2017, de <<http://portal.inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-basica>>.

- Jiang, Z., & Benbasat, I. (2007). The effects of presentation formats and task complexity on online consumers' product understanding. *Mis Quarterly*, 31(3), 475-500.
- Joaquim, E. (2016). A comunicação face a face e mediada por computador. Moçambique. Recuperado em 01 fevereiro de 2017, de <<http://vignette1.wikia.nocookie.net/eugeniajoaquim/images/c/cb/Slide.pdf/revision/1atest?cb=20160504062057>>.
- Koch, J. A., & Siering, M. (2015). Crowdfunding Success Factors: The Characteristics of Successfully Funded Projects on Crowdfunding Platforms. Twenty-Third European Conference on Information Systems (ECIS), *5 Completed Research Papers*, p. 15.
- Lima, A. N., & Imoniana, J. O. (2008). Um estudo sobre a importância do uso das ferramentas de controle gerencial nas micro, pequenas e médias empresas industriais no município de São Caetano do Sul. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 2(3), 28-48.
- Lück, H. (2000). Perspectivas da gestão escolar e implicações quanto à formação de seus gestores. In. Em aberto: Gestão escolar e formação de gestores, 17(72), 11-33.
- Lunkes, R. J. (2003). *Manual de orçamento*. São Paulo: Atlas.
- Martins, G. de A. (2006). *Estatística Geral e Aplicada*. São Paulo: Atlas.
- Martins, D. B., Portulhak, H., & Voese, S. B. (2015). Gestão de custos: um diagnóstico em hospitais universitários federais. *Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde*, 12(3), 59-75.
- Martins, G. A.; Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. (2. ed.) São Paulo: Atlas.
- Maximiano, A. C. A. (2000). *Teoria geral de administração: Da escala científica à competitividade na economia globalizada*. (2. ed.) São Paulo: Atlas.
- Melo, A. (2012). A educação básica na proposta da Confederação Nacional da Indústria nos anos 2000. *Educação e Pesquisa: Revista da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo*, 38(1), 29-45.
- Ministério da Educação. (2014). *Planejando a Próxima Década: Conhecendo as 20 Metas do Plano Nacional de Educação*. Recuperado em 13 setembro, 2016, de <http://pne.mec.gov.br/images/pdf/pne_conhecendo_20_metas.pdf>.
- Miotto, N., & Lozecky, J. (2008). A importância da contabilidade gerencial na tomada de decisão nas empresas. *UNICENTRO—Revista eletrônica Lato Sensu*, 5(1), 2-24.
- Moreira, J. A. S., & Barros, F. P. (2015). Financiamento e gestão da educação básica: pressupostos históricos e políticos. *Acta Scientiarum. Education*, 37(4), 437-447.
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful review? A study of customer reviews on Amazon. com. *MIS quarterly*, 34(1), 185-200.

- Oliveira, R. D. (2009). Possibilidades do Ensino Médio Integrado diante do financiamento público da educação. *Educação e Pesquisa*, 35(1), 51-66.
- ONU. Organizações das Nações Unidas. (1948). *Resolução 210 A III de 10 de Dezembro de 1948*. Declaração Universal dos Direitos Humanos.
- Otley, D. (1994). Management control in contemporary organizations: towards a wider framework. *Management Accounting Research*, 5(3-4), 289-299.
- Pacievitch, T. (2009a). Info Escola. *Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP*. Recuperado em 11 setembro, 2016, de <<http://www.infoescola.com/educacao/instituto-nacional-de-estudos-e-pesquisas-educacionais-anisio-teixeira-inep>>.
- Pacievitch, T. (2009b). Info Escola. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação*. Recuperado em 11 setembro, 2016, de <<http://www.infoescola.com/educacao/lei-de-diretrizes-e-bases-da-educacao/>>.
- Paes, L. A. B. (2014). A Utilização da Metodologia PMBOK no Gerenciamento de Projetos: uma análise das novas práticas propostas da 5ª edição. *REGRAD-Revista Eletrônica de Graduação do UNIVEM*. 7(1), 170-191.
- Park, O. C., & Hopkins, R. (1993). Instructional conditions for using dynamic visual displays: A review. *Instructional science*, 21(6), 427-449.
- PMBOK Guide. (2013). *Guide to the Project Management Body of Knowledge*. Project Management Institute. (5. ed.). Newton Square, Pennsylvania, US.
- Portal Brasil. (2014). *Etapas do ensino asseguram cidadania para crianças e jovens*. Recuperado em 11 setembro, 2016, de <<http://www.brasil.gov.br/educacao/2012/04/etapas-do-ensino-asseguram-cidadania-para-criancas-e-jovens>>.
- Portal Terra. (2016). Brasil tem desempenho escolar abaixo da média internacional. Recuperado em 22 fevereiro, 2017, de <<https://noticias.terra.com.br/educacao/brasil-tem-desempenho-escolar-abaixo-da-media-internacional,0987180dbefe62e750453940b6ded5adz60m4i27.html>>.
- Reid, G.C., & Smith, J.A. (2002). The bigger picture: feature on information management systems. *Financial Management*. January, 24-26.
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa Social- Métodos e Técnicas*. (2.ed.) São Paulo: Atlas.
- Rodrigues, E. (2012). *Por que o PMBOK não é uma metodologia?* Recuperado em 23 de dezembro, 2016, de <<http://www.elirodrigues.com/2012/08/06/por-que-o-pmbok-nao-e-uma-metodologia/>>.
- Rubinton, B. J. (2011). Crowdfunding: Disintermediated Investment Banking. *Social Science Research Network*. April-2011, 2-18.

- Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *Handbook of entrepreneurial finance*, Oxford University Press, Forthcoming.
- Silva, D. R., & Lima, L. A. B. (2014). A influência da opinião pública no desenvolvimento do projeto de crowdfunding Veronica Mars: Uma apropriação controversa. *Eptic online: Revista Electronica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, 16(2), 123-138.
- Silva Filho, A. M. (2008). Educação: fator determinante de desenvolvimento. *Revista Espaço Acadêmico*, 7(Edição Especial), 1
- Sobral, F. A. F. (2000). Educação para a competitividade ou para a cidadania social?. *São Paulo em Perspectiva*, 14(1), 03-11.
- Steiner G. A. (1979) *Strategic planning*. New York: The Free Press.
- Stroeher, A. M., & Freitas, H. (2008). O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas. *Revista de Administração Eletrônica RAUSP-e*, 1(1), 1-25.
- Terence, A. C. F. (2002). Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa: desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Tureta, C., Tonelli, M. J., & Alcadipani, R. (2011). O Gerente-Ciborgue: metáforas do gestor “pós-humano”. *Organizações & Sociedade*, 18(58), 467-486.
- UNESCO. (2010). *Educação: um tesouro a descobrir*. Recuperado em 09 dezembro, 2016, de <<http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590por.pdf>>.
- Unnava, H. R., & Burnkrant, R. E. (1991). An imagery-processing view of the role of pictures in print advertisements. *Journal of Marketing Research*, 28(2), 226-231.
- Vakinha. (2016). *Quem somos*. Recuperado em 05 setembro, 2016, de <<https://www.vakinha.com.br/quem-somos>>.
- Valiati, V. A. D. (2013). Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo. *Verso e Reverso*, 27(64), 43-49.
- Versiani, Â. F., Rezende, S. F. L., & Pereira, A. C. (2016). Contribuições da Teoria Institucional para a análise da gestão de escolas: Um estudo de caso de escola pública brasileira bem sucedida nos Índices de Desempenho da Educação Básica. *Revista Eletrônica de Administração*, 22(1), 193-224.
- Zanella, L. C. H. (2009). *Metodologia de estudo e de pesquisa em administração*. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC.
- Zdanowicz, J. E. (1984). *Orçamento Operacional: uma abordagem prática*. (3. ed.) Porto Alegre: Sagra.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS

RA-1: O projeto atingiu a meta proposta.

Conforme exposto na plataforma, atribui-se nota 0 ou 1, sendo 0 quando atingiu a meta proposta e 1 quando não atingiu.

RA-2: Amplitude da descrição do projeto

A descrição do projeto é categorizada conforme descrita na plataforma, atribuindo-se nota de 1 a 5 de acordo com a quantidade de palavras que constam na descrição, sendo:

Até 400 palavras: 1

De 401 a 800 palavras: 2

De 801 a 1.200 palavras: 3

De 1.201 a 1.600 palavras: 4

De 1.601 a 2.000 palavras: 5

Os fatores são avaliados conforme expostos na plataforma, atribuindo-se nota 0 ou 1, sendo 0 para recurso existente e 1 para inexistência do recurso.

RA-3: Possui acompanhamento gráfico na apresentação do projeto.

RA-4: Possui material em vídeo na apresentação do projeto.

RA-5: Tamanho da meta proposta

O tamanho da meta é avaliada conforme a média dos valores estipulados nos projetos cadastrados nas plataformas, atribuindo-se nota de 1 a 5, quando:

Meta do projeto até R\$ 10.000,00: 5

Meta do projeto de R\$ 10.001,00 até 20.000,00: 4

Meta do projeto de 20.001,00 até 30.000,00: 3

Meta do projeto de 30.001,00 até 40.000,00: 2

Meta do projeto superior a R\$ 40.000,00: 1

APÊNDICE 2 – CARTA DE APRESENTAÇÃO

Prezado (a),

Sou Vanessa Seefeld, aluna do curso de Mestrado em Contabilidade da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Sob orientação da professora Dra. Simone Bernardes Voese, estou desenvolvendo uma pesquisa junto aos proponentes de projetos de *crowdfunding* (financiamento coletivo) direcionados para a Escola Básica. As informações são requisitadas com o objetivo de investigar os fatores críticos e as ferramentas de controle gerencial envolvidos no sucesso dos projetos propostos nas plataformas.

Os dados disponibilizados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos e asseguramos o anonimato dos respondentes.

O tempo estimado para responder ao questionário é de no máximo 10 minutos.

Caso haja dúvidas estamos à disposição.

Vanessa Seefeld, e-mail: vanessa_seefeld@hotmail.com

Prof. Dra. Simone Bernardes Voese, e-mail: simone.voese@gmail.com

Agradecemos sua participação!

APÊNDICE 3 – QUESTIONÁRIO

BLOCO 1 – Gerenciamento de Projetos e Ferramentas de Controle Gerencial

Gerenciamento de Projetos

Os processos de gerenciamento de PMBOK (Guia para o conjunto de conhecimentos de gerenciamento de projetos) são um conjunto de boas práticas que se aplicam à projetos de diversos segmentos, áreas, dimensões, pessoas envolvidas, prazos e orçamentos (Curso PMI, 2015). Este guia instrui e apresenta processos, mas deixa a implementação livre para cada instituição, ficando para o gestor a habilidade de garantir que a metodologia seja simples e rápida de utilizar, além de aplicar o rigor necessário para otimizar os resultados do projeto.

Quanto ao *gerenciamento de projetos*, por favor, atribua uma nota de 1 a 5 (utilizando 1 - nenhuma existência e 5 - muito forte existência), de acordo com as ações praticadas no projeto em relação aos seguintes fatores:

<i>Processos de Iniciação</i>	1	2	3	4	5
Q-1: Ao elaborar o projeto, foi identificada a necessidade da escola.					
Q-2: Ao elaborar o projeto, foi determinado o objetivo do projeto.					
Q-3: Ao elaborar o projeto, foram determinadas as necessidades do projeto.					
<i>Processos de Planejamento</i>					
Q-4: Ao elaborar o projeto, foi estimado o tempo total de execução.					
Q-5: Ao elaborar o projeto, foi definido o cronograma.					
Q-6: Ao elaborar o projeto, foi projetado o orçamento.					

Ferramentas de Controle Gerencial

As ferramentas de controle gerencial fornecem informações aos usuários e sua utilização possibilita maior confiança aos gestores no processo de tomada de decisões (Frezatti; Aguiar & Rezende, 2007).

Quanto às *ferramentas de controle gerencial*, por favor, marque a opção de acordo com a existência das ações praticadas no projeto em relação à utilização das seguintes ferramentas:

<i>Ferramentas de Controle Gerencial</i>	1	2	3	4	5
Q-7: Realizou-se o planejamento estratégico da escola.					
Q-8: Realizou-se o planejamento tático do projeto (definição de objetivo e estratégias para alcançá-lo).					
Q-9: Realizou-se orçamento do projeto.					
Q-10: Realizou-se a gestão de custos do projeto.					

Q-11: Realizou-se avaliação de desempenho baseado em medidas financeiras.					
Q-12: Realizou-se avaliação de desempenho baseado em medidas não-financeiras.					

BLOCO 2 – Dados do Respondente	
Q-13 – Qual o nome do projeto que você propôs?	
Q-14 – Gênero:	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino
Q-15 – Faixa etária:	<input type="checkbox"/> 18 a 29 anos <input type="checkbox"/> 30 a 39 anos <input type="checkbox"/> 40 a 49 anos <input type="checkbox"/> 50 anos ou mais
Q-16 – Sua atividade profissional está relacionada à área de Gestão Escolar?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Q-17 – Você atua em qual área da escola:	<input type="checkbox"/> Diretoria <input type="checkbox"/> Coordenação <input type="checkbox"/> Secretaria <input type="checkbox"/> Professor <input type="checkbox"/> Comunidade <input type="checkbox"/> Outro: _____
Q-18 – Qual sua formação?	<input type="checkbox"/> Pedagogia <input type="checkbox"/> Administração <input type="checkbox"/> Outro: _____
Q-19 – Possui pós-graduação?	Sim. Qual: _____ Não.
Q-20 – Tempo que trabalha na Instituição atual:	<input type="checkbox"/> Até 05 anos <input type="checkbox"/> 06 a 10 anos <input type="checkbox"/> 11 a 15 anos <input type="checkbox"/> 16 a 20 anos <input type="checkbox"/> Acima de 20 anos
Q-21 – Tempo de experiência profissional na área escolar:	<input type="checkbox"/> Até 05 anos <input type="checkbox"/> 06 a 10 anos <input type="checkbox"/> 11 a 15 anos <input type="checkbox"/> 16 a 20 anos <input type="checkbox"/> Acima de 20 anos
Q-22 – Você já elaborou um projeto de <i>crowdfunding</i> anteriormente?	<input type="checkbox"/> Sim e a meta foi atingida. <input type="checkbox"/> Sim, mas não atingiu a meta.

Não, este é o primeiro.

Informe o seu e-mail, caso tenha interesse no resultado da pesquisa.

Muito obrigada pela sua colaboração!