

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACC
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**"A PERCEPÇÃO DOS FUTUROS CONTADORES NA ABERTURA DE NOVOS
NEGÓCIOS EM MOMENTOS DE CRISE ECONÔMICA: UM ESTUDO DE CASO
COM ALUNOS DA UFRJ"**

ARLEY BARBOSA DE ARAUJO PONTES

**Rio de Janeiro
2019**

ARLEY BARBOSA DE ARAUJO PONTES

"A percepção dos futuros contadores na abertura de novos negócios em momentos de crise econômica: um estudo de caso com alunos da UFRJ"

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como componente dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis

Orientador(a): Prof^a. Mônica Visconti De Melo

**Rio de Janeiro
2019**

ARLEY BARBOSA DE ARAUJO PONTES

"A percepção dos futuros contadores na abertura de novos negócios em momentos de crise econômica: um estudo de caso com alunos da UFRJ"

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, obtendo nota média de ____, atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo mencionados.

Rio de Janeiro, ____ de Julho de 2019.

Professores que compuseram a banca:

Prof^a. Msc. Mônica Visconti De Melo - Orientadora
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof.

Prof.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a esta universidade, corpo administrativo, seu corpo docente e direção que me possibilitaram ter uma graduação de qualidade e de referência nacional e internacional, apesar de todas as limitações enfrentadas pelas universidades federais no Brasil.

Aos meus pais, que me ensinaram a importância da educação, pelo amor, incentivo e apoio incondicional durante toda essa caminhada.

A minha orientadora, pelo suporte no tempo que lhe coube, pelas suas correções, apoio, incentivos e que com sua experiência contribuiu muito para a realização dessa pesquisa.

Meus agradecimentos aos amigos adquiridos durante a graduação que fizeram parte da minha formação e que continuarão presentes em minha vida.

Agradeço a todos que possibilitaram a realização deste estudo cedendo seu tempo, respondendo a pesquisa.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, deixo o meu muito obrigado.

“Para ter um negócio de sucesso, alguém, algum dia, teve que tomar uma atitude de coragem.”

Peter Drucker

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CODACE: Comitê de Datação de Ciclos Econômicos

FECOMÉRCIO RJ: Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPCA: Índice de Preços ao Consumidor

MEI: Microempreendedor Individual

PIB: Produto Interno Bruto

PNAD: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas empresas

UFRJ: Universidade Federal do Rio de Janeiro

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1- O ambiente e seus componentes.....	28
Figura 2 - Exemplo de análise SWOT preenchida.....	29

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados	42
Gráfico 2 - Gênero dos participantes.....	42
Gráfico 3 - Campus de estudo.....	43
Gráfico 4 - Semestre cursado pelo discente.....	44
Gráfico 5 - Desempenho de atividade remunerada	44
Gráfico 6 - A importância da experiência prévia sobre o ramo de atuação	46
Gráfico 7 - A capacidade de angariar e reter novos clientes	47
Gráfico 8 - Local para atuação	48
Gráfico 9 - Planejamento financeiro	49
Gráfico 10 - Capacidade de gestão	50
Gráfico 11 - Importância das ferramentas contábeis	51
Gráfico 12 - Os riscos na abertura de um negócio	52
Gráfico 13 - Fatores que demandariam maior atenção na abertura de um negócio.....	53

RESUMO

BARBOSA, Arley. **A percepção dos futuros contadores na abertura de novos negócios em momentos de crise econômica: um estudo de caso com alunos da UFRJ.** 62 f. Monografia do Curso de Ciências Contábeis. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

Todo o empreendimento comercial no início de suas atividades necessita de uma série de procedimentos visando sua constituição e que precisam ser corretamente atendidos, pois sem eles, o futuro do negócio passará por sérias dificuldades e em momentos de crise econômica esses cuidados precisam ser redobrados, pois as chances de insucesso se tornam exponencialmente maiores. Neste trabalho, tem-se como objetivo analisar a percepção por parte dos estudantes de graduação em ciências contábeis matriculados na Universidade Federal do Rio de Janeiro quanto às dificuldades para se abrir um novo empreendimento em um contexto de crise econômica. Para este objetivo ser alcançado, foi preparado um questionário estruturado enviado aos alunos de ciências contábeis a respeito das variáveis que podem causar os maiores riscos para o gerenciamento de um negócio. No que diz a respeito, aos riscos para a abertura de um negócio num momento de crise econômica, a maioria dos estudantes acredita que não conseguir manter o empreendimento rentável financeiramente é o maior risco para a abertura do negócio. Já, caso se os futuros contadores resolvessem empreender, não há uma unanimidade em relação ao fator que lhe demandaria uma maior atenção, sendo que o maior grupo com 30,5% dos participantes respondeu que como atrair clientes demandaria maior preocupação.

Palavras-chave: Contadores. Negócios. Empreendedorismo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 O PROBLEMA.....	14
2.1 - CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	14
2.2 - PROBLEMA DA PESQUISA	15
2.3 - OBJETIVOS	16
2.3.1 - OBJETIVO GERAL	16
2.3.2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
2.4 - JUSTIFICATIVAS.....	16
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
3.1 - CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....	17
3.1.1 - TIPOS DE EMPREENDEDORES	19
3.2 - EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: POR QUE AS EMPRESAS QUEBRAM?	22
3.3 - PASSOS PARA O CRESCIMENTO SAUDÁVEL DE UM NEGÓCIO	24
3.3.1 - ANÁLISE DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS	27
3.3.2 - A IMPORTÂNCIA DA EXPERIENCIA E CONHECIMENTO DE GESTÃO.....	31
3.3.3 - AS FERRAMENTAS CONTÁBEIS IMPRESCINDÍVEIS PARA O CONTROLE E A VIABILIDADE FINANCEIRA DE UM NEGÓCIO	32
3.4 - A CRISE QUE ASSOLA A CIDADE DO RIO DE JANEIRO E OS RISCOS PARA O EMPREENDEDOR	35
4 METODOLOGIA.....	39
4.1 - QUESTÕES DE PESQUISA	40
5 A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE CIENCIAS CONTÁBEIS DA UFRJ SOBRE EMPREENDER NO RIO DE JANEIRO	41
5.1 - PERFIL DO DISCENTE PARTICIPANTE	41
5.2 - PERCEPÇÃO DE RELEVÂNCIA EM RELAÇÃO AS DIFICULDADES ANALISADAS.....	45

5.2.1 - EXPERIÊNCIAS ANTERIORES DO EMPREENDEDOR.....	45
5.2.2 - CAPACIDADE DE ANGARIAR E RETER NOVOS CLIENTES	46
5.2.3 - DEFINIÇÃO DE LOCAL PARA ATUAÇÃO	47
5.2.4 - IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO	48
5.3 - RISCOS DE SE ABRIR UM NEGÓCIO E IMPORTÂNCIAS DAS FERRAMENTAS CONTÁBEIS.....	50
5.3.1 - A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS CONTÁBEIS PARA A SUSTENTABILIDADE DE UM NEGÓCIO.....	50
5.3.2 - RISCOS DE SE ABRIR UM NEGÓCIO NUM MOMENTO DE CRISE ECONÔMICA.....	52
5.3.3 - FATORES QUE DEMANDARIAM MAIOR ATENÇÃO NA OPINIÃO DOS DISCENTES.....	53
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
6.1 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS	55
REFERÊNCIAS.....	56
ANEXOS	59
ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO	59

1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, as empresas desempenham um papel fundamental para o progresso e funcionamento de nossa sociedade, essas organizações são as maiores responsáveis pela produção, circulação e comercialização de produtos e serviços que buscam atender as necessidades mais básicas da população, também são responsáveis por gerar e movimentar renda para diversas áreas da economia através da manutenção e geração de novos postos de trabalho, além de contribuírem para o desenvolvimento e funcionamento das atividades exercidas pelo Estado, por meio do pagamento dos tributos e encargos sociais. Em suma, as empresas são peças importantes para o desenvolvimento econômico e social de um país. Nesse sentido, complementa, Chiavenato (2010, p. 10),

“Tudo que necessitamos em nossas vidas é criado, desenvolvido, produzido e comercializado por organizações. Dependemos delas para nascer, aprender, educar, trabalhar, comprar, financiar, comer, nos divertimos e até para morrer. Elas oferecem produtos, serviços, informação, conhecimento, entretenimento e tudo aquilo que é necessário para nossas vidas é nosso bem-estar”.

Estudo organizado pela empresa de análises para decisões de crédito, Serasa Experian (2018), aponta que das 2.202.622 novas empresas constituídas em 2017 no Brasil, 1.733.061 empresas são abertas por microempreendedores individuais (MEIs), 78,7% do número total. Um dos principais motivos para o acontecimento desse número, o maior desde que começou a ser feita a apuração pela agência é o fenômeno conhecido como “empreendedorismo por necessidade”, pessoas que perderam seus empregos devido à crise econômica que assola o país e que não conseguem rápida realocação no mercado formal de trabalho, resolvem abrir algum negócio como forma de ocupação e obtenção de renda para se sustentarem enquanto buscam nova realocação, entretanto também existem outras razões para que alguém resolva se tornar empreendedor, tais como, nova ideia de produto ou serviço, capacitação profissional, herança familiar, desejo de independência financeira ou profissional e até a realização de um sonho.(POMBO, 2019).

Por outro lado, nem sempre constituir um negócio é garantia de sucesso e nem de que o mesmo terá continuidade ao longo do tempo. De acordo, com o estudo publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2017,

das 733,6 mil empresas criadas em 2010, somente 272,2 mil se mantiverem abertas em 2015, ou seja, cerca de 62,90% dessas empresas deixaram de funcionar ao longo do período de 5 anos. E essa estatística nos demonstra que o fenômeno de abrir e rapidamente encerrar as atividades desses negócios traz impactos negativos para a economia, primeiro para os empreendedores que na maioria das vezes despendem todas suas economias e esforços na expectativa de obter retorno financeiro com o seu negócio, não o consegue e terá de buscar novas estratégias para sua sobrevivência, em seguida, o impacto será sentido pelo Estado que com a redução de empresas funcionando deixa de arrecadar com tributos, também refletindo no aspecto social, através do aumento do nível da taxa de desemprego e por fim, impacta na cadeia produtiva como um todo e dependendo do nível de dependência, necessitará rapidamente se adaptar para suprir a ausência de seus antigos clientes, para também não fecharem suas portas.

Então, para que o processo de abertura de um negócio se torne bem-sucedido e traga retorno financeiro para o empreendedor, diversos procedimentos precisam ser analisados, tais como, escolha do local para funcionamento, definição do público alvo, planejamento financeiro, tipos de produtos e serviços que serão oferecidos, dentre outros. Esse planejamento inicial é extremamente necessário, pois sem um planejamento adequado, essas empresas não conseguem se manter por muito tempo no mercado devido à forte concorrência e por não conseguirem se antever as dificuldades que são próprias ao gerenciamento de um negócio e num contexto de crise econômica essas dificuldades tendem a se acentuar, já que existe uma tendência de ocorrer um aumento no número de empreendedores, principalmente os movidos pela necessidade, quanto em contrapartida haverá um número menor de clientes, pela elevação do percentual de desempregados e redução do nível de renda.

Entende-se que se esses pontos não forem estruturados corretamente poderão trazer futuros problemas para o empreendedor, culminando na maioria das vezes com o encerramento das atividades dessas empresas, por não serem capazes de cumprirem com suas obrigações perante a terceiros e nem de trazer o tão esperado retorno financeiro para o empreendedor.

O contador tem um papel importante na gestão de empresas e na assessoria ao micro e pequeno empresário, no entanto é necessário que este profissional

também esteja informado e consciente das dificuldades de empreender em momentos de crise.

Diante do anteriormente descrito, o presente estudo tem como objetivo descrever e analisar as principais dificuldades na abertura de novos negócios em momentos de crise econômica sob a ótica dos alunos de Ciências Contábeis da UFRJ.

Para atingir o objetivo proposto, o presente estudo foi dividido da seguinte forma: introdução, contextualização do problema, os objetivos e justificativa do tema escolhido; em seguida será feita uma revisão de literatura com referência a temática do trabalho através da pesquisa de artigos, livros, textos da internet e trabalhos acadêmicos.

-No próximo tópico - será apresentada a metodologia, métodos e técnicas utilizadas para validar cientificamente a pesquisa e as análises. E por fim, apresentação dos resultados obtidos pela pesquisa, conclusões e sugestões para estudos futuros.

O estudo procura contribuir para a discussão dos fatores que levam as micro, pequenas e as grandes empresas ao insucesso em um momento de recessão econômica, analisando os principais aspectos sob a ótica dos futuros contadores e buscando formas para alertar sobre os índices de mortalidade das empresas no Brasil, sem, contudo, ter a pretensão de esgotar o assunto.

2 O PROBLEMA

2.1 - CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Atualmente, o Brasil atravessa uma das maiores crises econômicas de sua história e as consequências dessa crise irão nos acompanhar por muito tempo. Entre 2014 e 2016 o Brasil se encontrou em um período de recessão econômica, complementa o Comitê de Datação de Ciclos Econômicos (CODACE) da Fundação Getúlio Vargas (2017, p.1),

“A recessão de 2014-2016 foi a mais longa entre as nove datadas pelo Comitê a partir de 1980, empatada com a de 1989-1992. A perda acumulada de Produto Interno Bruto (PIB) nesses 11 trimestres foi de 8,6%, também a maior desde 1980, praticamente empatada com os 8,5% de queda do PIB na recessão de 1981-1983, com base em dados das Contas Nacionais do IBGE”.

Em 2017 e 2018, a economia brasileira apresentou tímidos sinais de melhora, como no crescimento do PIB em 1,1% em 2017 e 2018 e pelo índice de Preços ao Consumidor (IPCA), índice que mede a inflação que fechou 2018 em 3,75%, número abaixo do centro da meta do Banco Central, contudo, a taxa de desemprego fechou 2018 em 11,6% ou em 12,2 milhões de pessoas economicamente ativas à procura de trabalho, sendo que, esse número é influenciado pelas contratações temporárias de fim de ano e pelo recorde de trabalhadores por conta própria que estão estimados em 23,9 milhões de pessoas, portanto, esses números não são suficientes para decretar-se o fim de nossa crise econômica e a retomada do crescimento. Dessa forma, segundo os especialistas do CODACE, se a economia continuar crescendo nesse ritmo, somente em 2021 o Brasil se encontrará no mesmo ritmo de antes da crise econômica, fazendo com que essa seja a maior crise de nossa história com o pior crescimento em 120 anos.

A crise ao todo ocasionou no fechamento de empresas e aumento no número de desempregados que passou de 8,6 milhões de pessoas em 2015 para atingir o ápice em 2017 de 13,23 milhões de pessoas, uma alta de 53,8%. Segundo dados da Confederação Nacional Do Comércio, o Brasil fechou 101,9 mil lojas em 2015, 105,3 mil lojas em 2016 e 226,5 mil em 2017, com saldo de 326,2 mil vagas fechadas nesses três anos. (Jornal do Comércio, 2018).

Mais especificamente no estado do Rio de Janeiro, com o fim dos grandes eventos, a redução dos investimentos na extração de petróleo somadas a crise nacional levou ao Rio de Janeiro ao segundo lugar no ranking dos estados com o

maior número de pessoas desempregadas. Em 2014, o número de desempregados no Rio que era 494 mil pessoas passa para 1,2 milhão de pessoas em 2017, o que representa cerca de 15% da população economicamente ativa residente no estado.

De acordo com Oliveira, Barbosa e Jannuzzi (2017, p.17), “o aumento do desemprego foi acompanhado ainda pela redução da massa salarial dos empregados, que chegou ao final de 2016 ao patamar de quatro anos atrás”. Complementa o boletim de mercado de trabalho da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), que o setor industrial e de serviços foram responsáveis por 90% dos postos de trabalho que foram fechados no estado do Rio entre Março de 2016 a Março de 2017.

Segundo o Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro (2018, p.14), “Em 2017, mais de 21 mil estabelecimentos comerciais encerraram suas atividades em todo o estado, sendo quase a metade (9.121) na capital”. As principais causas apontadas foram a falta de segurança, o aumento abrupto dos aluguéis, a diminuição do consumo relacionada ao desemprego e os atrasos no pagamento do funcionalismo público.

Em consequência do grande número de desempregados, cresce no estado o número de trabalhadores na informalidade. De acordo com estudo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio de Janeiro (Fecomércio RJ, 2018), com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD/IBGE), o número de trabalhadores no Estado do Rio de Janeiro no ano de 2017, em todos os setores é de cerca de 7 milhões, sendo que destes, cerca de 3 milhões estão na informalidade, o que pode ser caracterizar em parte pelo empreendedorismo por necessidade. Em todo o Estado, serviços e comércio concentram o maior número de trabalhadores sem carteira assinada, com 81,1% do quantitativo daqueles sem vínculo formal.

2.2 - PROBLEMA DA PESQUISA

Diante ao que foi exposto, a presente pesquisa busca responder a seguinte questão: Quais são as Principais dificuldades percebidas pelos discentes em ciências contábeis matriculados na UFRJ para se abrir um novo negócio em um momento de crise econômica como a vivenciado no Rio de Janeiro atualmente?

2.3 - OBJETIVOS

2.3.1 - OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do trabalho consiste em analisar a percepção por parte dos estudantes da UFRJ da graduação em ciências contábeis, quanto as dificuldades percebidas para se abrir um novo negócio em um contexto de crise econômica.

2.3.2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para atingir o objetivo geral, pontuam-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Caracterização de empreendedorismo e empreendedor;
- b) Descrever os passos para a sustentabilidade de um negócio;
- c) Analisar os riscos, desafios e as possibilidades atreladas a decisão de empreender num momento de crise econômica;
- d) Identificar os principais elementos que os estudantes observariam no momento de tornar-se empreendedor.

2.4 - JUSTIFICATIVAS

O assunto é de interesse público, visto que, em 2017 no Estado do Rio foram abertas 231.135 novas empresas e apesar disso, o desemprego no grande Rio já atinge cerca de 933 mil pessoas, sem contar aqueles que estão na informalidade. Então, esse estudo espera contribuir, para entender os fatores que causam a mortalidade dessas empresas na opinião dos contadores, sua consolidação no mercado, contribuindo com que menos pessoas entrem para o desemprego e por seguinte, a continuidade dessas empresas contribua para a geração de novas vagas de trabalho. Além de que, o contador é uma das categorias mais procuradas e indicadas para auxiliar e assessorar os indivíduos que estão com dúvidas relativas a constituição ou continuidade de seu negócio. Sem contar que, no futuro alguns estudantes de contabilidade podem decidir se tornarem empreendedores, e seria interessante saber quais são as suas percepções desse mercado e quais seriam as principais dificuldades que teriam de enfrentar.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As referências buscam explicar alguns dos tópicos que são essenciais para o bom entendimento deste estudo.

Para Beuren (2013, p.69) “quanto à abrangência da revisão de literatura, esta depende fundamentalmente da teoria que se desenvolve no esclarecimento dos fatos que consubstanciam o estudo”.

3.1 - CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

Atualmente, um dos fenômenos mais estudados no cenário econômico mundial é o do empreendedorismo, cuja definição foi se alterando ao longo da história devido as mudanças na conjuntura econômica. Um dos primeiros registros da definição de empreendedorismo datam o ano de 1949 através do economista Joseph Schumpeter (1949 apud OLIVEIRA, 2014, p.4), "designando a situação de um executivo de empresa com elevada criatividade, bem como sabendo conseguir resultados interessantes baseados em inovações".

Na concepção de Dornelas (2008, p.22), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Baggio F. e k. Baggio (2014), descrevem que o empreendedorismo pode ser entendido como fazer as coisas acontecerem com originalidade e motivação, seja no âmbito profissional ou pessoal. Envolve comportamentos proativos em face das questões a serem resolvidas, indo de encontro a oportunidades e riscos.

Mattos (2017) tem uma percepção diferente em relação ao empreendedor. Para o autor, o empreendedor é aquele que não aceita a realidade de maneira resignada, motivado pelo desejo de mudança para gerar impacto positivo no mundo, ele constrói uma iniciativa.

Fairlie (2013) entende que as condições econômicas se tornam fatores determinantes para a decisão de empreender. Quanto maior o nível de desemprego, maior será o estímulo para a decisão da criação de novos negócios por conta própria.

Baggio F. e k. Baggio (2014, p.27) ainda complementam que,

Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: 1) tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; 2) utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; 3) aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Segundo Dornelas (2008), o empreendedor é aquele que identifica uma oportunidade e cria um projeto para possivelmente capitalizar sobre ele, assumindo todos os riscos e benefícios que poderão surgir dessa decisão.

O empreendedor explora as oportunidades criadas pelas mudanças, seja na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais, e transforma essas mudanças em oportunidades para a construção de seu negócio (DRUCKER, 1998).

Para Chiavenato (2007, p.17), “O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Chiavenato (2007, p.4), enaltece a importância dos empreendedores para a economia:

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente, milhares de pessoas com esse perfil — desde jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais — inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações.

Schu, M. (2012, p. 28) entende que:

Ser empreendedor é assumir riscos, ser confiante, tomar iniciativa, é ser visionário, criativo e inovador, otimista e dedicado ao seu trabalho, e acima de tudo buscar novos mercados, aplicar métodos diferenciados quanto ao sistema de produção de sua equipe, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos eficientes e mais caros.

Essas abordagens apesar de divergirem, têm em comum o fato do empreendedor ser o responsável por transformar oportunidades em geração de riqueza e de assumir para si os riscos provenientes da execução do projeto, de forma que, não haverá desenvolvimento econômico sem o empreendedor, pois em seus modelos se levam em conta os sistemas de valores da sociedade em que estão inseridos, no momento de analisar os riscos incorridos.

Além disso enfatizam a capacidade de inovação e de conseguir fazer acontecer por parte do empreendedor, que deve estar atento as oportunidades, nas

transformações da sociedade, ser persistente e sobretudo buscar constantemente pelo conhecimento. O empreendedor deve ter uma visão objetiva do futuro, de forma a determinar os objetivos e metas a serem alcançados e transformar rapidamente as ideias que surgirem em algo concreto e bem-sucedido no mercado.

3.1.1 - TIPOS DE EMPREENDEDORES

Os empreendedores apresentam diversos motivos e razões do que os levou a empreender, dessa forma, diversos estudiosos tentam encontrar denominadores em comum entre cada empreendedor, dos motivos que os levou e do que continua os levando a empreender, pois classifica-los em um único grupo seria injusto, pois cada um apresenta características particulares de personalidade e motivações diferentes entre si.

Para Smith (1967 apud Sant'Anna, Oliveira e Diniz, 2012), existem dois tipos de empreendedores: os artesãos e os oportunistas. Os artesãos se caracterizam-se por ter treinamento técnico e por prezar pela qualidade dos serviços em detrimento ao crescimento do negócio, enquanto os oportunistas têm ensino superior e busca o crescimento contínuo da empresa e dos lucros obtidos.

Dornelas (2007), efetuou um estudo com cerca de 400 empreendedores e identificou os seguintes tipos, a partir de suas características comportamentais:

- **O Empreendedor Nato (Mitológico):** São empreendedores natos, começaram do nada, muito jovens, sem nenhuma experiência e acabam por criar verdadeiros impérios. Seu sucesso se deve as suas habilidades de negociação e de vendas, estão à frente do seu tempo e acabam tornando-se referências em suas áreas. Entre os exemplos temos: Bill Gates, Steve Jobs, Silvio Santos etc.
- **O Empreendedor que Aprende (Inesperado):** É um dos tipos mais comuns. Nunca pensou em ser empreendedor, contudo, o surgimento de uma boa oportunidade de negócio o faz mudar de ideia e abandonar sua vida de trabalhador com carteira assinada. Geralmente, pensa muito antes de tomar sua decisão, pois tem de aprender a lidar com novas situações nas quais não está acostumado.

- **O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios):** É aquele que gosta de criar empresas principalmente pelo ato de empreender. Sua motivação é encontrar novas oportunidades, captar recursos, montar equipes e não descansar até ver a empresa em funcionamento. Quando conclui esse desafio pula logo para outro de forma a se manter motivado.
- **O Empreendedor Corporativo:** são funcionários muito competentes, com grande aptidão gerencial, de comunicação e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham visando empreender dentro do mundo corporativo, pois não se contentam com o que ganham, fazem planos com metas ousadas em busca de grandes recompensas financeiras e crescimento profissional. Se saírem da corporação para constituir o próprio negócio poderão sofrer no início, visto que, já estão acostumados com as regalias e os privilégios do mundo corporativo
- **O Empreendedor Social:** Este tipo vem crescendo muito, principalmente entre os jovens. O empreendedor social trabalha para que através do seu negócio, ele possa ajudar o mundo a se transformar em algo melhor para todos. Para isso cria oportunidades para aqueles que não tem acesso a elas. O seu negócio não busca desenvolver um patrimônio financeiro, pois prefere que seus recursos sejam compartilhados contribuindo para o desenvolvimento de mais pessoas e da sociedade na qual está inserida.
- **O empreendedor por necessidade:** É aquele que cria o próprio negócio por falta de opção, visando unicamente sua sobrevivência, pois não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi dispensado e não consegue rápida realocação no mercado. Geralmente, seus negócios são feitos de forma informal, com pouco planejamento, não contribuindo com impostos, sem perspectivas de crescimento futuro, com atividades que demandam poucos recursos e conhecimento e, por conseguinte, trazendo pouco retorno financeiro. Em grandes quantidades são vistos como um problema social para os países em desenvolvimento, pois apesar dos esforços feitos não contribuem diretamente para o desenvolvimento econômico.

- **O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar):** Tem como missão continuar mantendo o legado de sua família e posteriormente multiplicar o patrimônio herdado. Muitas vezes são treinados para desde cedo a entender como o negócio funciona e por decorrência assumem ainda jovens, cargos com responsabilidades na organização. Existem variações no perfil do empreendedor herdeiro, existe aqueles que desejam mudar o que vem sendo feito, de forma a trazer inovação e jovialidade a organização e aqueles que preferem dar continuidade ao que vem sendo feito.
- **O empreendedor “Normal” (planejado):** É considerado o tipo a ser seguido, apesar de não ser a grande maioria. Planeja todos os seus passos de modo, a minimizar possíveis riscos, atenta-se com as próximas etapas do empreendimento, além do que possui uma clara percepção de futuro, trabalha em função de metas bem definidas e por consequência aumenta exponencialmente as possibilidades de o negócio vir a se tornar bem-sucedido.

Entretanto, nem todo empreendedor busca empreender como objetivo ou meta de vida. Existem aqueles que abrem negócios para escapar de algum fator ambiental. Knight (1980, apud Chiavenato, 2007), os fatores ambientais que moveram ou impulsionaram essas pessoas a criarem seus negócios e as denominou de refugiados. Para ele, os refugiados são divididos em:

1. Refugiados estrangeiros: são pessoas que escapam das restrições políticas, religiosas ou econômicas de seus países de origem atravessando as fronteiras nacionais. Em geral, encontram discriminações ou desvantagens — de cultura, língua, entre outras — ao buscar emprego assalariado em outros países e, então, iniciam um novo negócio.
2. Refugiados corporativos: são aqueles que fogem do ambiente burocrático das grandes e médias empresas iniciando negócios por conta própria. Muitas pessoas, ao vivenciarem nas corporações um ambiente desagradável de trabalho, processo decisório centralizado, realocações impostas e até atmosfera indesejável, encontram uma alternativa atraente ao buscar um novo negócio.
3. Refugiados dos pais: são pessoas que abandonam a família para mostrar aos pais que podem fazer as coisas de maneira independente, ou seja, sozinhas.
4. Refugiados do lar: são aqueles que começam o próprio negócio após o crescimento dos filhos ou quando se sentem livres das responsabilidades da casa.
5. Refugiadas feministas: mulheres que sentem discriminações ou restrições em uma empresa e preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros.
6. Refugiados sociais: são os alheios à cultura que prevalece na empresa, que buscam uma atividade como empreendedores.

7. Refugiados educacionais: são pessoas que se sentem cansadas dos cursos acadêmicos e decidem iniciar um novo negócio. Knight (1980, apud Chiavenato, 2007, p.10)

Vimos que cada pessoas têm diferentes razões para empreender. Diante dessa variedade de tipologias de empreendedores, é bom estar informado sobre cada uma, já que cada tipo representa um contexto do empreendedorismo e isso, facilitaria o estudo de quem quer empreender com relação a vocação, motivação e posterior capacitação para operar no referido segmento de mercado.

3.2 - EMPREENDEDORISMO NO BRASIL: POR QUE AS EMPRESAS QUEBRAM?

O empreendedorismo começa a ser efetivamente notado no Brasil nas décadas de 1980 e 1990, quando são criadas as primeiras organizações como o Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE), cuja principal função é assessorar e capacitar empresários a saberem superar os pontos conflitantes da administração de um negócio. (Ferreira et al, 2012).

Atualmente, em nosso país, muito se comenta da importância do empreendedorismo e de como estimular e desburocratizar as etapas para se empreender, essa discussão se acentua em períodos de recessão econômica, pois as pequenas e microempresas têm participação expressiva no funcionamento de nossa economia e são as principais afetadas em momentos como esse de desemprego elevado e diminuição do poder aquisitivo da população. Além do que, faltam iniciativas de apoio por parte do poder público para que esses negócios tenham continuidade ao longo do tempo, de forma, a proporcionar renda e trabalho para a população economicamente ativa, de maneira sustentável por muito tempo gerando um ciclo virtuoso positivo para nossa sociedade.

Baggio F. e k. Baggio (2014, p.27), entendem que:

O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo ainda relativamente pouco explorada: o potencial empreendedor dos brasileiros. O Brasil é atualmente um dos países onde poderia haver uma grande explosão empreendedora. Só os brasileiros têm poder para que isso aconteça. Para tanto, deve-se superar um certo número de obstáculos. Pode-se identificar pelo menos seis deles: O primeiro deles é o da autoconfiança; o segundo obstáculo é uma consequência do primeiro e consiste na falta de confiança que existe entre os brasileiros; o terceiro é a necessidade de desenvolver abordagens próprias ao Brasil, que correspondem às características profundas da cultura brasileira; o quarto diz respeito à disciplina, ela se torna a condição da superação dos três

primeiros obstáculos; o quinto se refere à necessidade de compartilhamento e o último obstáculo é o da burocracia

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realiza desde 2000 uma pesquisa anual com o objetivo de analisar o perfil empreendedor de cada país ao longo do mundo. Em 2017, no Brasil, a taxa total de empreendedorismo (TTE) foi de 36,4%, o que significa que a cada 100 brasileiros e brasileiras em idade adulta, 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora. Sendo que, dos empreendedores iniciais 59,4% são movidos por oportunidade, 39,9% por necessidade e 1,5% movidos por oportunidade e necessidade.

Em relação aos valores faturados pelos empreendedores brasileiros:

indicam um perfil considerável de empreendedorismo de subsistência, pois entre os negócios conduzidos tanto pelos empreendedores iniciais quanto pelos empreendedores estabelecidos, metade fatura em torno do equivalente a um salário mínimo por mês (aproximadamente R\$1.000,00), ou até R\$ 12.000,00 por ano. Um faturamento mais expressivo, acima de R\$ 5.000,00 por mês (ou R\$60.000,00 por ano) é alcançado por apenas 1% dos empreendedores iniciais e por 3,2% dos empreendedores estabelecidos. Apesar de um percentual diminuto, esse grupo de empreendedores, os que faturam mais de R\$5.000,00 por mês, em conjunto, respondem por mais de 100 bilhões de reais de faturamento anual. (GEM, 2017, p.16).

Por outro lado, são alarmantes os números de Mortalidade de empresas no Brasil. De acordo, com o IBGE, das 733,6 mil empresas criadas em 2010, somente 272,2 mil se mantiverem abertas em 2015, ou seja, cerca de 62,90% dessas empresas deixaram de funcionar no período de 5 anos. Relatório divulgado pelo Sebrae em 2018 indica que a cada 4 empresas abertas, 1 fecha antes de completar 2 anos de existência no mercado. (Revista Exame, 2018).

Estatísticas do Cadastro Central de empresas divulgadas em 2018 pelo IBGE expõem que no período compreendido entre 2013 e 2016 (período considerado como o ápice de nossa crise econômica), o Brasil teve 371,6 mil empresas fechadas. O comércio foi o setor mais afetado, com 262,3 mil empresas encerradas seguido pelo setor de transformação com 37,6 mil fechamentos. (Silveira, 2018).

Então, devido a popularidade desse tema, alguns estudos buscam entender as causas que levam ao precoce encerramento das atividades dessas empresas.

A GEM em 2016 ouviu os empreendedores quanto aos fatores limitantes para a abertura e a manutenção de novos negócios, cada empreendedor poderia preferir mais de um fator, 57,6% dos empreendedores ouvidos, consideraram a dificuldade de

acesso a recursos financeiros como fator preponderante, seguidos pela legislação e carga tributária de acordo com 44,8%.

Em 2016, o SEBRAE realizou uma nova pesquisa dessa vez com 2.006 empresas, criadas nos anos de 2011 e 2012 com o propósito de identificar os fatores que determinam a mortalidade das empresas. Verificou-se que a causa não deriva de um único fator, mas sim a combinação de vários destes. Os fatores que combinados possibilitam a mortalidade, são: Experiência no ramo, motivação para abrir o negócio, planejamento do negócio, gestão do negócio e capacitação dos donos em gestão empresarial.

Verifica-se que, entre as empresas que fecharam, há uma proporção maior de empresários que estavam desempregados antes de abrirem o negócio, que tinham pouca experiência no ramo, que abriram o negócio por necessidade e/ou exigência de cliente/fornecedor, que tiveram menos tempo para planejar o negócio, que não conseguiram negociar com fornecedores nem conseguiram empréstimos em bancos, que não aperfeiçoavam seus produtos/serviços, que não investiam na capacitação da mão de obra, que inovavam menos, que não faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, que não diferenciavam seus produtos e que não investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial. Por outro lado, entre as empresas que continuavam em atividade, havia uma menor proporção de desempregados e uma maior proporção de empresários com maior experiência no ramo, que abriram o negócio porque identificaram uma oportunidade e/ou que desejavam ter o próprio negócio, que tiveram mais tempo para planejar, que conseguiram negociar com fornecedores e obter empréstimos em bancos, que aperfeiçoavam seus produtos/serviços, que investiam na capacitação da mão de obra, que inovavam mais, que faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, que diferenciavam seus produtos em relação ao mercado e que investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial. (SEBRAE, 2016, P 75-76).

Tendo em vista os estudos apresentados, percebemos que não existe um fator específico para o encerramento das atividades de um negócio, entretanto é possível assimilar que esses fatores são interligados e dependem em grande parte da performance do empreendedor, pois o mesmo é responsável pelo desempenho da companhia e por conseguinte da sua eventual continuidade ou extinção.

3.3 - PASSOS PARA O CRESCIMENTO SAUDÁVEL DE UM NEGÓCIO

Após definido que o negócio será criado é hora do mesmo tomar forma e para isso é preciso planejar a forma de construção do projeto e verificar se o mesmo é viável, pois cada negócio envolve um tipo próprio de complexidade, que ainda poderá variar conforme o estilo de gestão, estrutura organizacional, objetos

estratégicos e do envolvimento do empreendedor no negócio. Entretanto, existe alguns passos que todo o negócio deve cumprir para o início de suas atividades, de forma a diminuir os riscos inerentes da criação do mesmo, potencializar as chances do mesmo vir a ser bem-sucedido e ainda alcançar um crescimento de forma saudável, que é o conhecido plano de negócio.

Chiavenato (2007, p. 132), entende que:

O plano de negócio - business plan - descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiro dos negócios propostos, geralmente, para os próximos três ou cinco anos. Seu preparo permite a análise da proposta e ajuda o futuro empreendedor a evitar uma trajetória decadente que o levará do entusiasmo à desilusão e ao fracasso.

O SEBRAE (2013, p. 13) define o plano de negócios como:

Documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado

O plano de negócios necessita compreender todos os aspectos internos e externos do negócio, além de envolver os passos iniciais e os de longo prazo, porquanto o plano deve ser feito para diminuir os riscos e incertezas, pois permite identificar e restringir os erros antes que aconteçam no mercado.

Segundo SEBRAE (2013), existem diversos tipos de modelos de planos de negócios, de forma, que na elaboração do plano para a abertura, o planejamento deverá constar, no mínimo:

- **Plano estratégico:** Definição da forma do negócio, qual será sua missão, visão, metas, valores e determinação dos objetivos estratégicos a médio e longo prazo.
- **Planejamento financeiro:** O planejamento financeiro permite ter uma noção exata da situação da companhia, o que é extremamente importante para a construção do negócio, pois permite visualizar a viabilidade do negócio, desde que feito de forma realista e dentro das possibilidades financeiras do empresário, faz com o que o negócio esteja mais preparado para superar os percalços que aparecerão. No planejamento deverá constar detalhes importantes, tais como, a definição do capital social, definição do investimento inicial, a fonte dos recursos financeiros, qual será o valor cobrado pelos serviços e/ou produtos que serão

oferecidos, previsão de vendas, as despesas para a manutenção das atividades, previsão das receitas, definição do regime de tributação e qual o fluxo de caixa da empresa, visto que, no início a empresa demorará para prospectar clientes, de forma, que o planejamento é essencial para a abertura e posterior continuidade do negócio, porque permite a tomada de decisões de forma estratégica, reduz o risco para abertura da empresa e o risco de futuro endividamento para o empreendedor.

- **Produtos/Serviços a serem ofertados:** deverá ser feita uma análise em relação as características dos produtos/serviços ofertados, de como os produtos/serviços podem criar valor para o cliente e quais os diferenciais ou desvantagens em relação aos seus concorrentes.
- **Definição do público alvo:** Outro ponto que deve fazer parte do plano será a definição do público alvo de seu produto/serviço, o que exigirá uma ampla análise de mercado por parte do empreendedor. Será necessário analisar o cliente e suas características para determinar de acordo com o serviço ou produto ofertado qual categoria está mais familiarizada ou demonstra ter mais interesse no que será oferecido. Para isso, é imprescindível que o empresário identifique seu público alvo avaliando algumas características variáveis, como faixa etária, religião, classe social, dentre outros fatores e quais são as necessidades que precisarão ser satisfeitas, para definir a estratégia que será aplicada na condução do público alvo.
- **Forma de captação de clientes:** Os clientes são um dos principais termômetros do sucesso ou do fracasso de um negócio, de modo que o negócio deve estar voltado para satisfazer o cliente. Uma das principais preocupações de quem pretende abrir um negócio é a forma como ele irá captar e reter esses clientes, se esses meios irão se utilizar do marketing tradicional ou de outros meios criativos, um método que é muito importante para atrair clientes em uma empresa que não possui recursos para investir em marketing é através das mídias sociais, pois permite uma maior proximidade e maior capacidade de feedbacks espontâneos sobre o produto ou do serviço prestado, além de possibilitar angariar novos clientes, ou seja, se a sua empresa presta um bom serviço ou vende um bom

produto, de forma, que o cliente elogie publicamente os seus serviços/produtos poderá atrair novos potenciais clientes.

Logo, uma boa capacidade de comunicação com os seus consumidores aumenta a chance do seu negócio vir a ter um crescimento sustentável.

- **Processo operacional:** planejamento de como os produtos serão produzidos e/ou vendidos, de como será recrutada a mão de obra, quais os equipamentos necessários para a produção, escolha dos fornecedores para fornecimento de matéria prima ou mercadorias, definição de qual será a capacidade de produção, organização do processo produtivo e de como será a logística para escoamento dessa produção.
- **Escolha do local para atuação:** A definição de um bom lugar para atuação é essencial para a abertura e a posterior continuidade de um negócio. Todos os detalhes devem ser observados, como por exemplo, se o modelo de negócio escolhido for um comércio, se a rua onde ficará o mesmo é bem movimentada, se há facilidade de acesso aos meios de transporte, pois o constante fluxo de pessoas trará novos potenciais clientes em contato com sua marca que poderão desfrutar de seus produtos ou serviços, se há um local com espaço e ventilação adequado para guardar produtos e materiais, se há potenciais concorrentes, se a região escolhida é próxima as pessoas com potencial e disposição para adquirir seus produtos e serviços e caso o foco do negócio seja a fabricação de produtos, se o local permite o rápido escoamento da produção. Se esse local será alugado ou comprado, também deve ser estudado antes da abertura, pois esse fator é importante no fluxo de caixa e para o futuro da organização, uma vez que, muitos negócios encerraram suas atividades, pois o aumento brusco de aluguel os inviabilizou financeiramente.

Assim sendo, a localização é essencial para o sucesso do negócio, pois, possibilita fácil acesso para os clientes e interessados nos seus serviços, além de permitir a rápida chegada de produto e insumos, de forma que, o local escolhido deve atender a totalidade ou a maior parte dessas exigências.

3.3.1 - ANÁLISE DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS

A análise do ambiente de negócios é o processo de identificação no ambiente organizacional das oportunidades, ameaças, forças e fraquezas que podem vir a influenciar na atuação da empresa, no cumprimento de suas metas e objetivos tornando-a mais eficiente e competitiva. O ambiente organizacional é composto pelo ambiente interno e pelo ambiente externo.

O ambiente interno é o ambiente onde a empresa exerce total controle. Nele estão inseridas as forças, que são os atributos positivos ou qualidades da empresa que representam uma vantagem sobre a concorrência e que se potencializados podem interferir positivamente no seu desempenho e as fraquezas, que são as características negativas ou falhas que se não eliminadas ou controladas podem prejudicar o desenvolvimento da mesma.

Já no ambiente externo (micro e macroambiente) estão inseridos os fatores aonde a empresa não possui controle, como por exemplo, os aspectos econômicos, fatores culturais, leis, normas, fornecedores, concorrentes, dentre outros. No ambiente externo envolve as oportunidades, que são conjunturas externas, atuais ou futuras, que se aproveitadas podem influenciar no alcance dos objetivos e no crescimento da empresa e as ameaças, que são situações externas, atuais ou futuras, que se não contornadas podem afetar negativamente o desenvolvimento da empresa.

Figura 1- O ambiente e seus componentes



Para realizar a análise do ambiente uma das principais ferramentas disponíveis é a matriz SWOT ou FOFA para os brasileiros. A sigla é formada pelas iniciais das palavras *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* e *Threats*, que traduzidas significam respectivamente: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Por meio desse esquema, é possível representar graficamente os fatores que devem ser observados pela empresa (DANTAS e MELO, 2008).

De acordo com Dornelas (2008), para se realizar uma apropriada análise do ambiente, é necessário seguir os seguintes passos:

1. Delibere sobre suas forças;
2. Liste as oportunidades;
3. Pesquise sobre suas fraquezas;
4. Especifique as ameaças;
5. Escreva os dados nos espaços adequados no diagrama da análise SWOT;
6. Determinar as forças que podem potencializar as oportunidades e as que podem combater as ameaças e, ainda, as fraquezas que podem prejudicar as situações e as que podem potencializar as ameaças.

Figura 2 - Exemplo de análise SWOT preenchida

Forças empresariais	Fraquezas empresariais
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente organização interna da empresa • Atendimento impecável ao cliente • Alta qualidade do produto/serviço • Custos operacionais baixos • Conhecimento do mercado • Conhecimento e experiência do empreendedor • Criatividade e inovação da empresa • Capacidade financeira da empresa • Talentos e competências dos funcionários • Capacidade para oferecer crédito aos clientes • Máquinas, equipamentos e tecnologia adequados 	<ul style="list-style-type: none"> • Pessoal com pouco treinamento e qualificação • Gerenciamento precário • Endividamento exagerado da empresa • Imagem precária no mercado • Falta de fornecedores adequados • Infidelidade dos clientes • Pouco conhecimento do mercado • Falta de experiência do empreendedor • Dificuldade de competir com os concorrentes • Máquinas, equipamentos e tecnologia inadequados • Capital insuficiente
Oportunidades ambientais	Ameaças ambientais
<ul style="list-style-type: none"> • Economia nacional e global em crescimento • Ambiente político e econômico satisfatório • Aumento da renda per capita da população • Desenvolvimento econômico e social • Nova tecnologia revolucionária a ser usada • Aumento das oportunidades de exportação • Facilidades governamentais para novos negócios • Redução dos impostos • Oferta de créditos e financiamentos oficiais • Incentivo do governo à pequena e média empresa • Aumento do poder aquisitivo da população • Necessidade de produtos/serviços 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da inflação e do desemprego • Dificuldade de obter crédito e financiamento • Juros elevados e câmbio instável • Entrada de novos concorrentes • Mercado consumidor em baixa • Maior importação de produtos estrangeiros • Aumento de impostos sobre as empresas • Aumento de impostos sobre pessoas físicas • Perda do poder aquisitivo dos clientes • Substituição de produtos/serviços por outros • Saturação do mercado • Economia nacional e global em queda

Fonte: Adaptação de CHIAVENATO (2007)

Um dos maiores benefícios da análise do ambiente de negócios é o de que ele possibilita aos empreendedores maior conhecimento sobre o negócio e sobre o mercado de atuação, com isto, esse estudo possibilita o desenvolvimento de estratégias mais realistas e detalhistas em vista a atingir o objetivo desejado pela empresa.

Após a estruturação da análise do ambiente no qual a companhia está inserida, é preciso identificar as possíveis soluções para cada ponto, a fim de trazer reais vantagens para a empresa. Complementar a isso, deve ser elaborado um plano com medidas a serem tomadas com o objetivo de potencializar as forças e tirar maior proveito das oportunidades, também seria interessante a elaboração de um plano visando a eliminação de falhas que podem representar riscos para o negócio.

Em virtude dos fatos mencionados, percebemos que a análise do ambiente de negócios exerce influência direta no desenvolvimento da companhia, pois possibilita que a mesma identifique as melhores oportunidades de crescimento e de como explorar as suas forças, ao mesmo tempo que, permite conhecer e diminuir suas fraquezas e como suprimir suas ameaças, pois só assim sobreviverão, caso contrário serão facilmente superadas por seus concorrentes.

3.3.2 - A IMPORTÂNCIA DA EXPERIÊNCIA E CONHECIMENTO DE GESTÃO

Iniciar um negócio sobre um determinado mercado, no qual você já tenha alguma experiência prévia pode garantir uma chance maior de sobrevivência para o seu negócio.

Segundo o estudo sobre sobrevivência das empresas feito pelo SEBRAE (2016, p. 53),

“entre as empresas que continuavam em atividade, havia uma menor proporção de desempregados e uma maior proporção de empresários com maior experiência no ramo, que abriram o negócio porque identificaram uma oportunidade e/ou que desejavam ter o próprio negócio, que tiveram mais tempo para planejar, que conseguiram negociar com fornecedores e obter empréstimos em bancos, que aperfeiçoavam seus produtos/serviços, que investiam na capacitação da mão-de-obra, que inovavam mais, que faziam o acompanhamento rigoroso de receitas e despesas, que diferenciavam seus produtos em relação ao mercado e que investiam na sua própria capacitação em gestão empresarial.”.

Isso se deve, pois o empreendedor terá alguns conhecimentos referentes ao ramo de atuação, dos produtos/serviços que serão ofertados, das primeiras medidas a serem tomadas para a constituição do negócio, além de uma melhor noção sobre alguns dos percalços que poderão aparecer e quais medidas tomar para contornar esses casos, de modo que sua experiência profissional pode ser muita benéfica para o desenvolvimento do negócio.

Além da experiência, é importante a capacidade de gestão empresarial, pois a mesma busca ações e estratégias, gerenciamento de processos e de algumas atitudes em busca da eficácia empresarial com foco nos alcances de resultados e no crescimento do empreendimento.

Conseguir administrar todas as atividades que envolvem um negócio podem trazer dificuldades para o empreendedor principalmente para o inexperiente, pois será preciso gerenciar e controlar todas as atividades desde operacionais até as

financeiras do estabelecimento. Uma boa capacidade de gestão é imprescindível para o sucesso da organização, pois é necessário exercer com eficiência todas as partes do negócio (recursos humanos, produção, finanças, vendas, marketing, dentre outros).

Uma das principais atividades de gestão empresarial é o gerenciamento de vendas que envolve planejar, gerir funcionários, gerir recursos e execução de ações de marketing, tendo em vista, que a principal função de todo negócio é a de satisfazer o cliente, e sem isso nenhum negócio terá continuidade. Para isso, o empresário deve criar metas e estratégias possíveis de serem alcançadas, estar atualizado com o que vem sendo praticado pelo mercado e sobretudo ser capaz de organizar equipes e delegar funções.

Outra importante atividade de gestão empresarial é o gerenciamento dos recursos humanos, que consiste em alinhar os objetivos e motivações dos funcionários com os da organização, de modo que colabore para o crescimento da organização e das pessoas envolvidas.

Segundo Chiavenato (2010, p.162), "Gerenciar equipes é uma das tarefas mais importantes para o empreendedor, principalmente porque cada pessoa é única, com sua individualidade, sua personalidade, sua história e suas experiências, assim como seus objetos pessoais, suas habilidades etc."

Então, a falta de experiência e de conhecimento em gestão podem ser fatores proeminentes para a continuidade do negócio, pois o mercado muda constantemente, contudo, o empreendedor inexperiente pode buscar a evolução do seu conhecimento gerencial, mas para isso precisará ir atrás de instituições de auxílio ao empreendedor, cursos, dicas e profissionais capacitados que possam o auxilia-lo, pois sem isso o negócio tende a ficar atrás de seus concorrentes e por consequência tende ao fracasso, visto que, toda organização passa por constantes mudanças e evoluções ao longo do tempo.

3.3.3 - AS FERRAMENTAS CONTÁBEIS IMPRESCINDÍVEIS PARA O CONTROLE E A VIABILIDADE FINANCEIRA DE UM NEGÓCIO

Atualmente, as mudanças no cenário econômico internacional vêm provocando diversas mudanças para as organizações, de modo, que elas precisam adequar suas práticas de gestão para estarem de acordo com a nova realidade de mercado, com isso as ferramentas contábeis acabam por exercer funções

primordiais para o desenvolvimento dessas organizações, sendo partes importantes para o funcionamento e gerenciamento de diversos setores (financeiro, produção, recursos humanos, comercial etc.), em vista de reduzir potenciais riscos de ordem contábil, trabalhista, fiscal, além disso colhe informações relevantes no auxílio para tomada de decisões em relação a custos, investimentos e despesas e por consequência, contribuindo com a redução da mortalidade dessas empresas.

Algumas dessas ferramentas quando executadas por pessoas capacitadas são práticas e simples de serem manuseadas e por serem de fácil compreensão são um importante instrumento de apoio a gestão de qualquer negócio. Para Vasconcelos (2012), entre as ferramentas contábeis, se destacam:

- **Payback:** que é o tempo de retorno do capital investido com base nos fluxos líquidos de caixa gerados pelo investimento. A utilidade dessa ferramenta é que além de mensurar o tempo para retorno do capital investido, também serve para auxiliar na mensuração do risco de abertura do empreendimento.
- **Fluxo de caixa:** o fluxo de caixa permite verificar se a empresa está em equilíbrio financeiro, que é quando os ingressos de recursos são maiores ou iguais as saídas financeiras. A elaboração do fluxo permite aos tomadores de decisão uma melhor visualização dos ingressos e desembolsos de caixa da companhia sobre determinado período, de modo, que com o conhecimento das variáveis do fluxo financeiro, possibilite a construção de estratégias para melhor administrar os recursos financeiros da organização.
- **Análise das demonstrações contábeis:** Permite a empresa avaliar o seu desempenho econômico-financeiro, suas potencialidades e limitações. A análise das demonstrações auxilia a encontrar os pontos fortes e fracos do processo financeiro e operacional da companhia, de forma, a ser criada uma visão estratégica para o alcance dos objetivos traçados. O acompanhamento periódico dos indicadores permite uma visão real das operações e do patrimônio empresarial, e caso necessário das medidas a serem tomadas para a correção dos rumos do negócio. Os principais métodos de análise das demonstrações financeiras utilizados são: análise horizontal e vertical, análise dos indicadores econômico-financeiros e análise da taxa de retorno sobre investimentos.

- **Controle de estoques:** Essa ferramenta permite controlar as entradas e saídas de produtos na empresa, a sua quantidade, tempo de rodagem dos produtos no estoque, conhecer quais são os bens que são vendidos em maior volume ou que trazem maior rentabilidade e por outro lado, o controle de estoque permite verificar os produtos que tem pouca saída, de modo, a empresa possa avaliar sua continuidade na linha de produção/vendas ou estratégias para impulsionar as vendas para esses produtos.
- **Margem de contribuição por produto:** Essa ferramenta trata da diferença entre o preço de venda dos custos e despesas variáveis, de modo que, quanto maior a margem de contribuição mais aquele produto contribui para o lucro operacional. A margem de contribuição fornece informações sobre a estratégia de preços adotada, do montante a ser vendido pela empresa para cobrir seus custos fixos e contribuir para a formação do lucro e para decidir sobre qual linha de produção deverá ser ampliada ou extinta.
- **Controle de contas a pagar e a receber:** Auxilia a controlar tanto os valores recebidos quanto as obrigações presentes, de modo a gerar informações para o fluxo de caixa, identificar a necessidade capital de giro, prazo médio do recebimento de clientes, clientes inadimplentes, vencimento de compromissos e identificar a necessidade renegociação de prazos com fornecedores dependendo da situação, a fim de, evitar que a empresa arque com encargos financeiros pela sua falta de planejamento ou controle.

Cabe ressaltar que essas ferramentas se tornam aplicáveis graças as informações fornecidas e pela atuação do contador que faz a ponte entre as informações e a análise desses dados, e que apesar da mudanças ocorridas na perspectiva da contabilidade, alguns empresários, especialmente os de pequeno porte, ainda mantêm a visão que o contador está ali somente para atender o fisco, desconsiderando a importância do trabalho do contador, cuja principal função é a de auxiliar no tratamento das informações essenciais para a tomada de decisão e no processo de gestão, planejamento, execução e controle, pois a capacidade do contador de analisar os fatos passados, reconhecer os fatos presentes e estudar os

eventos futuros podem ser ferramentas determinantes para o sucesso de qualquer negócio.

Nascimento (2011, p.46) complementa que,

“Hoje o contador se tornou um colaborador fundamental para a empresa, pois o mesmo trabalha diariamente com o gestor da organização, fornecendo subsídios para que esse possa ter informações que levem a uma melhor gestão, auxiliando então todas as áreas da empresa”.

Essa capacidade do profissional contábil de se adaptar a diversas situações, o torna indicado para auxiliar os novos empreendedores com as dúvidas que surgem durante o processo de abertura do novo negócio, se tornando conselheiro na gestão, implementação da organização.

Dado o exposto, as ferramentas contábeis são vitais para o controle e a viabilidade de qualquer negócio, pois essas empresas estão inseridas em um ambiente competitivo e repleto de incertezas, de forma, que as informações geradas por essas ferramentas assessoram os gestores a tomarem melhores decisões, em vista de, reduzir custos operacionais e aprimorar a qualidade das operações.

3.4 - A CRISE QUE ASSOLA A CIDADE DO RIO DE JANEIRO E OS RISCOS PARA O EMPREENDEDOR

A dependência excessiva dos royalties do petróleo, a recessão nacional somadas a má gestão dos recursos públicos levaram o estado do Rio de Janeiro a uma das maiores crises econômicas de sua história. As consequências dessa crise atingiram toda a população fluminense, como no aumento no número de pessoas desempregadas, funcionários terceirizados, servidores públicos e aposentados sem receber seus salários, negócios fechando suas portas e na precariedade para a execução dos serviços públicos.

A crise se inicia, quando o estado do Rio principal e maior produtor de petróleo do país vê sua arrecadação com os royalties do petróleo despencar de R\$ 12 bilhões em 2013 para cerca de R\$ 4 bilhões em 2016, devido à queda do preço da commodity perante ao mercado internacional com o barril chegando a ser comercializado abaixo dos US\$ 30. Além disso, os escândalos de corrupção que acometeram a Petrobras e outras empresas do ramo petrolífero, fez com que se reduzissem os investimentos na extração e de outras atividades relacionadas ao

petróleo em cidades como Macaé, Campos dos Goytacazes, Quissamã e Rio das Ostras (BRASIL,2016).

A crise nacional que afetou o consumo e a produção industrial também contribuiu para queda da arrecadação do estado, de forma, que a arrecadação estadual passa de 82,5 bilhões de reais em 2014 para 67,7 bilhões em 2016, uma redução de aproximadamente 18%.

Outro ponto que ajuda a explicar como o Rio chegou nesse estágio de crise foi a péssima gestão dos recursos públicos se baseando principalmente no crescimento da arrecadação pelo aumento dos royalties do petróleo pela descoberta do pré-sal. O estado sediou grandes eventos como os jogos pan-americanos de 2007, a copa do mundo em 2014 e os jogos olímpicos em 2016, o que demandou investimentos por parte do Estado em infraestrutura e na construção de estádios e equipamentos esportivos, somente para a realização da copa do mundo no estado os gastos chegaram a 3,4 bilhões de reais, sendo que desses 1,2 bilhões foram utilizados para a reforma do estádio do Maracanã, já para a realização dos jogos olímpicos as despesas ultrapassaram os 41 bilhões de reais (FILIPO, 2017; CASTRO ET AL, 2015).

A esperança era que esses grandes eventos transformassem o estado em um local de prosperidade e desenvolvimento. Entretanto isso não ocorre, a especulação imobiliária toma do estado, principalmente da capital fluminense, pessoas são desapropriadas de suas residências para construção de equipamentos esportivos e alojamentos. Os preços do imóveis para compra e venda dispararam, pessoas precisaram ser mudar para locais mais distantes de seus locais de trabalho e da região metropolitana, pois não conseguem arcar com os novos valores do aluguel , o mesmo vem a ocorrer com alguns pontos comerciais que tiveram que se mudar para locais com o aluguel mais em conta, por não aceitar o valor cobrado na proposta de renovação ou aceitam a proposta e depois vem a fechar o negócio em definitivo, por não conseguir manter a rentabilidade anterior após o aumento do aluguel, inviabilizando sua continuidade (CASTRO ET AL, 2015).

Ainda convém lembrar, que o estado ampliou seus gastos permanentes com o funcionalismo público acreditando que o desempenho da arrecadação pública continuaria em crescimento, impulsionados principalmente pelos royalties do petróleo. As despesas com o pagamento dos servidores, aposentados e pensionistas passam de 17,2 bilhões de reais em 2010 para 37 bilhões em 2016. De

acordo com estudo divulgado pelo Tesouro Nacional, em 2017, os gastos com o pagamento das remunerações dos servidores ativos, inativos e pensionistas chegou a 65% da receita corrente líquida, acima do limite de 49% determinado pela Lei de Responsabilidade fiscal (Martello,2018). O crescimento desordenado dessa despesa reduz a capacidade financeira do estado de quitar suas dívidas, de realizar novos investimentos, de manter em ordem o funcionamento dos serviços públicos e até a de manter em dia suas obrigações com os servidores e aposentados.

Em consequência desses eventos, o estado do Rio entra em uma crise econômica nunca vista. De 2015 até os meados de 2018 os atrasos para o pagamento da folha de todo o funcionalismo público, aposentados e pensionistas se tornam constantes, os parcelamentos de salários se tornam rotina e meses de atraso chegam a se acumular, sobretudo para os inativos, para se ter noção do caos vivido pelos servidores estaduais, em Dezembro de 2017 o estado quitou o 13º salário de 2016 e o salário de Outubro de 2017 que estavam pendentes para a maior parte dos servidores. (JORNAL EXTRA, 2017).

A situação do pagamento dos salários começa a se normalizar no fim de 2017, após o acordo de recuperação fiscal que suspende por 3 anos o pagamento da dívida pública do Estado perante ao Governo Federal, permite a tomada de empréstimos, junto a banco públicos e privados, mas que exige que o estado tome medidas para a contenção de gastos. Entretanto, a normalização não acabou com o impacto dos atrasos sobre os servidores e aposentados, visto que, a maioria teve que reduzir suas despesas somente para o essencial, muitos tiveram que atrasar o pagamento de suas contas, alguns foram despejados de suas residências, adquiriram empréstimos com parentes, empréstimos bancários ou ficaram com o nome “sujo”, enquanto aguardavam a resolução do problema por parte do Estado.

Com o fim dos grandes eventos, a redução dos investimentos na extração de petróleo somada a crise nacional levou ao Rio de Janeiro ao segundo lugar no ranking dos estados com o maior número de pessoas desempregadas. De acordo com o IBGE (2018), em 2014, o número de desempregados no Rio era de 494 mil pessoas e passa para 1,2 milhão de pessoas em 2017, o que representa cerca de 15% da população economicamente ativa.

De acordo com Oliveira, Barbosa e Jannuzzi (2017, p.17), “o aumento do desemprego foi acompanhado ainda pela redução da massa salarial dos empregados, que chegou ao final de 2016 ao patamar de quatro anos atrás”.

Complementa o boletim de mercado de trabalho da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), que o setor industrial e de serviços foram responsáveis por 90% dos postos de trabalho que foram fechados no estado do Rio entre Março de 2016 a Março de 2017.

A recessão econômica reflete no setor comercial e industrial como um todo. Em 2017, em todo o estado foram fechadas cerca de 21.139 empresas, um aumento de 26,5% em relação a 2016. A falta de segurança, o aumento do comércio informal, a diminuição do consumo relacionada ao desemprego e os atrasos no pagamento do funcionalismo público foram as principais causas apontadas para o fechamento, na opinião dos empresários ouvidos pelo Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro. (G1,2018)

Para quem deseja empreender, o cenário de crise demanda alguns cuidados extras para a montagem do negócio, o acesso a crédito fica mais restrito, as pessoas ficam menos dispostas a gastar pelo desemprego ou por medo de ficarem desempregadas e com o desemprego em alta há um aumento no número de pessoas trabalhando por conta própria que poderão ser seus concorrentes. Portanto, esses riscos precisam ser levados em conta para o planejamento do negócio

Por outro lado, empreender em um contexto de crise econômica poderá trazer algumas vantagens competitivas, as empresas criadas durante a crise, já nascem adaptadas a esse contexto, porque foram planejadas nesse cenário, nascem com uma capacidade maior de reação e inovação, algo que a maioria das empresas no mercado não têm. Também, no momento de crise há mais pessoas capacitadas a procura de trabalho, de forma, que será mais fácil e barato montar uma equipe capacitada que contribuirá com o crescimento do negócio através da sua experiência profissional.

Pela observação dos aspectos analisados, o Rio de Janeiro vive uma das maiores crises de sua história, entretanto isso não deve ser um obstáculo para o empreendedor, visto que, empreender por si só, já é uma atividade desafiadora, e que em momentos de crise demandará um pouco mais de cautela e capacidade de inovação e gerenciamento do empreendedor para superar as adversidades que surgirem, de forma, que apenas as organizações mais estruturadas tendem a sobreviver.

4 METODOLOGIA

Este trabalho se caracteriza quanto aos objetivos como descritiva, quanto aos procedimentos como levantamento e de abordagem quantitativa.

Segundo Gil (2008, p. 28) a pesquisa descritiva é aquela que tem como “objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Em relação aos procedimentos ela se caracteriza como de levantamento, porque “caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer” (GIL, 2008, p. 42).

E quanto a abordagem a pesquisa é classificada como quantitativa, pois usa-se o emprego da quantificação na coleta dos dados e no tratamento deles, através de tratamentos estatísticos. (Beuren, 2013).

Para atingir o objetivo ao qual este trabalho se propõe, foi adotada a estratégia baseada na aplicação de questionários estruturados, nos quais foram enviados aos alunos de graduação matriculados no curso de ciências contábeis na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) por intermédio da internet. A pesquisa foi aplicada no período compreendido entre a segunda quinzena de Novembro de 2018 a Dezembro de 2018 e no mês de Junho de 2019, obtendo ao todo 82 respostas.

O questionário foi dividido em três partes, sendo elas: Parte 1 - Perfil do respondente, parte 2 – Percepção das dificuldades analisadas e por fim parte 3 – Opinião sobre as dificuldades enfrentadas para a abertura de novos negócios em momentos de crise econômica.

A primeira parte buscou obter dados quanto ao perfil dos alunos matriculados na UFRJ. Esta etapa contém cinco questões, as quais tratam sobre gênero, faixa etária, campus de estudo, o período cursado e se a mesma desempenha alguma atividade remunerada.

A segunda parte conteve 5 questões com uma breve descrição das dificuldades analisadas e solicitou que os alunos expressem sua percepção de relevância em relação ao indicador, através da escala de *likert* de 5 pontos: (1) discordo totalmente, (2) discordo, (3) não concordo nem discordo, (4) de acordo, (5) totalmente de acordo.

A terceira e última do questionário conteve 3 questões estruturadas, que perguntava aos estudantes a importância das ferramentas contábeis para sustentabilidade do negócio, dos riscos de se abrir um negócio num momento de crise econômica e quais fatores demandariam maior atenção na opinião dos estudantes caso os mesmos decidissem constituir um negócio.

Os dados foram analisados de forma descritiva com a utilização do *Software* Formulários Google e tabulados em planilhas do software *Microsoft office 2013*, que permite traçar conjecturas utilizando análises estatísticas.

4.1 - QUESTÕES DE PESQUISA

A presente pesquisa buscou responder ao seguinte problema: Quais são as Principais dificuldades percebidas pelos discentes em ciências contábeis matriculados na UFRJ para se abrir um novo negócio em um momento de crise econômica?

5 A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UFRJ SOBRE EMPREENDER NO RIO DE JANEIRO

Neste item, são divulgadas as informações obtidas a partir da análise dos dados, de acordo com cada uma das circunstâncias investigadas na presente pesquisa. As respostas do questionário foram distribuídas em três categorias: perfil do discente participante, percepção de relevância em relação as dificuldades analisadas e dos riscos de se abrir um negócio num momento de crise econômica.

5.1 - PERFIL DO DISCENTE PARTICIPANTE

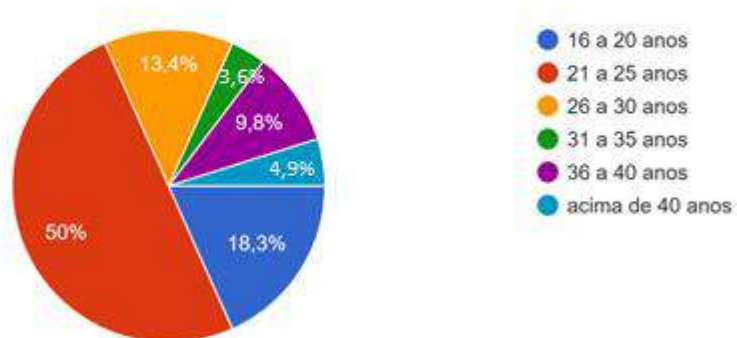
Nesse tópico será feita uma breve apresentação do perfil dos discentes matriculados na UFRJ que participaram dessa pesquisa. O estudo inicia com a apresentação da faixa etária, seguido pelo gênero, campus de estudo, período cursado e por fim, se o participante desempenha alguma atividade remunerada.

i) Faixa etária dos discentes participantes

Em relação a faixa etária dos entrevistados (gráfico 1), a maioria tem entre 21 a 25 anos representados por 50% da população ouvida. Em seguida aparecem com 18,3% as pessoas entre 16 a 20 anos, em terceiro lugar com 13,4% encontram-se os estudantes entre 26 a 30 anos, logo depois estão os na faixa etária entre 36 a 40 anos com 9,8%, seguido dos que estão acima dos 40 anos com 4,9%, e por último identificou-se aqueles que estão na faixa etária entre 31 a 35 anos de idade, com apenas 3,6% do total.

Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados

Faixa etária



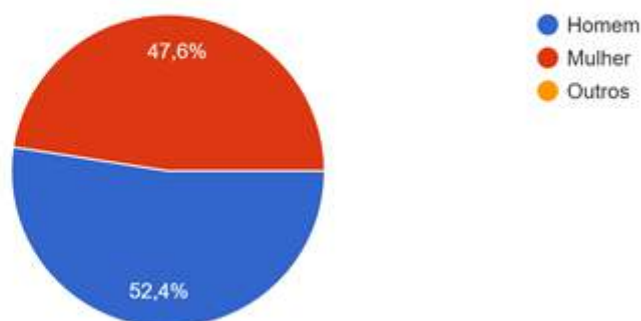
Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

ii) Gênero dos participantes

Entre os participantes da pesquisa, verificou-se que 52,4% pertencem ao gênero masculino e 47,6% ao gênero feminino, como mostra o gráfico 2.

Gráfico 2 - Gênero dos participantes

Gênero



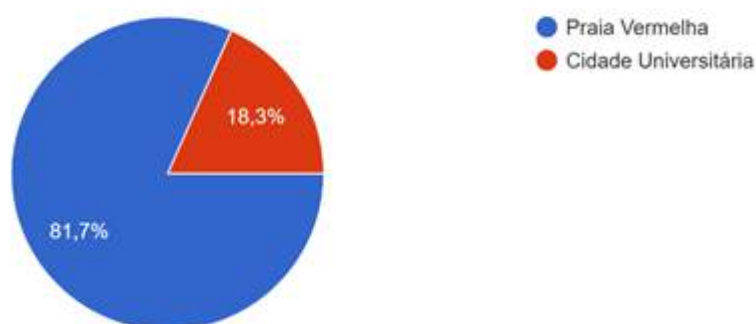
Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

iii) Campus de estudo

Entre os que fizeram parte dessa pesquisa, há uma predominância de pessoas que estudam no campus da Praia Vermelha com 81,7% contra 18,3 % daqueles que estudam na Cidade Universitária localizada na Ilha do Fundão.

Gráfico 3 - Campus de estudo

Campus de estudo



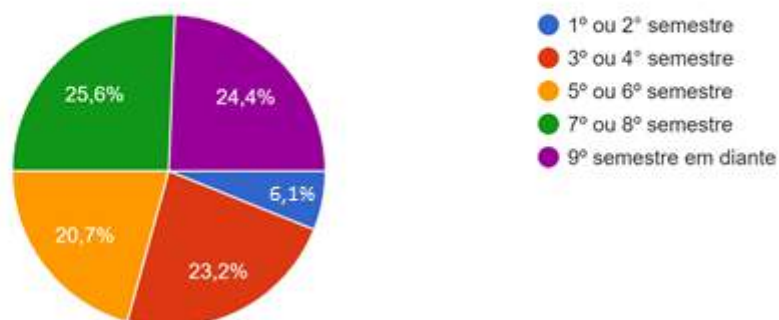
Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

iv) Semestre cursado

Em relação ao período cursado pelos entrevistados, existe um certo equilíbrio de forma que o maior grupo é formado pelos estudantes entre o 7° e o 8° semestre com 25,6%. A seguir aparece com 24,4% os estudante que cursam do 9° período em diante, em terceiro lugar com 23,2% encontram-se os que estão entre o 3° e 4° período, logo após com 20,7% estão os alunos que fazem entre o 5° e 6° semestre, e por último identificou-se aqueles que estão cursando entre o 1° e 2 período, com apenas 6,1% do total.

Gráfico 4 - Semestre cursado pelo discente

Semestre cursado



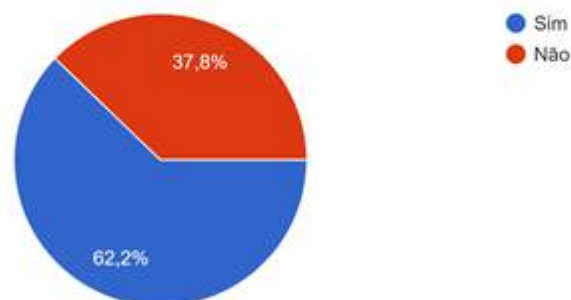
Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

v) Semestre cursado

E encerrando a análise do perfil do respondente, foi indagado se o participante exercia alguma atividade remunerada. Dos participantes 62,2% responderam que exerciam alguma função remunerada, enquanto 37,8% dos participantes afirmaram que não exerciam nenhuma atividade.

Gráfico 5 - Desempenho de atividade remunerada

Neste momento, você desempenha alguma atividade remunerada ou estágio?



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

5.2 - PERCEPÇÃO DE RELEVÂNCIA EM RELAÇÃO AS DIFICULDADES ANALISADAS

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos no julgamento dos discentes em relação a importância dos pontos analisados, para isso solicitou que nas cinco questões a seguir, os alunos expressassem sua percepção de relevância em relação ao indicador, através da escala de *likert* de 5 pontos: (1) discordo totalmente, (2) discordo, (3) não concordo nem discordo, (4) de acordo, (5) totalmente de acordo. Entre os temas abordados nessas questões estão: Experiências anteriores do empreendedor, capacidade de angariar e reter novos clientes, definição de local para atuação, importância do planejamento financeiro e capacidade de gestão empresarial.

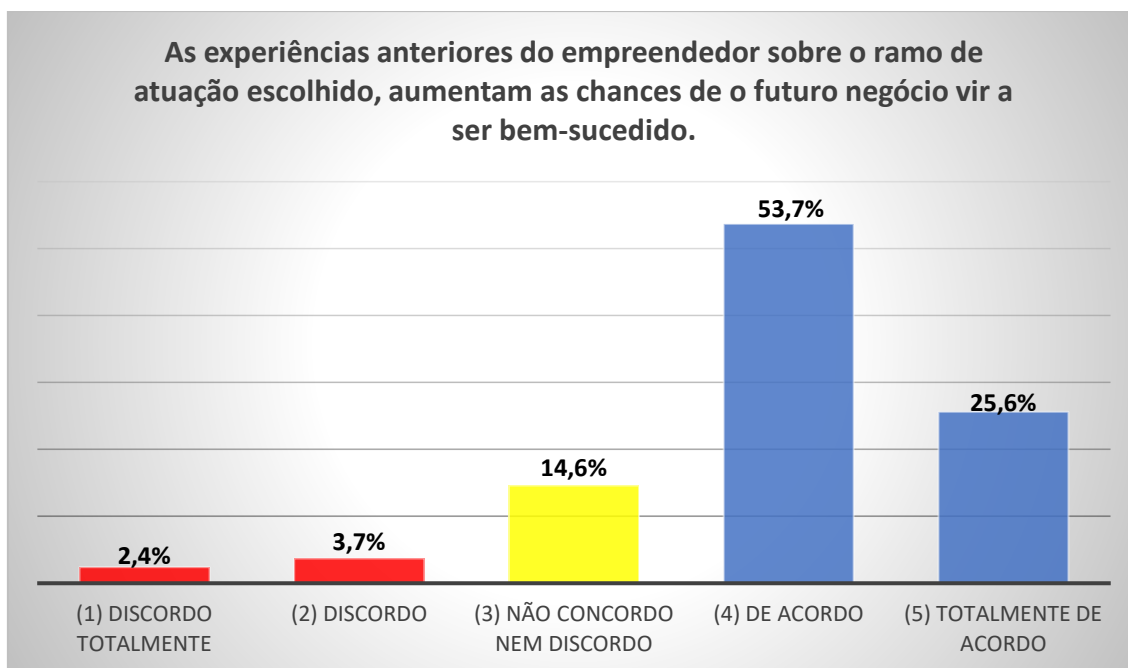
5.2.1 - EXPERIÊNCIAS ANTERIORES DO EMPREENDEDOR

Para Bernardes e Miranda (2011), muitos empreendedores quando decidem abrir um negócio não fazem ideia de como uma empresa funciona, ainda tem que lidar com situações e tomar decisões que até então não faziam parte do seu conhecimento. Logo, é extremamente necessário ter o mínimo de experiência sobre o negócio escolhido.

Dessa forma, a primeira questão buscou verificar, se os acadêmicos concordam que as experiências anteriores do empreendedor no ramo de atuação escolhido são importantes para o futuro sucesso do negócio.

Nesse quesito, 79,3% dos participantes concordam com essa afirmação, enquanto para 14,6% essa questão é indiferente e 6,1% não concordam com a afirmação. O que comprova que no entendimento dos estudantes, as experiências adquiridas pelo empreendedor no ramo de atuação podem ser importantes para o sucesso do negócio.

Gráfico 6 - A importância da experiência prévia sobre o ramo de atuação



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

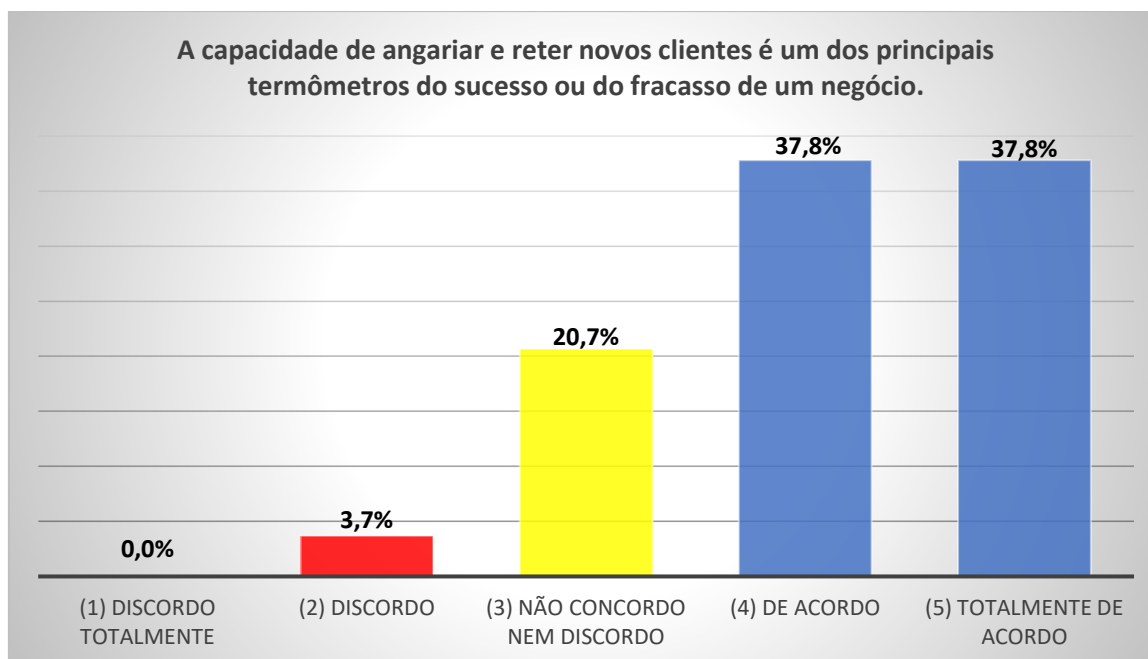
5.2.2 - CAPACIDADE DE ANGARIAR E RETER NOVOS CLIENTES

Segundo Alexandrini et. al. (2010), as empresas têm buscado utilizar o marketing para manter a sobrevivência de seus negócios. Desse modo, tem se tornado importante conseguir a satisfação de seus clientes, assim como também a fidelização e a retenção do mesmo.

Dessa forma, o próximo questionamento buscou saber a opinião dos acadêmicos, em relação a capacidade de angariar e reter novos clientes, se é um indicador do sucesso ou fracasso de um negócio.

Nesse ponto, 75,6% concordam que a capacidade de angariar e reter clientes é um medidor do sucesso ou fracasso de um negócio, enquanto para 20,7% dos participantes essa tese é indiferente e 3,7% discordam dessa afirmação. Logo, para a maior parte dos discentes ouvidos, a competência de se obter e manter novos clientes é um termômetro para verificarmos o sucesso ou fracasso de um negócio.

Gráfico 7 - A capacidade de angariar e reter novos clientes



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

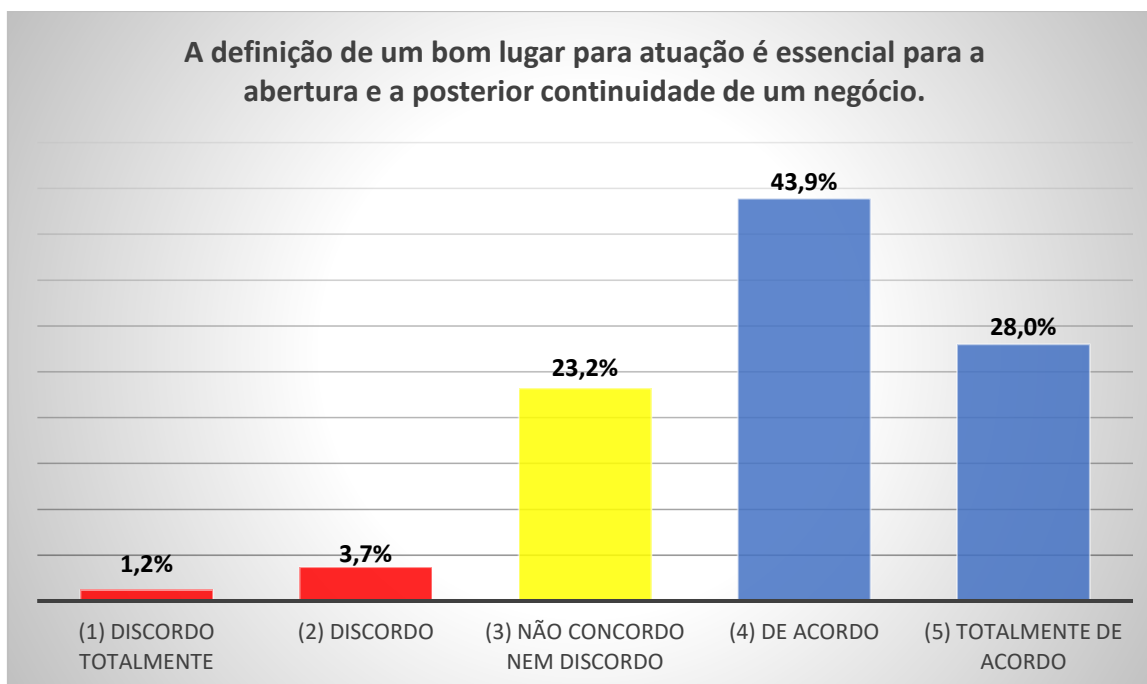
5.2.3 - DEFINIÇÃO DE LOCAL PARA ATUAÇÃO

A terceira pergunta desse tópico quis saber dos entrevistados, se a escolha do local para atuação é essencial para a abertura e na posterior continuidade de um negócio.

Nesse quesito, ao todo 71,9% dos participantes concordam com essa afirmação, já para 23,2% é indiferente a definição do local e 4,9% dos entrevistados discordam dessa afirmação.

De forma, que a maioria dos participantes corroboram com a tese do SEBRAE (2013), que a localização é fundamental para a abertura e continuidade do negócio, pois um bom local para a localização gera um bom volume de vendas.

Gráfico 8 - Local para atuação



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

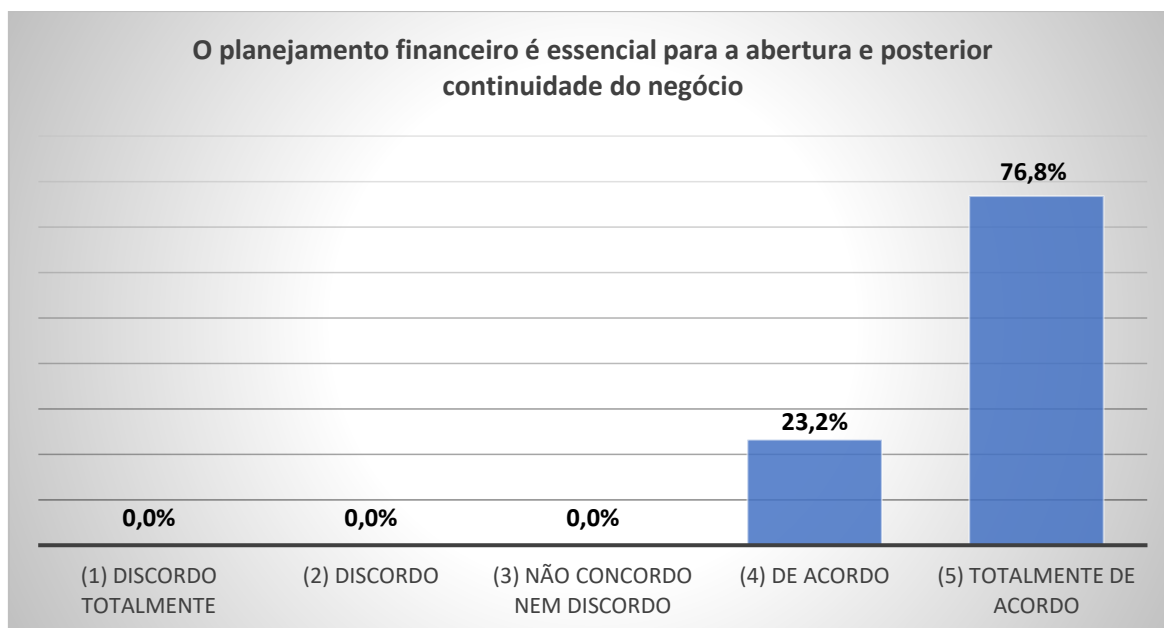
5.2.4 - IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

De acordo com Vasconcelos (2012, p. 45), “O planejamento financeiro compreende a estruturação de ações e dimensionamento de recursos financeiros com vistas à operacionalização de projetos gerenciais, sendo condição essencial à conquista do sucesso empresarial”.

Desse modo, a próxima pergunta decidiu obter a opinião dos acadêmicos em relação a importância do planejamento financeiro na abertura e continuidade do negócio.

Como resultado, temos que 76,8% dos participantes concordaram totalmente com a importância do planejamento financeiro e 23,2% estão de acordo com a afirmação. Em suma, para 100% dos discentes ouvidos o planejamento financeiro é essencial para a abertura e posterior continuidade do negócio, pois permite a tomada de decisões de forma estratégica, reduz o risco para a abertura da empresa e do risco de endividamento para o empreendedor.

Gráfico 9 - Planejamento financeiro



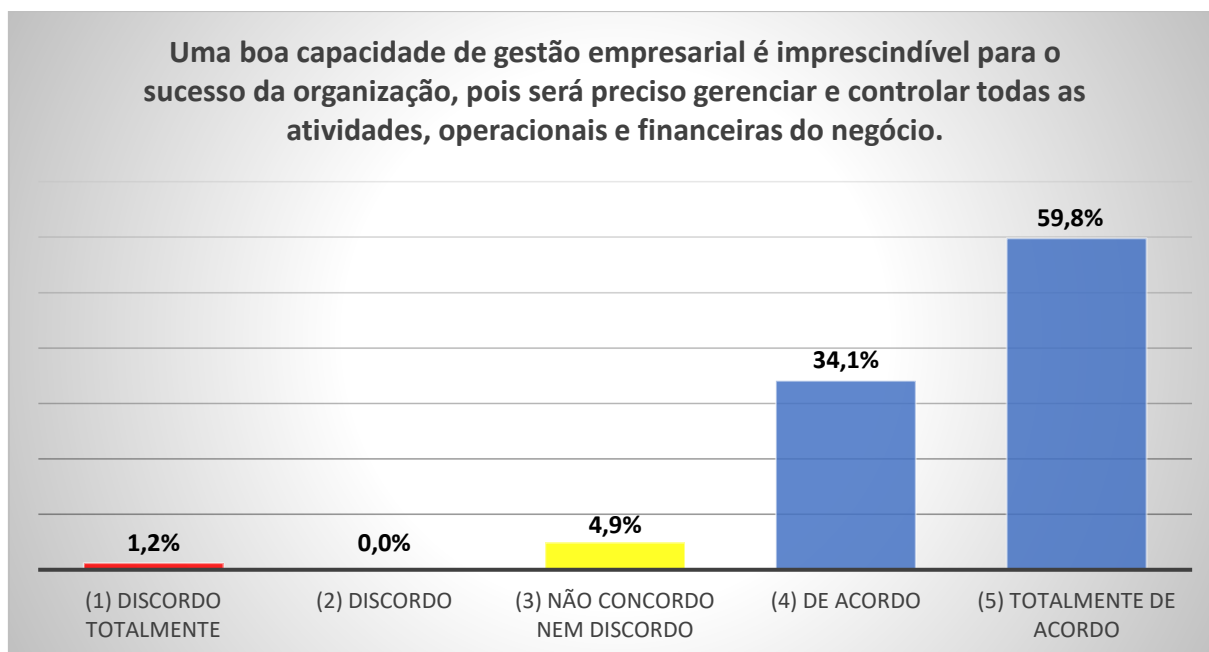
Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

5.2.5 - CAPACIDADE DE GESTÃO EMPRESARIAL

Por fim, a última questão dessa segunda parte decidiu obter a opinião dos acadêmicos em relação a capacidade de gestão empresarial e se a mesma é realmente imprescindível para o sucesso da organização

Nesse sentido, 93,9% dos participantes concordam que a capacidade de gestão do empreendedor é importante para o sucesso do negócio, enquanto para 4,9% esse assunto é indiferente e 1,2% dos entrevistados discordam dessa afirmação. Logo, para a maior parte dos discentes ouvidos, uma boa capacidade de gestão empresarial é sim imprescindível para o sucesso da organização, pois será preciso gerenciar e controlar todas as atividades, operacionais e financeiras do negócio.

Gráfico 10 - Capacidade de gestão



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

5.3 - RISCOS DE SE ABRIR UM NEGÓCIO E IMPORTÂNCIAS DAS FERRAMENTAS CONTÁBEIS

A terceira e última parte desse questionário apresenta os resultados obtidos através do julgamento dos discentes em relação as dificuldades de se abrir um negócio. Para tal, três questões foram concebidas para capturar os fatores associados aos riscos de se abrir um negócio num momento de crise econômica e do poder das ferramentas contábeis de contribuírem para a sustentabilidade de um negócio.

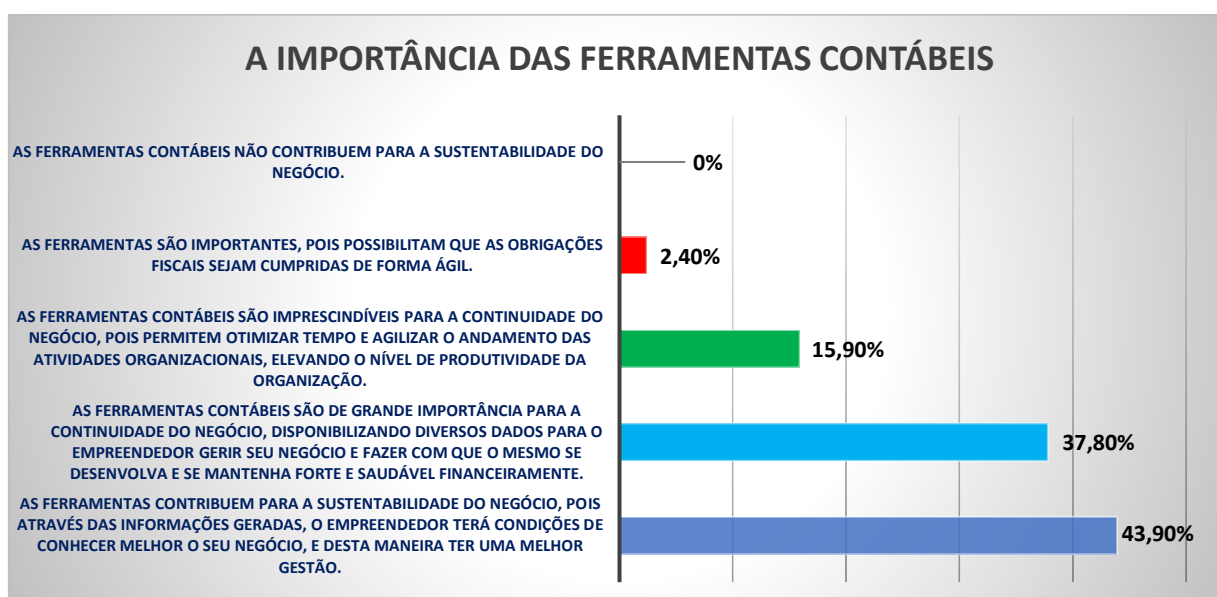
5.3.1 - A IMPORTÂNCIA DAS FERRAMENTAS CONTÁBEIS PARA A SUSTENTABILIDADE DE UM NEGÓCIO

A contabilidade conta com diversas ferramentas que auxiliam na gestão das organizações, tornando-as, mais competitivas e preparadas para o mercado. Assim sendo, essa questão decidiu abordar a opinião dos discentes em Ciências Contábeis em relação a influência das ferramentas contábeis para a sustentabilidade do negócio.

Nesse sentido, entre os participantes 43,9% acreditam que, as ferramentas contribuem para a sustentabilidade do negócio, pois através das informações geradas, o empreendedor terá condições de conhecer melhor o seu negócio, e desta maneira ter uma melhor gestão, em seguida, 37,8% dos discentes creem que, as ferramentas contábeis são de grande importância para a continuidade do negócio, disponibilizando diversos dados para o empreendedor gerir seu negócio e fazer com que o mesmo se desenvolva e se mantenha forte e saudável financeiramente, já para 15,9%, as ferramentas contábeis são imprescindíveis para a continuidade do negócio, pois permitem otimizar tempo e agilizar o andamento das atividades organizacionais, elevando o nível de produtividade da organização, enquanto 2,4% dos entrevistados acreditam que as ferramentas são importantes, pois possibilitam que as obrigações fiscais sejam cumpridas de forma ágil e também cabe ressaltar que nenhum participante respondeu que as ferramentas contábeis não contribuem para a sustentabilidade do negócio .

Tendo em vista os resultados obtidos, no entendimento dos discentes as ferramentas contábeis acabam por exercer funções primordiais para o desenvolvimento dessas organizações, sendo partes importantes para o funcionamento e gerenciamento de diversos setores, além disso, as ferramentas trazem informações relevantes no auxílio a tomada de decisões e por consequência, contribuindo com a redução da mortalidade dessas empresas.

Gráfico 11 - Importância das ferramentas contábeis



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

5.3.2 - RISCOS DE SE ABRIR UM NEGÓCIO NUM MOMENTO DE CRISE ECONÔMICA

Quando o cenário econômico é desfavorável, prosperar através do seu negócio se torna uma missão mais complicada. Dessa forma, o próximo questionamento buscou saber a opinião dos acadêmicos, em relação a qual dos fatores elencados apresentam o maior risco para a abertura de negócios em períodos de crise econômica. Os fatores apresentados para a análise dos discentes são: Capacidade de angariar e reter novos clientes, falta de experiência em gestão, definição de local para atuação, importância do planejamento financeiro e capacidade de gestão financeira.

Para 50% dos futuros contadores, não conseguir manter o empreendimento rentável financeiramente é o maior risco para a abertura do negócio, ao passo que, para 25,6% dos entrevistados não ter a experiência necessária para gerir um negócio é o maior risco, enquanto 13,4% dos participantes responderam que o maior risco ao se abrir um negócio são de que as estratégias utilizadas para captação de clientes, não tragam clientes o suficiente para a continuidade do negócio, já 11% responderam que o maior risco é de que o planejamento financeiro não saia conforme o elaborado e nenhum participante respondeu que a escolha do local seja o maior risco para a abertura de um negócio num momento de crise econômica.

Gráfico 12 - Os riscos na abertura de um negócio



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

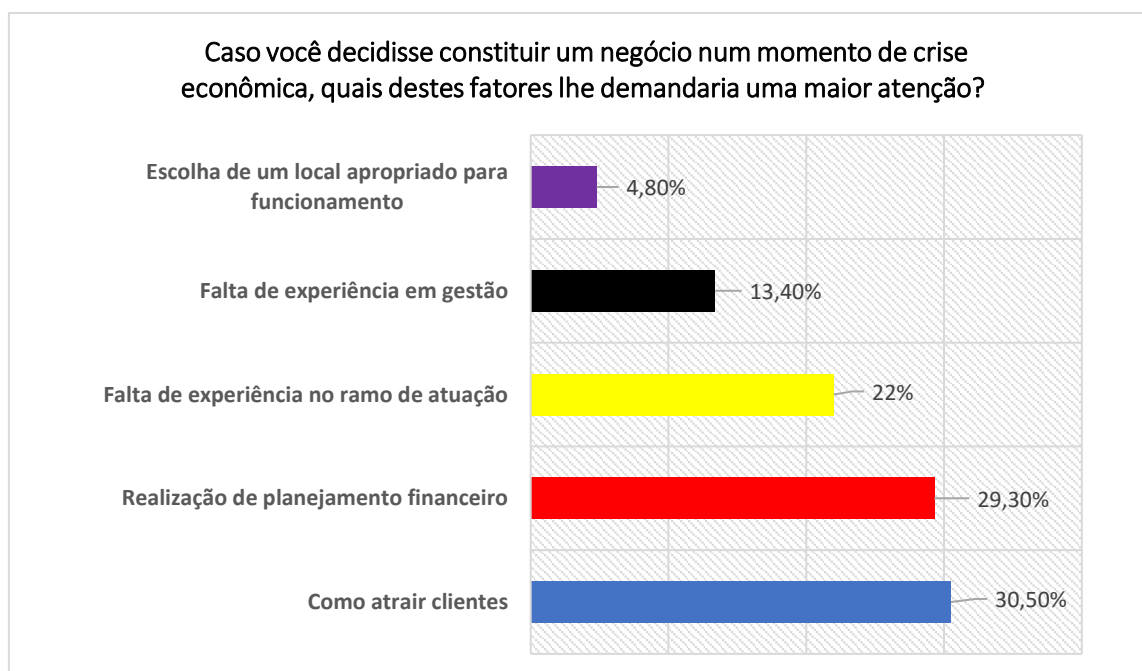
5.3.3 - FATORES QUE DEMANDARIAM MAIOR ATENÇÃO NA OPINIÃO DOS DISCENTES

Por fim, a última questão dessa pesquisa, solicitou que os acadêmicos se colocassem no lugar dos empreendedores e respondessem, caso os mesmos resolvessem abrir um negócio, qual desses fatores associados a abertura de um negócio num momento de crise econômica lhe demandaria uma maior atenção.

Nesse sentido, para 30,5% dos entrevistados como atrair clientes para o negócio deveria ganhar uma maior atenção, seguido pela realização do planejamento financeiro para 29,3% dos participantes, enquanto para 22% a falta de experiência em gestão necessitaria de uma maior atenção, já para 13,4% a falta de experiência em gestão seria o fator a ser analisado e para apenas 4,80% dos entrevistados a escolha de um local para funcionando seria o fator que demandaria a maior atenção na constituição do negócio em um contexto de crise econômica.

Levando-se em conta o que foi observado, os resultados obtidos demonstram que sob a ótica dos futuros contadores não existe um fator preponderante que demandaria maior atenção no momento da abertura do negócio.

Gráfico 13 - Fatores que demandariam maior atenção na abertura de um negócio



Fonte: Pesquisa de campo out/2018 - jun./2019

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil atravessa uma das maiores recessões econômicas de sua história, estagnado economicamente, com desemprego em alta e baixo nível de geração de renda. Nos países em desenvolvimento, como no caso do Brasil, o empreendedorismo pode ser uma válvula de escape em meio ao desemprego enfrentado pela população nos últimos anos.

Entretanto, abrir um negócio não é uma tarefa fácil, pois requer preparo e dedicação do empreendedor, ainda mais num contexto de crise econômica onde muitos seguem o mesmo caminho para driblar o desemprego. Neste sentido faz-se necessário um bom planejamento estratégico para a abertura do negócio, pois sem o planejamento muito bem definido, esses negócios não conseguem superar a forte concorrência e as próprias dificuldades do gerenciamento de um negócio.

Desse modo, o estudo objetivou verificar quais são as principais dificuldades percebidas pelos discentes matriculados na UFRJ em Ciências Contábeis para se abrir um novo negócio em um momento de crise econômica. Para tal realizou-se pesquisa descritiva com abordagem quantitativa, por meio de levantamento. Para a coleta dos dados foi aplicado um questionário estruturado, direcionado aos estudantes de Ciências Contábeis matriculados na UFRJ.

Os resultados mostraram que a maioria dos discentes pesquisados concordam que as experiências anteriores do empreendedor, ter a capacidade de angariar e reter clientes, a definição de um bom local para a atuação, executar um adequado planejamento financeiro e ter capacidade de gestão empresarial aumentam as chances para o negócio vir a ser bem-sucedido. Quanto a importância das ferramentas contábeis para ao gerenciamento do negócio, 43,9% dos participantes acreditam que, as ferramentas contribuem para a sustentabilidade do negócio, pois através das informações geradas, o empreendedor terá condições de conhecer melhor o seu negócio, e desta maneira ter uma melhor gestão.

No que diz a respeito, aos riscos para a abertura de um negócio num momento de crise econômica, a maioria dos estudantes acredita que não conseguir manter o empreendimento rentável financeiramente é o maior risco para a abertura do negócio.

Entretanto, caso os futuros contadores resolvessem empreender, não há uma unanimidade em relação ao fator que lhe demandaria uma maior atenção, sendo

que o maior grupo com 30,5% dos participantes respondeu que como atrair clientes demandaria maior preocupação. Talvez, pelo fato de o estudante ter durante a graduação o acesso a diversas áreas do conhecimento, faz com que ele saiba que são conjunto desses fatores fazem que o negócio seja bem-sucedido e por consequência merecem atenção, pois um negócio é um organismo em constante movimento no qual necessita que suas peças estejam funcionando em perfeita sincronia.

Os momentos de crise que assolam o País e principalmente a cidade do Rio de Janeiro apresentam uma série de dificuldades para quem quer empreender ou manter seu negócio sustentável. O profissional contábil tem um papel importante tanto no que tange as questões tributárias e fiscais, bem como na orientação ao empresário quanto a questões gerenciais. No entanto, é necessário estar consciente dos desafios e oportunidades de abrir e manter um negócio em meio a uma crise econômica e social, o estudante de contabilidade ciente desta situação pode contribuir sobremaneira para tornar o sonho de abrir um próprio negócio possível e viável tanto para si próprio quanto na assessoria de empreendedores.

6.1 SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

A primeira sugestão aborda na possibilidade da replicação desse estudo em universidades de outras cidades e regiões do país, analisando assim se os futuros contadores de outros locais possuem a mesma linha de raciocínio quando tratado sobre tal tema.

A segunda sugestão tange na proposta de aplicar tal tema, porém sob a ótica de outras profissões que trabalham diretamente com os empreendedores.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDRINI, F. et al. **Estudo da Satisfação e Fidelização de Clientes em uma Empresa de Informática**. UNIDAVI. Vale do Itajaí, p. 43. 2010.
- BAGGIO, F.; BAGGIO, K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, p. 25-38, 2014.
- BERNARDES, D.; MIRANDA, L. Quatro histórias da utilização de informação econômico-financeira nas micro e pequenas empresas: lições para futuros empreendedores. **Revista de Micro e pequena empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 5, Dez 2011. ISSN 3.
- BEUREN, I. M. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2013.
- BRASIL, C. Economia. **Agência Brasil**, 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-07/crise-do-petroleo-agravou-situacao-do-rio-governo-busca-receitas-extras>>. Acesso em: 25 Março 2019.
- CASTRO, D. et al. **Rio de Janeiro Os impactos da copa do mundo 2014 e das olimpíadas 2016**. 1. ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- CDLRIO. Comércio do Rio em crise. **O Lojista**, Rio de Janeiro, n. 928, p. 36, JUL/AGO 2018. Disponível em: <www.cdlrio.com.br>. Acesso em: 18 Agosto 2018.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, I. **Iniciação à Teoria das organizações**. Barueri: Editora Manole, 2010.
- COMITÊ DE DATAÇÃO DE CICLOS ECONÔMICOS. **Comunicado de Datação de Ciclos Mensais Brasileiros – Out/2017**. Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, p. 3. 2017.
- DANTAS, N.; MELO, R. O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana / PB. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 8, 2008. ISSN 1.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo na Prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócio**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FAIRLIE, R. W. Entrepreneurship, economic conditions, and the great recession. **Journal of Economics & Management Strategy**, 22, 2013. 207-231.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Boletim de Mercado de Trabalho**. FIRJAN. Rio de Janeiro, p. 3. 2017.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Aumento da informalidade no Rio traz desafios à segurança pública. **Fecomércio RJ**, 2018. Disponível em: <<http://www.fecomercio-rj.org.br/node/382>>. Acesso em: 27 Dezembro 2018.

FERREIRA, L. et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo, São Carlos, v. 19, n. 4, p. 14, 2012.

FILIPO, L. Olimpíadas. **GE**, 2017. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/custo-dos-jogos-olimpicos-do-rio-e-atualizado-e-chega-a-r-41-bilhoes.ghtml>>. Acesso em: 25 Fevereiro 2019.

G1. Mais de 21 mil estabelecimentos comerciais fecharam no RJ em 2017, aumento de 26,5% em relação ao ano anterior. **G1**, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/mais-de-21-mil-estabelecimentos-comerciais-fecharam-no-rj-em-2017-aumento-de-265-em-relacao-ao-ano-anterior.ghtml>>. Acesso em: 15 Junho 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil : 2016**. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. Curitiba, p. 210. 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no BRASIL 2017**. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. Curitiba, p. 23. 2018.

IBGE. **Demografia das empresas**. 29. ed. Rio de Janeiro: Estudos e pesquisas, 2017.

IBGE. Notícias. **Agencia de noticias IBGE**, 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/20118-entre-2014-e-2017-desemprego-cresceu-mais-em-santa-catarina-e-no-rio-de-janeiro>>. Acesso em: 15 Junho 2019.

JORNAL DO COMÉRCIO. Crise fechou 226,5 mil lojas em todo o País no ano passado. **Jornal do Comércio**, 2018. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2018/02/economia/613942-crise-fechou-226-5-mil-lojas-em-todo-o-pais-no-ano-passado.html>. Acesso em: 5 Janeiro 2019.

JORNAL EXTRA. Governo do Rio confirma pagamento, nesta quarta, do 13º de 2016 e do salário de outubro. **Extra**, Rio de Janeiro, 19 Dezembro 2017. Disponível em: <<https://extra.globo.com/emprego/servidor-publico/governo-do-rio-confirma-pagamento-nesta-quarta-do-13-de-2016-do-salario-de-outubro-22211098.html>>. Acesso em: 15 Junho 2019.

LOPES, B.; MUYLDER, C.; JUDICE, V. NTELIGÊNCIA COMPETITIVA E O CASO DE UM ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DE ELETRÔNICA BRASILEIRO. **Revista Gestão e Planejamento**, Salvador, v. 12, n. 2, p. 213-231, Julho/Dezembro 2011.

MARTELLO, A. Economia. **G1**, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/gasto-com-servidores-ativos-e-aposentados->

supera-metade-da-arrecadacao-em-24-de-26-estados-apontam-dados-do-tesouro.shtml>. Acesso em: 21 Abril 2019.

MATTOS, T. **Vai lá e faz: como empreender na era digital e tirar ideias do papel.** Caxias do Sul: EDITORA BELAS LETRAS LTDA, 2017.

NASCIMENTO, M. **FATORES DETERMINANTES DA MORTALIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DA REGIÃO METROPOLITANA DE FLORIANÓPOLIS SOB A ÓTICA DO CONTADOR.** UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA. Florianópolis, p. 95. 2011.

OLIVEIRA. **Empreendedorismo: Vocação, Capacitação e Atuação** direcionadas para o plano de negócios. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

OLIVEIRA, W.; BARBOSA, B.; JANNUZZI, P. **O Rio em perspectiva Um diagnóstico de escolhas públicas.** Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, p. 60. 2017.

POMBO, A. **O QUE É SER EMPREENDEDOR.** SEBRAE. Brasília, p. 3. 2019.

REVISTA EXAME. Exame. **Exame**, 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-segundo-sebrae/>>. Acesso em: 23 Abril 2019.

SANT'ANNA, A.; OLIVEIRA, F.; DINIZ, D. TIPOS DE EMPREENDEDORES EM DINÂMICAS DE RECONVERSÃO DE FUNÇÕES ECONÔMICAS DE CIDADES: UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DE BOURDIEU. **GESTÃO E SOCIEDADE**, Belo Horizonte, v. 6, n. 15, p. 378-406, Dezembro 2012.

SCHU, M. **VAMOS ABRIR UMA NOVA EMPRESA? UM ESTUDO PARA IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVAM OS EMPREENDEDORES TRÊS-PASSENSES A ABRIR NOVAS EMPRESAS NA ÁREA DO COMÉRCIO.** Três Passos, p. 97. 2012.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios.** SEBRAE. Brasília, p. 164. 2013.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** SEBRAE. Brasília, p. 68. 2016.

SERASA EXPERIAN. sala de imprensa. **Serasa Experian**, 2018. Disponível em: <www.seraexperian.com.br>. Acesso em: 18 Agosto 2018.

SILVEIRA, D. Economia. **G1**, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/em-tres-anos-3416-mil-empresas-foram-fechadas-no-brasil-aponta-ibge>>. Acesso em: 23 Abril 2019.

VASCONCELOS, Y. **Planejamento financeiro.** Rio de Janeiro: IESDE Brasil S.A., 2012.

ANEXOS

ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO

A percepção dos estudantes de contabilidade na abertura de novos negócios em momentos de crise econômica

Convido a você para pesquisa intitulada "A percepção dos futuros contadores na abertura de novos negócios em momentos de crise econômica: um estudo de caso com alunos da UFRJ", a qual pretende analisar a percepção por parte dos estudantes da UFRJ da graduação em ciências contábeis, quanto as dificuldades percebidas para se abrir um novo negócio em um contexto de crise econômica. Sua participação é voluntária, você não terá despesas nem receberá remuneração para participar desta pesquisa. Os resultados da pesquisa serão analisados e poderão ser publicados, mas sua identidade não será divulgada, sendo guardada em sigilo total e absoluto. Você é livre para abandonar a pesquisa a qualquer momento que desejar.

Qual é a sua faixa etária?

- 16 a 20 anos
- 21 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- 31 a 35 anos
- 36 a 40 anos
- acima de 40 anos

Qual é o seu gênero?

- Homem
- Mulher
- Outros

Qual é o seu campus de estudo?

- Praia Vermelha

- Cidade Universitária

Qual semestre do seu curso você está cursando?

- 1º ou 2º semestre
- 3º ou 4º semestre
- 5º ou 6º semestre
- 7º ou 8º semestre
- 9º semestre em diante

Neste momento, você desempenha alguma atividade remunerada ou estágio?

- Sim
- Não

Para cada afirmação a seguir, você deverá escolher uma das seguintes opções:

1- DISCORDO TOTALMENTE, 2 - DISCORDO, 3 - INDIFERENTE, 4 - CONCORDO e 5 - CONCORDO TOTALMENTE

As experiências anteriores do empreendedor sobre o ramo de atuação escolhido, aumentam as chances de o futuro negócio vir a ser bem-sucedido.

1- DISCORDO TOTALMENTE, 2 - DISCORDO, 3 - INDIFERENTE, 4 - CONCORDO e 5 - CONCORDO TOTALMENTE

A capacidade de angariar e reter novos clientes é um dos principais termômetros do sucesso ou do fracasso de um negócio.

1- DISCORDO TOTALMENTE, 2 - DISCORDO, 3 - INDIFERENTE, 4 - CONCORDO e 5 - CONCORDO TOTALMENTE

A definição de um bom lugar para atuação é essencial para a abertura e a posterior continuidade de um negócio.

1- DISCORDO TOTALMENTE, 2 - DISCORDO, 3 - INDIFERENTE, 4 - CONCORDO e 5 - CONCORDO TOTALMENTE

O planejamento financeiro é essencial para a abertura e posterior continuidade do negócio, pois permite a tomada de decisões de forma estratégica, reduz o risco para abertura da empresa e o risco de endividamento para o empreendedor.

1- DISCORDO TOTALMENTE, 2 - DISCORDO, 3 - INDIFERENTE, 4 - CONCORDO e 5 - CONCORDO TOTALMENTE

Uma boa capacidade de gestão empresarial é imprescindível para o sucesso da organização, pois será preciso gerenciar e controlar todas as atividades, operacionais e financeiras do negócio.

1- DISCORDO TOTALMENTE, 2 - DISCORDO, 3 - INDIFERENTE, 4 - CONCORDO e 5 - CONCORDO TOTALMENTE

Em seu ponto de vista, caso você decidisse constituir um negócio num momento de crise econômica, quais destes fatores lhe demandaria uma maior atenção?

- Falta de experiência no ramo de atuação
- Como atrair clientes
- Escolha de um local apropriado para funcionamento
- Realização de planejamento financeiro
- Falta de experiência em gestão

De que formas as ferramentas contábeis podem contribuir para a sustentabilidade do negócio?

- As ferramentas contribuem para a sustentabilidade do negócio, pois através das informações geradas, o empreendedor terá condições de conhecer melhor o seu negócio, e desta maneira ter uma melhor gestão.
- As ferramentas contábeis são de grande importância para a continuidade do negócio, disponibilizando diversos dados para o empreendedor gerir seu

negócio e fazer com que o mesmo se desenvolva e se mantenha forte e saudável financeiramente.

- As ferramentas contábeis são imprescindíveis para a continuidade do negócio, pois permitem otimizar tempo e agilizar o andamento das atividades organizacionais, elevando o nível de produtividade da organização.
- As ferramentas são importantes, pois possibilitam que as obrigações fiscais sejam cumpridas de forma ágil.
- As ferramentas contábeis não contribuem para a sustentabilidade do negócio.

Em sua visão, qual é o maior risco ao se abrir um negócio num momento de crise econômica?

- Não conseguir manter o empreendimento rentável financeiramente.
- Não ter a experiência necessária para gerir o negócio e para superar as dificuldades que irão aparecer.
- Que as estratégias utilizadas para captar clientes, não consigam trazer clientes o suficiente para a continuidade do negócio.
- Que o planejamento financeiro não saia conforme o elaborado.
- Que o local escolhido para atuação não seja o adequado para seu público alvo.