



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Centro de ciências jurídicas e econômicas - CCJE
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis - FACC

CAYAN YAKATA INFANTINO AUGUSTO

**A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO PARA A
SOBREVIVÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

RIO DE JANEIRO

2020

CAYAN YAKATA INFANTINO AUGUSTO

**A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO PARA A
SOBREVIVÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em administração, pela Faculdade de Administração e Ciências Contábeis – FACC, Universidade Federal do Rio de Janeiro

Orientador: Prof^o Dr. André Barcaui

RIO DE JANEIRO

2020

CAYAN YAKATA INFANTINO AUGUSTO

**A IMPORTÂNCIA DO PROCESSO DE PLANEJAMENTO PARA A
SOBREVIVÊNCIA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de bacharel em
administração, pela Faculdade de
Administração e Ciências Contábeis –
FACC, Universidade Federal do Rio de
Janeiro

**PROFº DR. ANDRÉ BARCAUI, UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO
DE JANEIRO**

**PROFº DR. CARLOS NAVARRO, UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO
DE JANEIRO**

RIO DE JANEIRO

2020

AGRADECIMENTOS

À minha namorada Betania Soares por sempre acreditar em mim e dar apoio aos meus projetos e meus sonhos. Por me ajudar a encontrar o melhor de mim, me dar segurança e todo auxílio nos momentos que mais preciso.

À minha mãe, minha tia Fátima e meu tio Wilsinho que sempre me deram o suporte necessário à minha formação e a minha educação como um todo.

Ao meu orientador e professor André Barcaui que sempre me deu a orientação e o suporte necessário mesmo antes de ser meu orientador oficialmente.

Aos amigos que fiz na UFRJ que sempre me deram apoio nessa trajetória, em especial Beatriz Abreu, Leonardo Santos, Lucas Almeida, Lucas Rocha, Mariana Rocha, Mariana Valle, Pedro Aragon e Victor Gabriel.

A todos os participantes desta pesquisa que contribuíram de muitas formas para que ela acontecesse.

RESUMO

Esta monografia aborda a importância do processo de planejamento para a sobrevivência de micro e pequenas empresas na percepção dos futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes para buscar explorar o problema na raiz. Visto que mesmo nos dias de hoje as micro e pequenas empresas ainda são muitos instáveis na economia brasileira. Através de uma pesquisa exploratória-descritiva, sob uma abordagem quantitativa, buscou-se entender como a amostra percebe a importância, os impactos e as implicações do plano de negócios na sobrevivência e na mitigação de problemas em micro e pequenas empresas. Notou-se que a amostra estudada atribui um alto valor ao mesmo, no entanto, sugere-se estudos mais apurados com a amostra, sem as limitações da desta pesquisa.

Palavras Chaves: Empreendedorismo; Micro e pequenas empresas; Plano de negócios; Futuros empreendedores.

ABSTRACT

This monograph addresses the importance of the planning process for the survival of micro and small companies in the perception of future entrepreneurs or beginning entrepreneurs to seek to explore the problem at the root. Since even today micro and small companies are still very unstable in the Brazilian economy. Through an exploratory-descriptive research, under a quantitative approach, we sought to understand how the sample perceives the importance, impacts and implications of the business plan in the survival and mitigation of problems in micro and small companies. It was noted that the sample studied attributes a high value to it, however, more accurate studies with the sample are suggested, without the limitations of this research.

Keywords: Entrepreneurship; Micro and small companies; Business plan; Future entrepreneurs.

LISTA DE FIGURA

Figura 1 - Texto de apresentação do instrumento de pesquisa.....	21
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Localidade dos participantes.....	19
Tabela 2 - Faixa etária dos participantes	19
Tabela 3 - Escolaridade dos participantes	19
Tabela 4 - Renda familiar dos participantes	19
Tabela 5 - Gênero dos participantes	20
Tabela 6 - Ocupação ou profissão dos participantes	20
Tabela 7 - Relação da importância do conhecimento técnico com a escolaridade ...	23
Tabela 8 - Relação da importância do conhecimento técnico com a faixa etária	23
Tabela 9 - Relação da importância do conhecimento técnico com a renda familiar ..	24
Tabela 10 - Relação da importância do conhecimento técnico com a ocupação / profissão.....	24
Tabela 11 - Relação da importância da experiência no mercado com a escolaridade	25
Tabela 12 - Relação da importância da experiência no mercado com a faixa etária	25
Tabela 13 - Relação da importância da experiência no mercado com a renda familiar	26
Tabela 14 - Relação da importância da experiência no mercado com a ocupação / profissão.....	26
Tabela 15 - Relação da importância do tempo de elaboração com a escolaridade ..	27
Tabela 16 - Relação da importância do tempo de elaboração com a faixa etária	27

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MEI	Micro Empreendedor Individual
PN	Plano de Negócios
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
JUCESP	Junta Comercial do Estado de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	10
1.2	OBJETIVOS	11
1.2.1	Objetivo Geral	11
1.2.2	Objetivos Específicos	11
1.3	JUSTIFICATIVA	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1	EMPREENDEDORISMO	12
2.2	PANORAMA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL	13
2.3	PLANO DE NEGÓCIOS	15
3	METODOLOGIA	18
3.1	TIPO DE PESQUISA	18
3.2	PARTICIPANTES DA PESQUISA	18
3.3	INSTRUMENTO	20
3.4	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	20
3.5	PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS	21
4	ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS	22
4.1	PLANO DE NEGÓCIOS	22
4.2	PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO TÉCNICO	22
4.3	PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DA EXPERIÊNCIA NO MERCADO	24
4.4	PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS	26
4.5	PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO TEMPO DE ELABORAÇÃO	27
4.6	PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
6	BIBLIOGRAFIA	30

1 INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Ao optar por abrir seu próprio negócio seja por motivos de autorrealização, autonomia, independência financeira ou até mesmo necessidade, é preciso estar preparado para os desafios que pode vir a enfrentar. Caso contrário, a falta de preparo pode resultar em uma falência prematura de uma empresa. Segundo o IBGE (2019) a apenas 4 em cada 10 empresas sobrevivem após 5 anos de funcionamento.

Em um cenário competitivo com consumidores cada vez mais exigentes o preparo do empreendedor se torna algo imprescindível. No entanto, seja por ansiedade em começar logo ou até mesmo por descrença, alguns empreendedores tendem a negligenciar o planejamento necessário para abertura de um novo negócio (Chiavenato, 2007).

Desta forma, sem um planejamento apurado para detalhar todos os passos que devem ser dados e objetivos que devem ser alcançados, o empreendedor fica um passo atrás de seus concorrentes. Dolabela (2006) afirma que a alta taxa de mortalidade das novas empresas em seus primeiros anos é atribuída ao seu lançamento prematuro no mercado.

Segundo SEBRAE-SP (2008) as empresas que atingiram pelo menos 5 anos de vida dedicaram em média 3,5 vezes mais tempo ao planejamento em comparação aos que sobreviveram menos, alguns empreendedores continuam se lançando ao mercado sem planejamento ou não planejando o suficiente, não possibilitando tomar conhecimento da maior parte dos pontos cegos a respeito da sua própria ideia de negócio.

Em vista dos aspectos aqui apresentados, o presente estudo pretende investigar qual é a importância do planejamento para a sobrevivência de micro e pequenas empresas na percepção dos futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Investigar qual é a importância do planejamento para a sobrevivência de micro e pequenas empresas na percepção dos futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar um contexto sobre o empreendedorismo, um panorama das micro e pequenas empresas no Brasil e os processos de planejamento para criação de micro e pequenas empresas.

- Pesquisar uma amostra de pessoas que pretendem abrir uma micro ou pequena empresa no Brasil.

- Analisar as principais características das pessoas que pretendem abrir um negócio no Brasil dentro das limitações da amostra.

1.3 JUSTIFICATIVA

A atividade empreendedora tem sua relevância destacada sob os mais diversos aspectos. Segundo Chiavenato (2007) a atividade empreendedora tem uma importância notória dado que esta gera empregos, introduz inovações e estimula o crescimento econômico. Ou seja, na medida em que novos negócios são criados os trabalhadores têm novas oportunidades para entrar no mercado de trabalho além das que já existiam anteriormente, além disso, aumenta as opções para os consumidores, na medida em que mais empresas são criadas a variedade de bens e serviços que são ofertados aos consumidores aumenta e isso permite que as pessoas tenham mais acesso a produtos de qualidade superior e/ou preço inferior. Logo, todo e qualquer estudo que busque entender os fatores que ocasionam a instabilidade das empresas entrantes no mercado pode servir como embasamento para adaptar as medidas e políticas que são criadas para fomentar a atividade empreendedora no Brasil.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo é uma livre tradução de *entrepreneurship* que contém ideias de iniciativa de inovação. Segundo DOLABELA (2006) o termo implica na forma de entender o mundo e se relacionar com ele. Desta forma, pode-se dizer que um empreendedor é um ser inconformado disposto a consertar o mundo a sua volta para corrigir ou minimizar as inconformidades que afetam a si e/ou uma comunidade.

Ao se aprofundar numa busca histórica para entender o surgimento do termo empreendedor, Dornelas (2015) aponta Marco Polo como uma referência inicial visto que é um dos primeiros registros de um homem que foi contratado por outro que possuía o capital para vender suas mercadorias no oriente, desta forma o investidor assumia todos os riscos de forma passiva enquanto o empreendedor tinha um papel mais ativo correndo todos os riscos físicos e emocionais.

Na idade média o termo empreendedor era utilizado para definir os profissionais que assumiam grandes projetos de produção, no século XVII eram assim reconhecidos aqueles que faziam contratos para fornecimento de produtos e serviços ao governo a preços prefixados e no século XVIII com o início da industrialização o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, sendo o capitalista o que nós conhecemos hoje como investidor e o empreendedor aquele que toma a iniciativa, corre riscos e fica à frente do projeto (DORNELAS, 2015).

Hoje o empreendedor é conhecido como uma pessoa com iniciativa para criar ou assumir um negócio e se responsabilizar por todas as incertezas dele dar certo ou não. Segundo CHIAVENATO (2007) apesar do conceito ser comumente usado para fundadores de empresas, a definição engloba também gerentes-proprietários, pessoas que adquirem empresas já existentes e ainda os donos que pertencem a segunda geração em diante. Sendo assim o empreendedor pode ser todo profissional que assumi o risco e as responsabilidades, além de conduzir uma inovação contínua para o empreendimento.

Vale destacar aqui a relação de inovação e criação, tanto de produtos como de mercados, do empreendedor para com o mercado consumidor. SCHUMPETER (1997) defini o empreendedor como um “destruidor criativo”, ou seja, um agente que

coloca produtos e serviços novos no mercado a fim de substituir os antigos. Desta forma os consumidores são muitas vezes educados pelo empreendedor a desejar algo que ele há certo tempo nem mesmo sabia que existia ou para o que servia.

Vale lembrar que apesar parte da literatura atual apontar o empreendedor como um ser voltado para o mercado, de acordo com alguns autores esta não é a única forma de empreender. Para DOLABELA (2006) o empreendedorismo empresarial, como ele refere-se aos empreendedores com um propósito de mercado, é uma das infundáveis formas de empreender. Podendo assim um empreendedor ser um político, um administrador de uma ONG, um artista, um atleta e qualquer função que tenha um propósito de compartilhar os resultados do seu trabalho. Sendo assim, apesar do empreendedor ter uma definição tão abrangente estes usam o conceito de empreendedor empresarial para definir aqueles indivíduos que criam empresas, aqueles que compram empresas para introduzir inovações agregando novos valores e também aqueles empregados que incorporam inovações na organização contribuindo para o surgimento de valores adicionais (DOLABELA, 2006).

2.2 PANORAMA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL

O Brasil tem um histórico não muito bom quando se fala da sobrevivência de micro e pequenas empresas. Segundo SEBRAE (2004), de 1,5 milhão de empresas que foram abertas entre 1990 e 2000 1 milhão fecharam as portas, criando assim uma taxa de mortalidade muita alta nesse período.

Dados mais recentes apontam que essa realidade continua. Segundo o IBGE (2019) a taxa de sobrevivência de micro e pequenas empresas é de 78,9% após seu 1º ano de funcionamento e vai diminuindo gradualmente até chegar a apenas 39,8% após 5 anos de funcionamento.

De acordo com o SEBRAE (2016) a taxa de sobrevivência de empresas, com até 2 anos de vida, passou de 54% para 77% entre 2010 e 2014, mas isso se deve em grande parte pela ampliação de Microempreendedores Individuais (MEI) que é uma modalidade de empresário autônomo que exige muito menos recursos para se começar. Quando os MEIs são excluídos, esse aumento se dá em apenas 4%, ou seja, de 54% para 58%.

Ferreira et al. (2012) verificou que 81% das empresas pesquisadas não realizaram nenhum tipo de planejamento, no entanto as que atingiram maior tempo

de vida foram justo as que realizaram algum tipo de planejamento. Nota-se que o planejamento pode ter influência direta no tempo de vida das organizações.

De acordo com Ferreira et al. (2012) não existe um único fato isolado que possa ser inteiramente responsável pela falência de um negócio, mas destaca que a falta de um planejamento ou plano de negócios é um dos principais fatores que influencia mortalidade precoce de micro e pequenas empresas.

Em um estudo feito pelo SEBRAE-SP (2008), consultando dados da JUCESP, apontou que entre os anos 2000 e 2005 as empresas que sobreviveram após o seu 1º ano de atividade investiram em média 14,1 meses no planejamento do negócio, enquanto que as empresas que não sobreviveram após o 1º ano tinham investido uma média de 4 meses no planejamento.

Segundo Ortigara (2006) o planejamento foi citado como uma das áreas de conhecimento mais importantes para as empresas passarem do seu 1º ano de vida, juntamente com organização empresarial, vendas e análise financeira.

A qualidade do planejamento também é um fator crucial. O SEBRAE (2004) apontou um certo descuido por parte dos empreendedores em tópicos relevantes para o planejamento do negócio, notando que não buscaram saber a quantidade possível de clientes e seus hábitos de consumo, não buscaram entender sobre aspectos legais ou pesquisar sobre fornecedores. Embora, dentre estes, os aspectos legais podem não ser tão negligenciados quanto os outros. Visto que, de acordo com Ferreira et al. (2012) quase a totalidade (91%) das empresas que foram alvo de seu estudo contaram com apoio jurídico ou contábil, mostrando que tal fator não é ignorado na grande maioria dos casos e, portanto, não se torna algo determinante para a mortalidade das empresas.

Dutra (2005) observou uma relação direta entre planejamento e sobrevivência de empresas, através de uma análise fatorial notou que aquelas empresas com mais tempo de planejamento permaneciam mais tempo ativas, sendo assim considerado um fator de sobrevivência para as mesmas. Dutra (2005) também nota que empresas com maior número de sócios têm um tempo de vida maior e sugere que a sinergia de conhecimento entre os sócios pode influenciar positivamente as necessidades empresariais.

De Araújo (2019) aponta que os resultados da sua pesquisa revelam a necessidade da melhora de indicadores de mortalidade de micro e pequenas empresas. Revela ainda que em sua pesquisa onde comparou os níveis de competência do empreendedor, desempenho da empresa e maior estabilidade do mercado a existência de uma compensação entre esses fatores mostra-se presente, como se buscasse um equilíbrio, ou seja, quando diminui a estabilidade do mercado, a competência do empreendedor e o desempenho da empresa precisam de um peso maior para compensar.

Alves et al. (2015) aponta que ainda existe uma forte resistência a consultoria por parte das pequenas empresas, informa que a maior parte delas considera um serviço de custo muito elevado ou não querem expor informações internas para ninguém de fora da empresa. O que pode ser apontado como outro fator relevante que dificulta a sobrevivência de micro e pequenas empresas, sendo a consultoria um amparo que busca sanar os erros cometidos pelo empreendedor, algumas vezes ao iniciar o negócio. Sendo assim, essa resistência pode ter uma implicação direta na sobrevivência destas empresas.

2.3 PLANO DE NEGÓCIOS

O planejamento é uma técnica essencial para embasar o curso de ação das organizações. De acordo com Chiavenato (2007) o planejamento é uma sequência lógica passos programados que se bem sucedido deverá alcançar o objetivo final, seguindo um curso predeterminado de ação em um período predeterminado. Desta maneira é possível que qualquer pessoa em posição de liderança, ou não, utilize deste artifício para alcançar objetivos profissionais, ou não, em prazos específicos de tempo. Disto isso, o planejamento torna-se fundamental para que organizações cumpra seu curso estabelecido ao longo do tempo.

Faz-se necessário que aqueles que estejam a frente de organizações saibam usar planos que direcionem a objetivos específicos, que quando complementados levam a um objetivo mais amplo. Para Chiavenato (2007) o planejamento global é uma combinação de planos pormenores, possibilitando uma conexão para alcançar um objetivo maior através de pequenos objetivos. O que é uma visão necessária para conduzir as múltiplas divisões, ou setores, de uma organização de forma coerente com a organização como um todo. Por isso, o planejamento global torna-se relevante

para as organizações, possibilitando uma imersão ou emersão sempre que necessário no processo de gestão.

Em se tratando de pequenas organizações com fins lucrativos, poucos recursos e pouca mão-de-obra, um plano de negócios pode ser a melhor maneira de alcançar todos os seus fins. Para o Rosa (2007) o plano de negócios é a ferramenta chave para um empreendedor enxergar sua empresa no papel sob os mais diversos ângulos. Desta forma, é possível através do planejamento aprofundar-se em detalhes mais específicos do ramo de atuação de empresa e nos mais diversos aspectos que são necessários para a existência daquela organização. Visto isso, é possível notar que o plano de negócios é uma técnica de ferramenta global indispensável para micro e pequenas empresas.

A intensificação da concorrência e a instabilidade econômica exige que as micro e pequenas empresas com pouco tempo no mercado estejam cada vez mais preparadas. De acordo com Dornelas (2016), um plano de negócios serve para testar e analisar viabilidade, operações, estratégia, além de passar credibilidade e capacitar a equipe de gestão da própria empresa. Desta maneira, é possível o empreendedor medir sua lucratividade e tempo de retorno de capital, avaliar outras opções de investimento, se preparar para a maior parte dos desafios e mudar a direção do seu negócio através do planejamento. Logo, o plano de negócios torna-se uma ferramenta essencial para o micro ou pequeno empreendedor se conscientizar, através de parâmetros mensuráveis, dos desafios e benefícios que seu negócio possa trazer.

Deve-se levar em consideração que plano de negócios é não só uma forma de enxergar os desafios, mas também uma forma de se preparar para os mesmos. Segundo Dolabela (2006) a alta taxa de mortalidade das novas empresas em seus primeiros anos pode ser atribuída ao seu lançamento prematuro no mercado. Logo, quando se entra num mercado competitivo com um preparo que ainda pretende adquirir, coloca-se um passo atrás de todos os outros que já têm essa visão mais adiantada de uma perspectiva administrativa.

Uma visão deturpada que o empreendedor pode ter é que todos os males vêm de fora, do mercado, concorrentes, dentre outros. De acordo com Dornelas (2015), apesar de existir fatores externos que impactam a empresa, as duas principais causas de falência são a falta de planejamento e a má gestão decorrente da falta de

planejamento. Pois o planejamento possibilita a estruturação interna da organização para se posicionar e lidar com os desafios do ambiente externo. Logo, percebe-se que a preocupação com fatores internos, como o planejamento, e externos são mutuamente importantes.

É importante que empreendedores não tentem pular etapas ou deixe de encarar o próprio negócio de maneira profissional frente aos desafios que se encontra. Segundo Chiavenato (2007) empreendedores tendem a negligenciar o passo inicial do planejamento, seja por ansiedade em começar logo ou até mesmo por descrença no mesmo. Vale ressaltar, que a negligência e um método de trabalho baseado puramente na vivência do empreendedor pode causar implicações na sobrevivência do pequeno negócio.

Além da elaboração de um plano de negócios faz-se necessário que o empreendedor não subutilize o mesmo ou desconsidere todo o seu potencial. Morais (2018), diagnosticou em sua pesquisa que a maior parte dos empreendimentos de um determinado ramo no município de Mossoró, não utilizam o plano de negócios com enfoque estratégico, mas sim com intuito de pleitear financiamentos. Logo, nota-se a necessidade de uma pesquisa que busque entender como todo o processo que ocorre e quais são os principais fatores que motivam o micro e pequeno empreendedor na elaboração de um plano de negócios.

No plano de negócios faz-se necessário também um equilíbrio que abranja todas as áreas funcionais da organização de maneira eficaz. Visto que, Santos (2012) percebeu que apesar dos passos constituintes do planejamento ser fundamental, o grande diferencial está em juntar todos os fatores em um só plano, de forma equilibrada. Ressalta-se que alguns empreendedores, com mais experiência nas atividades fim ou atividades meio do empreendimento, podem tender a dar um enfoque mais detalhado nesta e elaborar as demais seções do planejamento de maneira superficial. Assim, nota-se que planejar com graus de importância diferentes as distintas seções do plano de negócios pode causar implicações na eficácia do mesmo.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

A pesquisa pode ser caracterizada como exploratória-descritiva, o que Vergara (2016) explica como algo que expõe características da população estudada e estabelece uma relação entre duas ou mais variáveis ao mesmo tempo em que se explora um campo, ou neste caso uma amostra, ainda não muito explorado.

O estudo se desenvolveu por meio de uma abordagem quantitativa, segundo Nielsen et al. (2018) nesta considera-se que tudo é mensurável, procura-se traduzir fenômenos por meio de números e toda informação é classificada para que se faça a análise.

3.2 PARTICIPANTES DA PESQUISA

O universo estudado qualquer brasileiro que pretende abrir um negócio com fins lucrativos ou abriu um há 60 meses ou menos. A amostra foi baseada em procedimentos não probabilísticos selecionando-se a composição por acessibilidade, segundo Vergara (2016) a amostra por acessibilidade seleciona as pessoas, ou elementos, de acordo com a facilidade de acesso aos mesmos.

De início foi feita uma pergunta de filtro para garantir que o participante se encaixasse nos requisitos da amostra (futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes), aquele que respondia sim era encaminhado para a próxima seção do questionário (dados demográficos) e aquele que respondia não era encaminhado para a seção final do mesmo (página de agradecimento). A pesquisa incluiu no total 60 participantes, dos quais 51 (85%) se encaixaram na amostra e 9 (15%) não.

Segue abaixo os dados demográficos da amostra que foi pesquisada no presente estudo. Onde pode-se perceber as características dos respondentes com relação a localidade, faixa etária, escolaridade, renda familiar, gênero e ocupação ou profissão dos participantes.

Tabela 1 - Localidade dos participantes

Em qual estado você reside atualmente?		
Alternativas	Nº de respostas	Porcentagem
Rio de Janeiro	42	82,4%
São Paulo	2	3,9%
Espírito santo	1	2%
Outro	6	11,8%
Total	51	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 2 - Faixa etária dos participantes

Qual a sua faixa etária?		
Alternativas	Nº de respostas	Porcentagem
Menos de 18	1	2%
Entre 18 e 24	31	60,8%
Entre 25 e 34	16	31,4%
Entre 35 e 44	2	3,9%
Entre 55 e 64	1	2%
Total	51	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 3 - Escolaridade dos participantes

Qual seu nível de escolaridade?		
Alternativas	Nº de respostas	Porcentagem
Ensino médio (cursando ou completo)	3	5,9%
Ensino superior (cursando ou completo)	39	76,5%
Pós-graduação (cursando ou completo)	9	17,6%
Total	51	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 4 - Renda familiar dos participantes

Qual a sua renda familiar (soma-se a renda bruta de todas as pessoas em sua residência)?		
Alternativas	Nº de respostas	Porcentagem
Menos de 1,5 salário mínimo	5	9,8%
Entre 1,5 e 3 salários mínimo	10	19,6%
Entre 3 e 6 salários mínimo	15	29,4%
Entre 6 e 9 salários mínimo	9	17,6%
Mais de 10 salários mínimo	12	23,5%
Total	51	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 5 - Gênero dos participantes

Com qual gênero você se identifica atualmente?		
Alternativas	Nº de respostas	Porcentagem
Homem	33	64,7%
Mulher	18	35,3%
Total	51	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 6 - Ocupação ou profissão dos participantes

Qual a sua ocupação ou profissão atual?		
Alternativas	Nº de respostas	Porcentagem
Estudante	23	44%
Profissional autônomo ou MEI	6	12%
Profissional de carteira assinada	15	30%
Tenho minha própria empresa (em sociedade ou não)	7	14%
Total	51	100%

Fonte: Elaborado pelo autor

3.3 INSTRUMENTO

Para atingir a amostra aqui estabelecida utilizou-se como instrumento de coleta um questionário ou *survey*, segundo Nielsen et al. (2018) utiliza-se dessa técnica para conhecer a opinião ou comportamento de pessoas em determinadas situações. Desta forma, foi possível entrevistar pessoas da população estudada por meio de um questionário estruturado com perguntas fechadas para obter os dados.

O questionário se dividiu respectivamente em 4 seções: pergunta de filtro (que garantia que o participante se encaixava na amostra), perguntas para obtenção de dados demográficos, perguntas para alcançar os objetivos do presente estudo e por fim a tela de agradecimento.

3.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

Na aplicação do instrumento, o questionário foi aplicado online e individualmente através da plataforma *Google Forms*, durante o mês de maio/2021 entre os dias 11 e 17, a divulgação foi feita através de e-mail e aplicativos de redes sociais. O questionário se iniciava com um breve resumo para mostrar ao participante o principal objetivo da pesquisa conforme exposto no quadro 1.

Figura 1 - Texto de apresentação do instrumento de pesquisa

Avaliando a importância do processo de planejamento para empreendedores

O questionário abaixo é um instrumento de pesquisa exclusivo para o Trabalho de Conclusão de Curso de administração da UFRJ do aluno Cayan Augusto, orientado pelo Prof. Dr. André Barcaui, que tem como principal objetivo investigar a importância do processo de planejamento para a sobrevivência de micro e pequenas empresas na percepção dos futuros empreendedores. Ressalta-se que as informações são totalmente anônimas e confidenciais. Portanto, peço que, por favor, responda da maneira mais fidedigna possível. Em caso de dúvidas, sinta-se à vontade para entrar em contato através do e-mail cayan.infantino@gmail.com.

Desde já, muito obrigado!

Fonte: elaborado pelo autor

3.5 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

Após a finalização da aplicação do instrumento de pesquisa os dados foram transportados para uma planilha no formato .xls o que possibilitou que tratamento dos dados fosse feito no software *Microsoft Excel*, onde foi utilizada as ferramentas de filtro e fórmulas do software para a aplicação de estatística descritiva para tabular e cruzar os dados relacionados a investigação da população estudada, criando tabelas que possibilitaram a relação das variáveis demográficas com as variáveis resultantes das perguntas dos principais objetivos deste estudo.

4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Esta seção tem como objetivo fazer uma análise dos dados e resultados dos 51 participantes que se encaixaram nos requisitos da amostra (futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes). O enfoque aqui presente está direcionado para os objetivos principal e específicos da pesquisa que constituiu-se de 9 perguntas na 3ª seção do questionário e fora antecedido da pergunta de filtro (1ª seção) e das perguntas de dados demográficas (2ª seção), dentre estas encontram-se questões dicotômicas, de sim ou não, questões em escala *Likert*, que possibilita medir opiniões com um maior nível de nuance, e uma pergunta aberta ao final.

4.1 PLANO DE NEGÓCIOS

Vale ressaltar, que o questionário se iniciou com 2 perguntas para medir prematuramente o nível em que os respondentes se encontravam com relação ao tema tratado na pesquisa. E através destas pode-se afirmar que 100% (51) da amostra ao menos já tinha ouvido falar em plano de negócios, no entanto quando perguntados se sabiam exatamente do que se tratava não houve unanimidade, quando 94,1% (48) afirmaram que sim e 5,9% (3) afirmaram que não.

4.2 PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO TÉCNICO

Em uma das perguntas de *Likert* buscou-se investigar através de opções escaláveis como o respondente avalia a importância do conhecimento técnico para a realização de um plano de negócios. Na análise estatística os dados da presente questão foram cruzados com quatro dados demográficos (escolaridade, faixa etária, renda familiar e ocupação ou profissão) para que se fosse possível analisar se os padrões de respostas poderiam ser associados a determinados grupos encontrados na amostra.

Tabela 7 - Relação da importância do conhecimento técnico com a escolaridade

Em que grau de importância você colocaria o conhecimento técnico para a realização de um plano de negócios eficiente?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Ensino médio	-	-	-	-	3	3	6%
Ensino superior	-	-	2	13	24	39	76%
Pós-graduação	-	-	1	3	5	9	18%
total	0	0	3	16	32	51	100%
Percentual	0%	0%	6%	31%	63%	100%	%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 8 - Relação da importância do conhecimento técnico com a faixa etária

Em que grau de importância você colocaria o conhecimento técnico para a realização de um plano de negócios eficiente?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Menos de 18	-	-	-	-	1	1	2%
Entre 18 e 24	-	-	-	12	19	31	61%
Entre 25 e 34	-	-	2	4	10	16	31%
Entre 34 e 44	-	-	1	-	1	2	4%
Entre 45 e 54	-	-	-	-	-	0	0%
Entre 55 e 64	-	-	-	-	1	1	2%
total	0	0	3	16	32	51	100%
Percentual	0%	0%	6%	31%	63%	100%	%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 9 - Relação da importância do conhecimento técnico com a renda familiar

Em que grau de importância você colocaria o conhecimento técnico para a realização de um plano de negócios eficiente?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Menos de 1,5 salário mínimo	-	-	-	2	3	5	10%
Entre 1,5 e 3 salários mínimo	-	-	-	2	8	10	20%
Entre 3 e 6 salários mínimo	-	-	2	5	8	15	29%
Entre 6 e 9 salários mínimo	-	-	-	1	8	9	18%
Mais de 10 salários mínimo	-	-	1	6	5	12	24%
total	0	0	3	16	32	51	100%
Percentual	0%	0%	6%	31%	63%	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 10 - Relação da importância do conhecimento técnico com a ocupação / profissão

Em que grau de importância você colocaria o conhecimento técnico para a realização de um plano de negócios eficiente?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Estudante	-	-	-	9	14	23	45%
Profissional autônomo ou MEI	-	-	-	2	4	6	12%
Profissional de carteira assinada	-	-	2	4	9	15	29%
Tenho minha própria empresa	-	-	1	2	4	7	14%
total	0	0	3	17	31	51	100%
Percentual	0%	0%	6%	33%	61%	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor

4.3 PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DA EXPERIÊNCIA NO MERCADO

Em outra pergunta de Likert investigou-se através de opções escaláveis como o respondente avalia a importância da experiência no mercado para a realização de um plano de negócios. Na análise estatística os dados também foram cruzados com quatro dados demográficos (escolaridade, faixa etária, renda familiar e ocupação ou

profissão) para analisar os possíveis padrões de respostas que podem estar associados a determinados grupos encontrados na amostra.

Tabela 11 - Relação da importância da experiência no mercado com a escolaridade

Em que grau de importância você colocaria a experiência em determinado mercado para a realização de um plano de negócios do mesmo ramo?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Ensino médio	-	-	-	1	2	3	6%
Ensino superior	-	-	5	16	18	39	76%
Pós-graduação	-	-	-	4	5	9	18%
total	0	0	5	21	25	51	100%
Percentual	0%	0%	10%	41%	49%	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 12 - Relação da importância da experiência no mercado com a faixa etária

Em que grau de importância você colocaria a experiência em determinado mercado para a realização de um plano de negócios do mesmo ramo?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Menos de 18	-	-	-	-	1	1	2%
Entre 18 e 24	-	-	2	12	17	31	61%
Entre 25 e 34	-	-	2	7	7	16	31%
Entre 34 e 44	-	-	-	1	1	2	4%
Entre 45 e 54	-	-	-	-	-	0	0%
Entre 55 e 64	-	-	1	-	-	1	2%
total	0	0	5	20	26	51	100%
Percentual	0%	0%	10%	39%	51%	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 13 - Relação da importância da experiência no mercado com a renda familiar

Em que grau de importância você colocaria a experiência em determinado mercado para a realização de um plano de negócios do mesmo ramo?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Menos de 1,5 salário mínimo	-	-	-	3	2	5	10%
Entre 1,5 e 3 salários mínimo	-	-	1	5	4	10	20%
Entre 3 e 6 salários mínimo	-	-	2	5	8	15	29%
Entre 6 e 9 salários mínimo	-	-	2	2	5	9	18%
Mais de 10 salários mínimo	-	-	-	6	6	12	24%
total	0	0	5	21	25	51	100%
Percentual	0%	0%	10%	41%	49%	100	%

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 14 - Relação da importância da experiência no mercado com a ocupação / profissão

Em que grau de importância você colocaria a experiência em determinado mercado para a realização de um plano de negócios do mesmo ramo?							
Escala (opções)	1	2	3	4	5		
	Nada importante	Pouco importante	Parcialmente importante	Importante	Muito importante	Total	Percentual
Estudante	-	-	1	11	11	23	45%
Profissional autônomo ou MEI	-	-	-	3	3	6	12%
Profissional de carteira assinada	-	-	3	4	8	15	29%
Tenho minha própria empresa	-	-	-	3	4	7	14%
total	0	0	4	21	26	51	100%
Percentual	0%	0%	8%	41%	51%	100	%

Fonte: Elaborado pelo autor

4.4 PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS

Através de duas perguntas dicotômicas, de sim ou não, pôde-se avaliar que 100% (51) dos respondentes percebem que um plano de negócios pode causar impactos na sobrevivência de uma micro ou pequena empresa e também 100% (51) dos respondentes percebem o grau de qualidade do mesmo pode causar implicações na sobrevivência desta mesma. No entanto, quando perguntados se um plano de

negócios poderia evitar ou mitigar alguns problemas comuns em micro ou pequenas empresas, 96,1% (49) dos respondentes alegaram que sim enquanto 3,9% (2) alegaram que não.

4.5 PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO TEMPO DE ELABORAÇÃO

Através de duas perguntas dicotômicas, de sim ou não, pôde-se avaliar se o tempo investido na elaboração de um plano de negócios pode causar impactos na sobrevivência do mesmo na percepção dos respondentes, 90% (46) dos respondentes alegaram que sim e os demais 10% (5) alegaram que não. Estes dados foram cruzados com as características demográficas de escolaridade e faixa etária respectivamente nas duas tabelas a seguir.

Tabela 15 - Relação da importância do tempo de elaboração com a escolaridade

Você acredita que o tempo investido na elaboração de um plano de negócios pode causar impactos na sobrevivência de uma micro ou pequena empresa?				
Escala (opções)	1	2		
	Sim	Não	total	Percentual
Ensino médio	3	-	3	6%
Ensino superior	35	4	39	76%
Pós-graduação	8	1	9	18%
total	46	5	51	100%
Percentual	90%	10%	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 16 - Relação da importância do tempo de elaboração com a faixa etária

Você acredita que o tempo investido na elaboração de um plano de negócios pode causar impactos na sobrevivência de uma micro ou pequena empresa?				
Escala (opções)	1	2		
	Sim	Não	total	Percentual
Menos de 18	1	-	1	2%
Entre 18 e 24	29	2	31	61%
Entre 25 e 34	14	2	16	31%
Entre 35 e 44	2	-	2	4%
Entre 45 e 54	-	-	0	0%
Entre 55 e 64	-	1	1	2%
total	46	5	51	100%
Percentual	90%	10%	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor

4.6 PRINCIPAIS MOTIVAÇÕES

A fim de entender um pouco mais as características da minha amostra, a conclusão da 3ª seção do questionário foi feita com uma pergunta aberta onde o respondente era questionado sobre o que levou você a querer empreender e podia responder com as suas próprias palavras.

Dentre as mais diversas características, objetivos e anseios pode-se resumir na grande maioria das respostas os seguintes elementos: motivação intrínseca, autonomia, independência financeira, vontade de ter o próprio negócio, ser seu próprio chefe, buscar desafios, estruturar o trabalho da maneira que gosta, ajudar a melhorar o mundo ou a comunidade em que vive, trazer inovação para o mercado, buscar a própria empregabilidade, conseguir renda uma alternativa, trabalhar com o que gosta, oportunidade de investimento, vontade de criar algo próprio e personalizado, realizar um sonho e decepção com as empresas já existentes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo pôde-se entender que apesar dos apontamentos dos mais diversos autores, como Chiavenato (2007) que aponte que empreendedores tendem a negligenciar o passo inicial do planejamento do negócio a grande maioria dos futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes enxergam valor no plano de negócios, alegam ter consciência dos seus impactos e das implicações dos mesmo nas micro e pequenas empresas.

No entanto, nesta pesquisa encontra-se primeiramente as limitações do método quantitativo, ou seja, não foram consideradas as informações que não possam vir a ser traduzida em números ou intervalos. O objetivo foi identificar quais fatores são mais ou menos considerados pela nossa amostra em fase de pré-abertura do próprio negócio. Outra limitação aconteceu no questionário, ao se deparar com respostas fechadas (múltipla – escolha) o entrevistado pode ter optado pela resposta que mais se aproxime, ainda que não seja a resposta exata.

E ainda o público aqui pesquisado não é tão representativo da população brasileira, seja pela escolaridade, já que 96,1% dos indivíduos estão cursando ou concluíram o ensino superior ou a pós-graduação, ou pela localidade, já que 82,4% indivíduos são residentes do estado do Rio de Janeiro.

Sugere-se que outros pesquisadores e/ou instituições façam estudos quantitativos sem as limitações que encontraram-se presentes na pesquisa ou estudos qualitativos para entender com futuros empreendedores ou empreendedores iniciantes para entender mais de perto, como um dos principais fatores que influencia mortalidade precoce das micro e pequenas empresas segundo com Ferreira et al. (2012) é visto por essa amostra.

E assim contribuir para criar mais embasamento que possa diagnosticar os principais motivos de pelo menos 1 em cada 5 empresas fecharem as portas após 5 anos de funcionamento (IBGE, 2019).

6 BIBLIOGRAFIA

ALVES, J. D. C.; DIAS, N. T.; MONSORES, G. L. Consultoria empresarial como ferramenta estratégica de desenvolvimento em pequenas empresas. **Anais do XII Simpósio de excelência em gestão e tecnologia–SEGeT**, Rezende/RJ, v. 12, 2015.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito**. 2°. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DE ARAÚJO, F. E.; DE MORAIS, F. R.; DE SOUZA PANDOLFI, E. A fábula dos mortos-vivos: Determinantes de mortalidade empresarial presentes em micro e pequenas empresas ativas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 8, n. 2, p. 250-271, 2019.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5°. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2015.

DORNELAS, J. **Plano de negócios: seu guia definitivo**. 2°. ed. São Paulo: Empreende, 2016.

DUTRA, I. S.; PREVIDELLI, J. J. Fatores condicionantes da mortalidade de empresas: um estudo dos empreendedores de micro e pequenas empresas paranaenses. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)**, v. 3, n. 1, p. 29-50, 2005.

FERREIRA, L. F. F. et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão & Produção**, São Paulo, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.

IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2017**. IBGE. Rio de Janeiro. 2019.

MORAIS, A. R. F. D. **Academias de crossfit de Mossoró: um estudo sobre a utilização da ferramenta plano de negócios como estratégia mercadológica.** [S.I.]. 2018.

NIELSEN, F. A. G.; DE FARIA OLIVO, R. L.; MORILHAS, L. J. **Guia prático para elaboração de monografias, dissertações e teses em administração.** São paulo: Saraiva Educação, 2018.

ORTIGARA, A. Â. **Causas que condicionam a mortalidade e/ou o sucesso das micro e pequenas empresas no Estado de Santa Catarina.** [S.I.]. 2006.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio.** Brasília: SEBRAE, 2007.

SALIM, C. S. **Construindo Planos de Empreendimentos - Negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento local.** Rio de janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, E. A. D.; SILVA, C. E. OS MODELOS DE PLANO DE NEGÓCIOS E SUA RELEVÂNCIA PARA SUSTENTABILIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 3, n. 1, 2012.

SCHUMPETER, J. A. **TEORIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.** São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil.** SEBRAE. [S.I.]. 2016.

SEBRAE. **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos.** SEBRAE / Marco Aurélio Bedê (coordenador). São Paulo. 2004.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **10 Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas.** SEBRAE-SP. São Paulo. 2008.

VALENCIANO SENTANIN, L. H.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**, v. 6, n. 4, p. 685-693, 2005.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração.** 6°. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 16° Ed. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

