



Universidade Federal da Paraíba
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas
Campus IV – Litoral Norte – Mamanguape
Coordenação do Curso de Ciências Contábeis



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO: TCC 2

Aluna: Fabiana Ilka de Queiroz – UFPB – fabianailka.fiq@hotmail.com

Orientador: Prof^a. Ms. Isabelle Carlos Campos Rezende – UFPB –
isabellemestrado@gmail.com

Membro: Prof^a. Dr^a. Edilane do Amaral Heleno – UFPB

Membro: Prof^a. Msc. Marília Raulino – UFPB

A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE ESCRITÓRIO CONTÁBIL: ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS DISCENTES DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar a contribuição da elaboração de um plano de negócio na decisão de implantação ou não de um escritório de contabilidade, sendo utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. Para coletar os dados foi elaborado um questionário estruturado, aplicado com os alunos do curso de Ciências Contábeis, da UFPB, Campus IV-Litoral Norte, matriculados no semestre 2018.1. Sendo assim, a amostra foi composta por 120 discentes, correspondendo a 29,93% do universo. Dessa maneira, após o levantamento dos dados pode-se constatar, com relação ao perfil, que a maioria dos alunos, que fizeram parte do estudo, são do sexo masculino, solteiros, cursavam o terceiro, quinto e sexto período e tinham idade de 18 a 32 anos. Conclui-se que a maioria dos discentes tem interesse em montar um escritório de contabilidade, consideram importante a implantação de um plano de negócio, apontando como principais elementos da etapa, primeiramente, analisar o mercado, seguido de investimento, clientes e localização da empresa. Observou-se que o plano de negócio é uma ferramenta fundamental para o planejamento.

Palavras-chave: Plano de negócio. Escritório de contabilidade. Discentes.

1 Introdução

Com a globalização, as empresas necessitam buscar estratégias organizacionais, para alcançar níveis de qualidade e produtividade, com relação a prestação de serviços, para manter a competitividade. Nesse sentido, não é diferente, quando se trata de escritórios de contabilidade, entidade dotada de personalidade jurídica, e precisa acatar seus clientes de forma plena, visando atender as suas necessidades.

O escritório de contabilidade é uma entidade jurídica, dotada de profissionais da área de contabilidade, que tem como finalidade prestar serviços contábeis no âmbito fiscal, tributário, contábil, pessoal, como também, na prestação de serviços de auditoria e perícia, preservando e salvaguardando o controle patrimonial das entidades, bem como auxiliar gestores no processo de tomada de decisões (MARION, 2018).

Diante disso, o plano de negócios surge como uma ferramenta, que pode ser indicada para qualquer tipo de empresa, sendo um documento que descreve o planejamento empresarial, estipulando os objetivos a serem atingidos, quais os passos que devem ser dados para alcançá-los, auxilia no levantamento de informações detalhadas sobre os produtos, serviços ofertados e os concorrentes. Pode-se dizer que o plano de negócios auxilia os empreendedores que precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada (DORNELAS, 2012).

É possível mencionar que, quando o profissional da área contábil tem uma visão empreendedora, o mesmo pode provocar habilidades para transformar ideias e oportunidades em negócios, estando atento as novas tendências e buscando se adaptar ao mercado que atuam seus clientes (usuários das informações contábeis).

O empreendedorismo, para Fillion (2004, p.65) é entendido como “o processo pelo qual se faz algo novo (algo criativo) e algo diferente (algo inovador) com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade”. A competitividade existente no mercado faz com que as organizações tenham a necessidade da assessoria de profissionais qualificados, para os auxiliarem a se manterem no mercado, e um dos profissionais que podem ofertar esse auxílio é o contador, através de suas informações, conhecimentos e com a prestação de seus serviços em escritórios contábeis.

No contexto de que o plano de negócios, também conhecido por plano empresarial, é um documento que mostra o que deve ser feito e como deve ser feito para que os objetivos almejados pela empresa sejam conquistados, de modo que não sejam cometidos erros no mercado (CRUZ; SILVA; VENDRAME, 2015).

Estudo realizado por Nogueira e Almeida (2011) demonstrou a importância do Plano de Negócios e do Planejamento Estratégico abordando o uso do BSC (*Balanced Scorecard*) enquanto ferramenta estratégica aplicada à escola do Design, tanto para micro e pequenas como para as grandes empresas, que buscam sua vantagem competitiva. Deste modo levantou-se o seguinte problema de pesquisa: **De que forma a elaboração de um plano de negócios pode contribuir na decisão de implantação ou não de um escritório de contabilidade?**

Visando responder ao problema de pesquisa, o objetivo deste estudo foi identificar a contribuição da elaboração de um plano de negócio na decisão de implantação ou não de um escritório de contabilidade. Assim, como justificativa mencionou-se a importância da elaboração de um plano de negócios como diferencial competitivo nas realizações de atividades em escritório contábil, tendo o contador uma visão empreendedora, buscando alternativas de se diferenciar no mercado de trabalho, para auxiliar os seus clientes nas tomadas de decisões organizacionais.

A escolha do dos discentes do curso de contabilidade, da UFPB, Campus IV, Litoral Norte, se motivou pois, o Campus IV foi criado no ano de 2005 a partir do “Programa Expandir”, tendo suas atividades iniciadas no ano de 2006, com a aprovação pelo MEC do projeto da UFPB. A implantação do mesmo, nas cidades de Mamanguape e Rio Tinto, é voltada às necessidades da vida educacional, cultural, social e econômica dos habitantes do Vale do Mamanguape e municípios vizinhos. E o curso de Ciências Contábeis iniciou no ano de 2006, funcionando no período noturno, tendo como duração do curso no mínimo 10 períodos e no máximo 15 períodos.

2 Fundamentação teórica

2.1 O empreendedorismo

O termo empreendedorismo se originou da palavra em inglês (*entrepreneurship*), e da palavra francesa (*entrepreneur*), usada no século XII, para designar aquelas pessoas ousadas que estimulavam o progresso econômico, mediante novas e melhores formas de agir (DORNELAS, 2014). Empreendedorismo é o principal fator do desenvolvimento econômico e social de um país (CRUZ; SILVA; VENDRAME, 2015).

Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve, realiza mudanças e inovações identificando oportunidades e buscando recursos para transformar conhecimentos em riquezas (SEBRAE, 2016), tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador, tendo em vista as necessidades das pessoas. Dessa forma, o instrumento específico do espírito empreendedor é a inovação, a busca constante pelas mudanças e as fontes das oportunidades que tais mudanças podem oferecer.

Ainda segundo dados do Sebrae (2016), nos países do BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China), o Brasil tem a população mais empreendedora, com 17,5% de empreendedores em estágio inicial, a China teve 14,4%, a Rússia 3,9%, enquanto a Índia não participou da pesquisa nos últimos 2 (dois) anos. No fim de 2016 eram 7,1 milhões de empresas e em abril de 2017 alcançou-se o número de 8,7 milhões. De acordo com estatísticas apresentadas pelo Sebrae (2016) houve um crescimento de MPE's de 26% de 2016 para 2017.

Isso demonstra a importância destas empresas para a economia e para a sociedade em geral, que tem como incentivo as políticas do governo, como a criação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas em 2006, a implantação do Microempreendedor Individual (MEI) em 2009 e a ampliação dos limites de faturamento do Simples Nacional em 2018.

2.2 Contextualização sobre plano de negócios

O plano de negócios é um documento usado para auxiliar o empreendedor, com um negócio em estágio inicial ou não, descrevendo inicialmente no papel, uma ideia de negócio, para ser colocado em prática, sendo uma ferramenta que auxilia na monitoração do seu crescimento. A partir do plano de negócio, pode-se analisar que o mesmo servirá de subsídios para obtenção de informações, que possam garantir a execução da estratégia no processo organizacional, utilizado após a constituição do negócio. Sendo assim para Maximiano (2011) o plano de negócio é "uma descrição detalhada da empresa, de seu funcionamento e do que é necessário para sua instalação". Ou seja, o plano de negócio é a definição da empresa, antes mesmo da sua existência.

Empresas iniciadas sem planejamentos têm maiores chances de não obterem sucesso e fechando suas portas com até 2 anos de estabelecidas, além de não terem uma visão de futuro e uma estratégia de como atingir seus objetivos para se manter competitiva no mercado. Sendo assim, ao se estabelecer metas de crescimento para um negócio, fica notória a necessidade de se planejar cada passo que será dado para que o objetivo seja atingido.

Desta forma, o plano de negócios pode ser considerado um passo importante para a abertura ou expansão de um empreendimento. O empreendedor, muitas vezes, tem um plano em mente, mas para que esse empreendimento prospere, faz-se necessária a transformação dessas ideias em um documento formal (CHIAVENATO, 2012). De acordo com Hashimoto (2009) as vantagens de realizar um plano de negócio é ter a segurança de conhecer o empreendimento para poder testar ideias antes de começar a investir, tendo a perspectiva de onde quer chegar.

O plano de negócio deverá ser realizado em etapas com informações documentadas durante seu planejamento. Segundo Dornelas (2012, p.102), não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um plano de negócio, com tamanho ideal ou quantidade exata de

páginas, pois cada negócio tem particularidades e semelhanças, sendo impossível definir um modelo padrão de Plano de negócios e que o mesmo possa ser aplicado a qualquer empresa. O Plano de negócio deve ser organizado de forma simples, como mostra a figura 1.



Figura 1 Estrutura do plano de negócios.
Fonte: Adaptado de Dornelas (2012)

Dessa forma elaboração do plano de negócio pode ser benéfica para empresa de qualquer ramo ou porte, tendo como vantagens a sua realização para escritório de contabilidade.

2.3 Elaboração de plano de negócios de escritório de contabilidade

Para realizar a elaboração de plano de negócio de escritório de contabilidade é importante seguir etapas como analisar o mercado, a localização da empresa, exigências legais para abertura, estrutura ofertada, pessoal, equipamentos, matéria-prima/ mercadoria, organização do processo produtivo, automação, canais de distribuição, investimentos, capital de giro, custos, diversificação/ agregação de valor, divulgação, informações fiscais e tributárias. Para montar um plano de negócios de um escritório de contabilidade, é necessário começar com pesquisa para descrever os investimentos, os primeiros gastos regulares mensais, distribuição de cargos, o perfil do público-alvo, o mercado que pretende atuar, estimar o faturamento mensal, analisando os clientes potenciais e a demanda esperada da realização das atividades. Assim, o planejamento deve ser elaborado de acordo com a realidade local. Nesse aspecto, o plano de negócios tem como característica a fácil adaptação à realidade, podendo ser corrigido e/ou ajustado quando necessário (ROSA, 2007).

De acordo com dados do Sebrae (2016), o serviço contábil é o mais procurado entre os empreendedores, sendo a principal causa do fechamento de muitas empresas, a falta de um estudo aprofundado da contabilidade do empreendimento, resultando principalmente na falta de capital de giro para a sustentação do negócio.

As organizações independentemente do porte ou segmento, necessitam o acompanhamento constante do contador, principalmente, no início de suas atividades, pois será preciso realizar escrituração e registro de suas movimentações contábeis, lançadas em balancetes, balanços e demonstrações contábeis, quanto para garantir a regularidade fiscal junto às autoridades tributárias, tanto quanto para obtenção de financiamentos, crédito e também para a participação em licitações.

Nesse contexto, pode-se levantar o seguinte questionamento: Por que o contador tem que ser empreendedor? De acordo com os dados do CFC, no Brasil, existem 491 mil profissionais registrados e 82 mil escritórios ativos. Além disso, pesquisa realizada pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC, 2018), mostra que mais de 58% dos profissionais da classe contábil, atuam em empresas da iniciativa privada ou abrem o seu próprio escritório a ingressarem no serviço público. O campo de atuação da contabilidade é muito amplo, assim, ela é considerada como um sistema de informação estruturado que permite a empresa ou a pessoa física direcionar suas decisões no que diz respeito a sua saúde financeira (IUDÍCIBUS, 2010).

3. Procedimentos metodológicos

3.1 Caracterização da pesquisa

Este estudo utilizou a pesquisa exploratória e descritiva, pois teve como objetivo identificar a contribuição da elaboração de um plano de negócio na decisão de implantação ou não de um escritório de contabilidade. A pesquisa exploratória tem como objetivo permitir a compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador, buscando por meio dos seus métodos e critérios, uma proximidade da realidade do objeto estudado. Neste tipo de pesquisa não existem ainda muitas informações sobre o tema analisado (MALHOTRA, 2001).

Por outro lado, a pesquisa descritiva, que é considerada mais detalhada, observa os fenômenos procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los, caracteriza-se, também, pelo interesse em descobrir e observar fenômenos, sem a interferência do investigador que apenas os descreve (RUDIO, 1992). A pesquisa descritiva pode utilizar de estudos longitudinal e transversal, sendo usado neste caso, o estudo transversal, onde as informações são coletadas somente uma vez no tempo. Cabe ressaltar que também foi usada a abordagem quantitativa e qualitativa.

3.2 População e amostra

A definição da população deste trabalho correspondeu ao total de 401 alunos (100% do universo), matriculados no semestre 2018.1, no Curso de Ciências da UFPB, Campus IV-Litoral Norte. Porém, desse total de alunos foram investigados os discentes que estavam cursando entre o 3º período e o 10º período do curso, além dos desbloqueados. A justificativa de escolha desses períodos se deu em função dos alunos do curso terem vistos assuntos relacionados com temas em administração.

Sendo assim, é importante salientar que, após aplicação do questionário, a amostra representou 29,93% do universo, correspondendo a 120 alunos. A pesquisa foi aplicada no dia 15 de agosto de 2018, com a entrega de um questionário para cada aluno, no horário noturno das 19:00 às 22:00 horas, com a presença do pesquisador. Não foi feito nenhum pré-teste, como também não foram levantadas dúvidas, nas questões, pelos respondentes.

3.3 Estratégias de coleta e tratamento dos dados

A condução da pesquisa buscou a preocupação de produzir conhecimento válido, confiável e de maneira ética. Como toda pesquisa descritiva, científica, requer o levantamento de dados, análise e exposição de resultados, não foi diferente neste estudo, que adotou como

método de coleta de dados a elaboração de um questionário estruturado baseado na literatura sobre o assunto sendo elaborado pelo pesquisador.

Para a elaboração do mesmo, foi levada em consideração a identificação de dados e variáveis fundamentais para compor as questões e a avaliação de questões formuladas quanto à clareza da redação e ordenação das perguntas. Dessa maneira, o questionário foi dividido em 2 (dois) blocos, sendo o bloco 1 (um), referente ao perfil da amostra entrevistada e o bloco 2 (dois), referente a percepção dos alunos sobre a elaboração de plano de negócios para a implantação de um escritório de contabilidade. Assim, a pesquisa consistiu em abordar, pessoalmente, os alunos em sala de aula, nos respectivos períodos do curso de Ciências Contábeis UFPB-Campus IV-LN.

Por fim, a análise dos dados foi trabalhada com a utilização do programa *Excel*, sendo utilizada a estatística descritiva (frequência absoluta e relativa) e os resultados foram apresentados em tabelas e gráficos de fácil visualização e entendimento, oferecendo condições de simplificar os dados obtidos em campo.

4 Apresentação dos dados e discussão dos resultados

Os resultados obtidos na pesquisa foram representados nas seções seguintes, mantendo-se a confidencialidade dos discentes. Os mesmos foram traduzidos em números e as questões abertas foram representadas de forma discursivas, no intuito de demonstrar qualitativamente as principais justificativas recebidas. Sendo assim, algumas respostas podem apresentar a soma das porcentagens superior a 100%, uma vez que, em algumas perguntas, o discente pode selecionar mais de uma alternativa.

4.1 Análise do 1º Bloco: caracterização do perfil do respondente

4.1.1 Quanto ao Gênero

De acordo com o questionário aplicado, com os discentes do curso de Ciências Contábeis UFPB- Campus IV, correspondendo ao universo entrevistado, da referente pesquisa uma amostra de 120 discentes, verificou-se na tabela 1, a predominância do gênero masculino, totalizando 67%, em relação ao gênero feminino, que obteve um percentual de 33% dos entrevistados.

Tabela 1 Gênero do respondente

Gênero	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
Masculino	80	66,67%
Feminino	40	33,33%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Estes dados podem ser comparados, com os publicados no portal do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), o qual constatou-se que no Estado da Paraíba, verifica-se o número de Contadores e Técnicos ativos, do gênero masculino de 3.467 e do gênero feminino de 2.628, correspondendo, respectivamente, ao percentual de 57% e 43%. Pode-se inferir que a procura pelo curso de Ciências Contábeis está sendo aos poucos ocupada por mulheres.

4.1.2 Quanto ao Estado Civil

Conforme a tabela 2, verifica-se as informações referentes ao estado civil dos discentes, correspondendo a população entrevistada. Observou-se uma incidência maior de pessoas solteiras perfazendo um percentual de 84,15% e 13,41% dos entrevistados são casados, bem como 2,44% são divorciados.

Tabela 2 Estado Civil do respondente

Estado civil	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
Solteiro	101	84,15%
Casado	16	13,41%
Divorciado	3	2,44%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

4.1.3 Quanto ao Período que está cursando

Ao analisar a tabela 3, observou-se que o questionário não consta a participação dos alunos do P1 e P2 do curso de Ciências Contábeis, pelo fato de não terem vistos assuntos relacionados a área de administração.

Tabela 3 Período que está cursando

Período que está cursando	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
P3	28	23,34%
P4	5	4,16%
P5	23	19,17%
P6	18	15,00%
P7	7	5,83%
P8	10	8,33%
P9	5	4,17%
P10	12	10,00%
Desblocados	12	10,00%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Assim, constatou-se que a maioria dos estudantes que responderam ao questionário, cursavam o P3, correspondendo a 23,34% do total, seguidos dos alunos do P5 com participação de 19,17% e P 10, juntamente com os desblocados com representatividade de 10% cada, enquanto que o P4 e o P9 apresentaram 4,16% e 4,17% respectivamente.

4.1.4 Quanto a faixa etária

Com a apresentação dos dados da tabela 4, verificou-se a distribuição da idade dos entrevistados tendo uma incidência maior de pessoas na faixa etária de 18 a 25 anos, correspondendo 54,88 % dos entrevistados, enquanto que 32,93 % tinha idade de 26 a 32 anos. Observou-se também que a menor parte dos respondentes tinham de 33 a 40 anos, representando 12,19%.

Tabela 4 Faixa Etária

Idade	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
De 18 a 25 anos	66	54,88%
De 26 a 32 anos	39	32,93%
De 33 a 40 anos	15	12,19%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Relacionando a tabela 4 com a tabela 2, pode-se fazer inferência que a maioria dos discentes com faixa etária de 18 a 25 anos são solteiros.

4.1.5 Quanto a cidade onde reside

Através da análise da tabela 5 nota-se a diversidade de cidades que o Campus IV atingi em suas atividades. Assim, uma das possíveis explicações aos resultados obtidos se dá ao fato já explanado na seção denominada como caracterização do ambiente de pesquisa, em que o Campus IV da UFPB, foi criado com intuito de suprir às necessidades da vida educacional e econômica dos habitantes do Vale do Mamanguape e dos 22 municípios vizinhos.

Tabela 5 Cidade onde reside

Cidade onde reside	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
Mamanguape	39	32,50%
Rio Tinto	20	16,67%
Guarabira	13	10,83%
João Pessoa	3	2,5%
Itapororoca	3	2,5%
Jacaraú	3	2,5%
Araçagi	2	1,67%
Curral de Cima	2	1,67%
Lagoa de Dentro	3	2,5%
Marcação	3	2,5%
Pirpirituba	3	2,5%
Mataraca	4	3,33%
Capim	3	2,5%
Nova Cruz	4	3,33%
Sapé	4	3,33%
Baía da Traição	4	3,33%
Cabedelo	2	1,67%
Sertãozinho	2	1,67%
Santa Rita	2	1,67%
Recife	1	0,83%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Os resultados demostram que o curso de Ciências Contábeis consegue atrair alunos de diversos municípios do Estado da Paraíba. Dentre as cidades que possuem maior número de discentes, no curso de Ciências Contábeis, são Mamanguape com 32,50%, Rio Tinto com 16,67% e Guarabira 10,83%.

4.1.6 Interesse em montar um escritório contábil

O gráfico 1, mostra os dados obtidos em relação ao interesse dos discentes, em montar um escritório contábil. Nesse sentido, observa-se que 61,00% dos alunos, do curso, têm interesse em montar o seu próprio escritório de contabilidade, podendo ser empreendedores. Pesquisas realizadas pelo Sebrae (2016) evidenciou que o Brasil é um dos países com maior tendência para o empreendedorismo, ocupando a primeira posição entre aqueles que planejam concretizar o sonho do negócio próprio e neste estudo, é possível verificar que a maioria dos discentes almejam desenvolver os serviços contábeis, por meio do escritório.

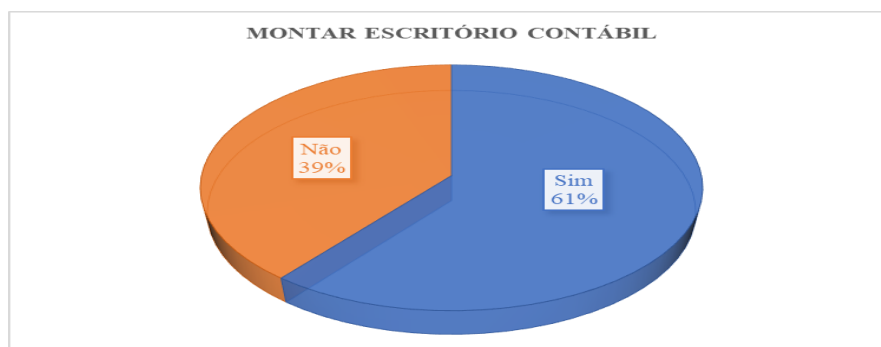


Gráfico 1 Interesse dos discentes em montar um escritório de contabilidade
Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Vale salientar que, 39,00% dos discentes, não tem interesse em montar seu próprio escritório, levando a inferir que eles podem optar por concurso público, trabalhar em empresa privada, ser professor, ou ocupar outras funções. Assim, o contador para ter sucesso, não deve ter apenas boas ideias e inovações para o mercado, mas, uma atuação de forma que desempenhe suas atividades, visando auxiliar os usuários das informações contábeis no processo de tomada de decisão. Segundo dados do Sebrae (2016) o serviço contábil é o mais procurado entre os empreendedores, pois uma das causas do fechamento de muitas empresas é a falta de capital de giro para a sustentação do negócio.

4.2 Análise do 2º Bloco - Percepção dos alunos sobre a implantação de plano de negócios

4.2.1 Considera a implantação de plano de negócios em escritório de contabilidade relevante?

Com a apresentação dos dados, da tabela 6, verifica-se que 96,67% consideram importante, a implantação de um plano de negócio em escritório de contabilidade, tendo como uma das justificativa que o planejamento é fundamental, independente da atividade a qual irá se realizar, ou seja, qualquer ramo. Nesta questão, o discente tinha um espaço para justificar sua escolha. Assim, a grande maioria dos alunos, afirmaram que o plano de negócio serve para organizar os passos que o profissional contábil irá seguir no seu escritório, diante das oscilações socioeconômicas e de mercado, levando em consideração a burocracia, podendo viabilizar na diversificação da atividade contábil, bem como sua implantação trazendo maior eficiência e maximização dos resultados, dos processos, exercidos no negócio e porque o plano de negócios é importante para traçar o objetivo do escritório.

Tabela 6 Considera a implantação de plano de negócios em escritório de contabilidade relevante

Implantação de plano de negócios relevante	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
Sim	116	96,67%
Não	4	3,33%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Ainda elencando as justificativas dos que responderam “sim” destacam-se, também, que os discentes apontaram que, um bom planejamento pode render bons frutos, é uma ferramenta fundamental para a tomada de decisão, pois tudo que se deseja deve ser planejado, podendo o negócio ter grande chance de dar certo. Também foi apontado que o plano de negócio visa facilitar o andamento da empresa, auxilia na avaliação patrimonial, na administração do negócio e na competitividade. Os discentes disseram que, também, podem por em prática, no escritório, o que aprendeu ao longo do curso sobre plano de negócios. Já no que se refere aos alunos que optaram por não (39,17%), os mesmos afirmaram a existência de muitos escritórios.

4.2.2 Em sua opinião plano de negócios é:

Observa-se, na tabela 7, que os discentes tinham a opção de escolher uma ou mais alternativa, sendo verificado que a maioria dos discentes, que correspondeu a 48,33%, apontaram plano de negócio como sendo uma ferramenta de análise da situação do mercado, se o produto ou serviço ofertado possui demanda e conhecer o público alvo, seguido de 44,17%, que marcaram que o plano de negócio é uma forma de conhecer o seu negócio pelos melhores ângulos internos e externos.

Tabela 7 Opinião dos discentes sobre plano de negócios

Plano de negócios é?	FA	FR
a) Uma ferramenta de análise da situação do mercado, se o produto ou serviço ofertado possui demanda e conhecer o público-alvo.	58	48,33%
b) Uma forma de conhecer o seu negócio pelos melhores ângulos: internos e externos.	53	44,17%
c) Um documento usado para auxiliar o empreendedor com um negócio em estágio inicial ou não, descrevendo inicialmente no papel, uma ideia de negócio para ser colocado em prática.	47	39,17%
d) A possibilidade de atrair atenção de investidores, fazendo com que eles conheçam o máximo possível como o negócio será gerido e como seus recursos financeiros serão aplicados avaliando os riscos e o retorno do investimento.	35	29,17%
e) O melhor instrumento para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor.	34	28,33%
f) Não tenho conhecimento	8	6,7%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Vale enfatizar que 39,17% apontaram plano de negócio como um documento usado para auxiliar o empreendedor com um negócio em estágio inicial ou não, descrevendo inicialmente no papel, uma ideia de negócio para ser colocado em prática. Cabe destacar que, apenas, 6,7%, dos discentes assinalaram que não tem conhecimento sobre o conceito de plano de negócios, sendo corroborado com a tabela 6, quando os mesmos discentes justificam a relevância de um plano de negócio implantado em escritório de contabilidade.

4.2.3 As etapas de um plano de negócios

Através da análise dos dados da tabela 8, pode-se apontar que os discentes escolheram como etapas de um plano de negócios, primeiramente, analisar o mercado (81,67%), seguido de investimento (48,33%), clientes (44,17%) e localização da empresa (41,67%). Ao relacionar as informações obtidas nesta questão, com os resultados da tabela 7, sobre o conceito de plano de negócios, verifica-se que a opção mais apontada pelos alunos sobre o conceito de plano de negócios foi a obtenção de informações do mercado, realizando análise de aceitação dos serviços ofertados.

Dessa maneira, menciona-se que no mercado atual, bastante competitivo, controlar os negócios, em tempo hábil, torna-se imprescindível no processo de tomadas de decisão. Além disso, ao colocar o negócio em prática, o empreendedor pode usar o planejamento em investimentos para diversos fins, como exemplo: acompanhar as contas, saber se há lucro ou prejuízo, tomar providências para nivelar o orçamento e fazer investimentos.

Tabela 8 As etapas de um plano de negócio

Etapas de um plano de negócio	FA	FR
Analisar o mercado	98	81,67%
Investimentos	58	48,33%
Cliente	53	44,17%
A localização da empresa	50	41,67%
Honorários contábeis	45	37,50%
Organização do processo produtivo	43	35,83%
Estrutura ofertada	41	34,17%
Pessoal (Funcionários)	41	34,17%
Capital de giro	40	33,33%
Exigências legais para abertura	38	31,67%
Matéria Prima/ Mercadoria	35	29,17%
Exigências legais e específicas	33	27,00%
Canais de distribuição	26	21,67%
Não tenho conhecimento	23	19,17%
Horário de trabalho	22	18,33%
Equipamentos	20	17,00%
Automação	12	10,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Quanto a opção menos apontada destaca-se automação com 10,00%, que refere-se ao sistema e controle de operacionalização dentro das organizações, por meio de dispositivos mecânicos ou eletrônicos. E por fim, 19,17% disseram não ter conhecimento das etapas de um plano de negócio.

4.2.4 Vantagens de implantar um plano de negócios em escritórios de contabilidade

De acordo com os dados da tabela 9, constatou-se que a maior parte dos alunos, 69,17%, avaliam como vantagem de implantar um plano de negócio, o planejamento que o contador pode realizar ao testar e validar sua ideia antes de começar a investir com total segurança. De acordo com Dornelas (2012) o que se espera de um plano negócios é que o

empreendedor traduza os passos e atividades rotineiras do processo de empreender, em um documento que sintetize e explore as potencialidades de seu negócio, bem como os riscos inerentes. O plano de negócios auxilia no desenvolvimento da empresa a curto, médio e longo prazo (PEREIRA; CEBALLOS, 2004).

Tabela 9 Vantagens de implantar um plano de negócios em escritório de contabilidade

Vantagens de implantar um plano de negócio	FA	FR
Ao planejar o contador irá poder testar e validar sua ideia, antes de começar a investir com total segurança.	83	69,17%
Perspectiva de onde quer chegar.	47	39,00%
Para compreender o seu posicionamento no mercado.	41	34,15%
Para observar o crescimento estruturado e o acompanhamento de resultados	40	33,00%
No intuito de aumentar as chances de atingir os clientes certos.	38	32,00%
Controle financeiro do negócio.	28	23,33%
Conseguir investidores e/ou apoiadores.	25	20,83%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

É importante mencionar que um plano de negócios torna-se relevante para o controle financeiro do empreendimento, quando tentar prever situações em que a empresa irá se deparar, agindo para maximizar os resultados e minimizar pontos prejudiciais (DORNELAS, 2012). Contudo, trazendo para a realidade do estudo, nota-se que o controle financeiro do negócio foi a alternativa menos escolhida pelos alunos (23,33%), como vantagem de implantar um plano de negócio, em escritório de contabilidade. Seguindo, conseguir investidores e/ou apoiadores, se apresentou como uma das vantagens, como a opção menos apontadas pelos alunos com o percentual de 20,83%.

4.4.5 Desvantagens de implantar um plano de negócios em escritórios de contabilidade

Analisando os dados obtidos na tabela 10, a maioria dos alunos apontaram que não existe desvantagem para implantar um plano de negócios, em escritório de contabilidade, correspondendo a 71,67%.

Tabela 10 Desvantagens de implantar um plano de negócios em escritórios de contabilidade

Desvantagens de implantar um plano de negócios	FA	FR
Não existe desvantagem	86	71,67%
Informações incompletas	41	34,15%
Falta de aprendizado sobre o seu negócio	38	31,66%
Tempo que gastará corrigindo plano de negócios	32	26,67%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Todavia, a maior desvantagem apontada pelos alunos foi informações incompletas, que teve um percentual de 34,15%, corroborando quando se pode inferir que, é necessário qualquer empreendimento ter o levantamento de informações precisas, quando se deseja implantar um plano de negócio e alcançar metas.

4.4.6 A implantação de um plano de negócio em escritório de contabilidade se faz necessário com a consultoria de um Administrador

Conforme a tabela 11, verificou-se que 56% dos discentes afirmaram a necessidade da consultoria de um Administrador, para realizar o plano de negócio, pois estes profissionais podem auxiliar na visão de negócio e seu *know-how* permitirá obter informações até por outras ferramentas de Administração, e por outros profissionais, que podem auxiliar na execução da atividade, tais como advogados e consultores de *marketing*. Desse modo, o Administrador irá observar o real motivo para a constituição de uma empresa, se é por ser empreendedor técnico, pois tem conhecimento na área, ou se possui outros interesses.

Nesta questão, os alunos também puderam justificar sua resposta. Dessa forma, os que apontaram sim, mencionaram que o administrador por possuir capacidade técnica, pode ajudar bastante, na elaboração do plano de negócio, pode apresentar melhor conhecimento na área, pois tem ciência mais geral de fatos importantes da empresa e do mercado. Foi mencionado, também, que o administrador pode orientar melhor quanto a sua visão empresarial e organizacional e os conhecimentos devem ser agregados com outros profissionais.

Tabela 11 Implantação de um plano de negócio em escritório de contabilidade com a consultoria de um Administrador

A implantação de um plano de negócio com a consultoria de um Administrador	FA	FR
Sim	67	56%
Não	53	44%
Total	120	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Entretanto, 44 % da amostra da pesquisa de 120 alunos, responderam que não, pois na sua concepção o contador é um profissional completo, tem conhecimento suficiente para realizar tal tarefa, conseguindo assumir o papel de administrador, resolvendo tudo. Os alunos mencionaram que ao longo da graduação existe a disciplina que orienta essa parte de implantação do plano de negócio.

4.4.7 O contador precisa ser empreendedor

Conforme a tabela 12, verifica-se que, 73% dos discentes informaram que o contador precisa ser empreendedor, podendo inferir que o contador deve ter vastos conhecimentos, ressaltando que apenas possuir os conhecimentos técnicos podem não ser suficientes para orientar seus clientes. Os alunos do curso de contabilidade afirmaram que o contador precisa saber como empreender em seu negócio e no de seus clientes, ter uma visão de mercado, não devendo ser um profissional limitado ao débito e ao crédito. Empreendedorismo também é inovação, atualização e criatividade, características necessárias para o contador.

Segundo Dornelas (2012) “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”, ou seja, o empreendedor é um visionário, que não busca fazer o mesmo, busca fazer algo novo. Assim, percebe-se que 27% disseram que o contador não precisa ser empreendedor, como mostra a tabela 13.

Tabela 12 O contador precisa ser empreendedor

O contador precisa ser empreendedor	Frequência Absoluta (FA)	Frequência Relativa (FR)
Sim	88	73%
Não	32	27%
Total	120	100%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Como algumas afirmativas dos alunos que optaram pelo “não”, destacam-se que os mesmos disseram que o contador não precisa ser empreendedor, pois é um profissional com amplo conhecimento e por existirem pessoas que já atuam nessa área.

4.4.8 Vantagem o contador ter uma visão empreendedora

De acordo com os dados obtidos, na tabela 13, verificou-se, que a maioria dos alunos (71,00%), apontaram como vantagem do contador ter uma visão empreendedora o fato do mesmo tornar-se um contador gerencial e não apenas registrar os atos e fatos administrativo. Seguindo esse raciocínio, 47,00% dos discentes escolheram, também, como vantagem, o fato de que existe uma necessidade das Universidades formarem contadores com pensamento de gestores e não somente operacionais.

Tabela 13 Vantagem do contador ter uma visão empreendedora

Vantagem do contador ter visão empreendedora	FA	FR
O contador tem que ter uma visão além do que apenas registrar os atos e fatos administrativos, tornando-se um contador gerencial	85	71,00%
Pelo fato que existe uma necessidade das Universidades formarem contadores com pensamentos de gestores e não somente operacionais	56	47,00%
Possuir uma visão de educação continuada	32	27,00%
O profissional contábil precisa ter uma visão autodidata para acompanhar a evolução da Ciência Contábil	25	21,00%
O contabilista precisa estar atualizado com recursos tecnológicos da computação	23	19,00%
O contador empreendedor tem que possuir como principal característica a sua perseverança na constituição do escritório	20	17,00%
Não existe vantagem, pois prefiro trabalhar para terceiros na iniciativa privada ou pública	7	6,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2018).

Entre a alternativa menos mencionada (6,00%) destaca-se não existir vantagem, pois o aluno prefere trabalhar para terceiros na iniciativa privada ou pública. Pode-se inferir que o contador com visão empreendedora possui grande habilidade para transformar ideias e oportunidades em negócios, estando sempre atento as novas tendências e buscando se adaptar ao mercado que atuam seus clientes e usuários das informações contábeis.

5. Considerações finais

Este estudo teve como objetivo identificar a contribuição da elaboração de um plano de negócio na decisão de implantação ou não de um escritório de contabilidade, sendo utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. Assim, após a análise dos resultados do estudo pode-se dizer que o objetivo inicial foi atingido, tendo como população da pesquisa os alunos matriculados no semestre 2018.1 da IES, correspondendo ao total de 401 discentes, o que resultou numa amostra de 120 alunos, ou seja, 29,93% do universo pesquisado.

Dessa maneira, a pesquisa aponta que maioria dos alunos, que fizeram parte do estudo, têm interesse em montar um escritório contábil, observa-se que 61,00% dos alunos, do curso, almejam desenvolver o seu próprio escritório de contabilidade, podendo ser empreendedores. Porém, 39,00% dos discentes afirmaram que não tem interesse em montar seu próprio escritório, ou seja, os resultados podem inferir que eles podem optar por concurso público, trabalhar em empresa privada, ser professor, ou ocupar outras funções.

Mesmo assim, 96,67% consideraram importante, a implantação de um plano de negócio em escritório de contabilidade, verificou-se como uma das justificativa que o planejamento é fundamental, independente da atividade a qual irá se realizar, ou seja, qualquer ramo.

De modo geral, os discentes têm noção do conceito de plano de negócio, sendo verificado que a maioria dos discentes, que correspondeu a 48,33%, apontaram plano de negócio como sendo uma ferramenta de análise da situação do mercado, se o produto ou serviço ofertado possui demanda e conhecer o público alvo, seguido de 44,17%, que marcaram que o plano de negócio é uma forma de conhecer o seu negócio pelos melhores ângulos internos e externos.

Nota-se que os discentes tem conhecimento sobre as etapas de realização de um plano de negócios, primeiramente, analisar o mercado (81,67%), seguido de investimento (48,33%), clientes (44,17%) e localização da empresa (41,67%). Ao relacionar as informações obtidas, verifica-se que a opção mais apontada pelos alunos sobre o conceito de plano de negócios foi a obtenção de informações do mercado, realizando análise de aceitação dos serviços ofertados.

Constatou-se que a maior parte dos alunos, 69,17%, avaliam como vantagem de implantar um plano de negócio, o planejamento que o contador pode realizar ao testar e validar sua ideia antes de começar a investir com total segurança.

Também se identificou que a maioria dos alunos apontaram que não existe desvantagem para implantar um plano de negócios, em escritório de contabilidade, correspondendo a 71,67%. Cabe analisar que 56% dos discentes afirmaram a necessidade da consultoria de um Administrador, para realizar o plano de negócio, pois estes profissionais podem auxiliar na visão de negócio e seu *know-how* permitirá obter informações até por outras ferramentas de Administração, e por outros profissionais, que podem auxiliar na execução da atividade, tais como advogados e consultores de *marketing*. Entretanto, 44 % da amostra da pesquisa de 120 alunos, responderam que não, pois na sua concepção o contador é um profissional completo, tem conhecimento suficiente para realizar tal tarefa, conseguindo assumir o papel de administrador, resolvendo tudo.

Desta forma, é possível verificar, que a maioria dos alunos 71,00%, apontaram como vantagem do contador ter uma visão empreendedora o fato do mesmo tornar-se um contador gerencial e não apenas registrar os atos e fatos administrativo. Seguindo esse raciocínio, 47,00% dos discentes escolheram, também, como vantagem, o fato de que existe uma necessidade das Universidades formarem contadores com pensamento de gestores e não somente operacionais.

Como limitação deste estudo destaca-se a quantidade de alunos que fizeram parte da pesquisa e, algumas vezes, a dificuldade de encontrá-los em sala de aula para aplicação do questionário. Como sugestão para pesquisas futuras é possível analisar a integração dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, para colaborar nas atividades dos discentes de ambos os cursos, buscando assim uma metodologia inovadora, é aplicável à realidade dos estudantes.

Por fim, destaca-se a importância da elaboração de um plano de negócios como diferencial competitivo nas realizações de atividades em escritório contábil, tendo o contador

uma visão empreendedora, buscando alternativas de se diferenciar no mercado de trabalho, para auxiliar os seus clientes nas tomadas de decisões organizacionais.

Referências

CRUZ, B. C; SILVA, R. V. O; VENDRAME, F.C. Plano de negócios e planejamento: sua importância para o empreendedorismo. **Anais ... V Encontro científico e Simpósio de Educação Unisalesiano**, 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Manole, 2012.

CFC. **Conselho Federal de Contabilidade**. Informações sobre registros de profissionais. Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/registro/quantos-somos-2/>>. Acesso em: 07 de abril, 2018.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

_____. **Plano de negócios**: seu guia definitivo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

FILION, L.J. **Entendendo os intraempreendedores como visionistas**. Revista de negócios, Blumenau, v. 9, n.2, mai/jun, 2004.

HASHIMOTO, Marcos. **Lições de Empreendedorismo**. São Paulo: Manole, 2009.

IUDICIBUS, Sérgio. **Teoria da Contabilidade**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MALHOTRA, Naresk K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. Tradução: Nivaldo Montingelli Jr e Alfredo A. Farias. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**: instrumento de análise, gerência e decisão. 18 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**: da revolução urbana à revolução digital. São Paulo: Atlas, 2011.

NOGUEIRA, Carla Rossana de Araújo Torres; ALMEIDA, Márcia Rejane. Plano de Negócios e Planejamento Estratégico: ferramentas que geram vantagem competitiva. Uma abordagem sobre o BSC enquanto ferramenta estratégica aplicada à Escola do Design, **VIII Convibra Administração**, 2011.

PEREIRA, Mauro; CEBALLOS, Zenaide. O empreendedorismo e o plano de negócios. **Anais ... VIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e IV Encontro Latino Americano de Pós-Graduação**, São José dos Campos-SP, Universidade Vale do Paraíba, 2004.

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

RUDIO, Franz V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 17 ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília-DF.2016.

_____. Unidade de Gestão Estratégica. **Sobrevivência das empresas no Brasil**-Coleção estudos e pesquisas. Brasília, DF, 2016.

_____. Pequenos Negócios em números. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/SP/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447519VgnVCM1000004c00210ARCD/>. Acesso em: 07 de outubro, 2018.