

FATORES QUE INFLUENCIAM A MORTALIDADE PRECOCE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO VALE DO PARANHANA/RS CONSTITUÍDAS ENTRE 2017 E 2018

Juliana Ribeiro Herrmann¹
João Carlos Bugs²

RESUMO

Por diversas razões em que se destaca a necessidade de empreender, todos os anos, são registradas milhares de novas MPE's no Brasil. Por outro lado, um número elevado de empresas não resiste no mercado e se veem obrigadas a encerrar suas operações antes mesmo de completar seus primeiros dois anos de existência. Assim, o objetivo deste trabalho, elaborado através de uma pesquisa aplicada, com abordagem quantitativa, com característica explicativa, realizada utilizando o método survey e pesquisa bibliográfica, é analisar quais fatores são determinantes para essa mortalidade nos primeiros dois anos de atividade, comparando-os com estudos anteriores e sugerindo melhorias aos gestores desses novos negócios. Os resultados obtidos com este estudo mostraram que os fatores, tais como planejamento, plano de negócios, gestão do negócio e carga tributária, podem trazer sucesso ou fracasso a uma empresa, demonstrando conformidade com estudos já realizados. Porém, é evidente que teoria e prática estão divergentes, tendo em vista que, mesmo cientes dos motivos dos altos índices de empresas fechando suas portas, os empresários não seguem as premissas básicas de um empreendedor que são perceber e analisar a oportunidade, desenvolver um plano de negócios, definir a necessidade e captar recursos e gerenciar a empresa.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Micro e pequenas empresas. Mortalidade. Sobrevivência. Gestão.

ABSTRATC

For several reasons that highlight the need to undertake, every year, thousands of new MPEs are registered in Brazil. On the other hand, many companies do not resist the market and are forced to close their operations even before completing their first two years of existence. Thus, the objective of this work, elaborated through an applied research, with quantitative approach, with explanatory characteristic, performed using the survey method and bibliographic research, is to analyze which factors are determinant for this mortality in the first two years of activity, comparing them with previous studies and suggesting improvements to the managers of these new businesses. The results obtained from this study showed that factors such as planning, business plan, business management and tax burden can bring success or failure to a company, demonstrating compliance with studies already done. However, theory and practice are divergent, given that even though they are aware of the motives of high corporate ratios closing their doors, businessmen do not follow the basic assumptions of an entrepreneur which are realize and analyze opportunity, develop a business plan, define the need and fundraise, and manage the business.

Keywords: *Entrepreneurship. Micro and small businesses. Mortality. Survival. Management.*

¹ Acadêmica do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. Taquara/RS. juliana.herrmann@polocontabil.com.br

² Professor da Universidade de Santa Cruz do Sul - UNISC, Doutor em Desenvolvimento Regional. joaocarlosbugs@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

As constantes mudanças que ocorrem na economia brasileira fazem com que os indivíduos busquem por novas alternativas profissionais. Assim, muitos brasileiros que anseiam ter seus próprios negócios tirem o projeto do papel e tornam-se microempresários.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2016a), as microempresas representam 99% do total das empresas constituídas no país. Ocorre que o crescimento do país não depende somente da capacidade de criação de empresas, mas da competência de gestão para que elas sobrevivam e, assim, possam movimentar a economia gerando trabalho e renda de forma sustentável.

Um estudo sobre a sobrevivência das empresas no Brasil, publicado pelo SEBRAE (2016a), demonstra que, de cada 100 empresas abertas em 2012, 24 encerraram suas atividades até 2014, ou seja, 24% dos novos empreendimentos não resistiram aos primeiros dois anos.

Diante disso, o tema abordado neste artigo tratará dos fatores que influenciam a mortalidade precoce das Micro e Pequenas Empresas - MPE's do Vale do Paranhana/RS constituídas entre 2017 e 2018. Pretende-se, assim, entender e analisar quais os fatores que são determinantes para essa mortalidade nos primeiros dois anos de atividade, comparando-os com estudos anteriores e, quando possível, sugerindo melhorias aos gestores desses negócios.

A escolha do tema se justifica pela atividade profissional desempenhada pela acadêmica que, enquanto contadora, tem informações do alto índice de MPE's que iniciam suas atividades e encerram-nas em menos de dois anos, motivo de preocupação profissional e, também, para sociedade devido ao importante papel dessas empresas na geração de emprego, de renda e, ainda, nas contribuições sociais realizadas através dos impostos.

Percebe-se, também, que essa pesquisa terá um importante papel no meio acadêmico, uma vez que existem diversos trabalhos sobre o tema, contudo, não foi identificado nenhum na região do Vale do Paranhana/RS, no que, de certo modo, este estudo poderá contribuir para novos conhecimentos dos acadêmicos futuros, assim como para sociedade em geral.

O presente trabalho, quanto à sua natureza, será realizado através de pesquisa aplicada. No que se refere à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quantitativa. Do ponto de vista dos objetivos, esta será uma pesquisa explicativa e, do ponto de vista dos procedimentos técnicos, será utilizado o método *survey*. Para auxiliar a compreensão do tema, serão apresentados conteúdos teóricos utilizando-se o método de pesquisa bibliográfica.

Este artigo está estruturado apresentando, além desta introdução, na seção dois, o referencial teórico composto pelos tópicos: empreendedorismo; razões do incentivo pessoal ao

empreendedorismo; MPE's; fatores que tornam um negócio bem-sucedido; taxa de mortalidade da MPE's; e fatores de mortalidade das MPE's. Na seção três será detalhada a metodologia utilizada. Na seção quatro serão apresentados os dados coletados, bem como as análises dos materiais em comparação a resultados anteriores. E o fechamento, na seção cinco, através das conclusões contextualizadas pela autora.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As constantes mudanças que ocorrem na economia brasileira fazem com que os indivíduos busquem por novas alternativas. Assim, muitos brasileiros que anseiam por ter seus próprios negócios tiram o projeto do papel e se tornam microempresários. Ocorre que, segundo o SEBRAE (2016a), 23,4% dessas empresas encerram suas atividades antes de completarem dois anos.

2.1 Empreendedorismo

Segundo Degen (2008), a palavra empreendedor origina-se do inglês *entrepreneur*, que deriva de um termo francês "*entreprendre*" que é a composição de duas palavras do latim *entre* e *comprador*, sua definição final ao termo é intermediário. Em sua explanação, o autor usa o exemplo de Marco Pólo como intermediário. Trata-se de um aventureiro, primeiro europeu a percorrer os caminhos de seda tentando abrir uma rota comercial para o Oriente.

Zarpellon (2010, p. 49) destaca que “[...] os economistas associaram o empreendedorismo à inovação e os comportamentalistas que enfatizam aspectos atitudinais, com criatividade e intuição”. Logo, o tema empreendedorismo tem diversas definições na literatura e cada pesquisador percebe e define sob a ótica de suas disciplinas e princípios.

Dornelas (2005) define o empreendedor como um indivíduo que visualiza uma oportunidade e, a partir dela, cria um negócio para se capitalizar sobre ela.

Dolabela (2010, p. 25) defende que: “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Ou seja, transformar um desejo em riqueza.

O empreendedorismo ocorre por diversas razões e, para Baggio e Baggio (2019), ele pode ser definido como uma possibilidade de desenvolver algo pessoal ou organizacional, através de criatividade e motivação, visando atender necessidades, assumindo comportamento proativo para lidar com as oportunidades e riscos encontrados.

2.1.1 Razões do incentivo pessoal ao empreendedorismo

Para Drucker (1987), as pessoas que se valem das oportunidades e criam mudanças são consideradas empreendedores. Usam sua experiência e conhecimento adquiridos e não param apenas em seus próprios talentos, são movidos pelo ímpeto de ir além.

Segundo Dornelas (2001), os empreendedores se destacam por elevada motivação e determinação, eles não se contentam em serem considerados regulares e eficientes, se diferenciam de outros profissionais pela necessidade de sair dos padrões pré-estabelecidos.

Já Vale, Corrêa e Reis (2014) apontam que oportunidade e necessidade não compreendem o conjunto de motivação para a criação de uma empresa. Sugerem que as motivações se agrupam em seis elementos, sendo: Identificação de oportunidade; Atributos/expectativas pessoais; Ambiente externo; Influência de terceiros: diante do recebimento de convite para formação de uma sociedade ou por pressão de outras pessoas; Insatisfação com emprego: descontentamento com a atual colocação; Influência familiar:

2.2 Micro e Pequenas Empresas – MPE's

Observa-se que não existe uma descrição única aceita de forma absoluta para a classificação das microempresas. Assim, várias indicações poderão ser utilizadas para seu enquadramento, o que não significa que estarão corretas em todas as situações.

Filion (1990) destaca que, geralmente, essa definição não está associada exclusivamente às questões fiscais, mas que, com esse enquadramento, pretende-se também definir critérios para concessão de benefícios ofertados pelos governos.

A Lei nº 123/2006 contém a definição mais comum e utilizada para definição de MPE. Essa legislação tem como finalidade fortalecer e favorecer os pequenos empresários dando a eles tratamento diferenciado. Conforme a lei, as empresas são classificadas segundo a receita bruta: Microempreendedor Individual – MEI até R\$ 81 mil; Microempresa até R\$ 360 mil; Empresa de Pequeno Porte de R\$ 360 mil até R\$ 4,8 milhões.

O SEBRAE (2013) classifica as empresas pelo número de empregados com base nos dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS que é um relatório de informações socioeconômicas apresentadas ao Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, isso quando se trata de estudos e pesquisas como se pode ver no Quadro 1:

Quadro 1 - Definição de porte de estabelecimento segundo o número de empregados

Porte	Setores	
	Indústria	Comércio e serviços
Micro empresa	até 19 pessoas ocupadas	até 9 pessoas ocupadas
Pequena empresa	de 20 a 99 pessoas ocupadas	de 10 a 49 pessoas ocupadas
Média empresa	de 100 a 499 pessoas ocupadas	de 50 a 99 pessoas ocupadas
Grande empresa	500 pessoas ocupadas ou mais	100 pessoas ocupadas ou mais

Fonte: Elaborado pela autora com base em SEBRAE (2013).

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Sustentável – BNDES (2019) classifica seus clientes em função do porte. Segundo eles, isso permite uma atuação adequada às características de cada segmento através da oferta de linhas, programas e condições específicas. As classificações são microempresa menor ou igual a R\$ 360 mil; pequena empresa de R\$ 360 mil até R\$ 4,8 milhões; média empresa maior que R\$ 4,8 milhões até R\$ 300 milhões; e grande empresa maior que R\$ 300 milhões.

Atualmente os pequenos negócios empresariais são formados pelas MPE's e pelos MEI's. Segundo dados do SEBRAE (2014), no Brasil, existem 6,4 milhões de estabelecimentos, sendo que, 99% são MPE's; e que essas respondem por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado, ou seja, 16,1 milhões.

2.3 Fatores que tornam um negócio bem-sucedido

Bateman (2006) destaca que as características do empreendedor são fatores que implicam no sucesso da organização. Para ele, é preciso comprometimento e determinação; liderança; obsessão por oportunidades; tolerância aos riscos, ambiguidades e incertezas; criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação; além de motivação para a excelência.

Entretanto, o autor defende também que o sucesso de um novo negócio não depende somente das características pessoais do empreendedor, mas também de fazer boas escolhas sobre o empreendimento que irá começar.

Assim, Bateman (2006) destaca que, para ter sucesso, nem sempre será necessário uma tecnologia mais avançada ou um novo produto, por vezes, o sucesso pode estar associado ao risco e às incertezas e, para analisar um negócio, sugere o uso da matriz de estratégia empreendedora, como se observa na Figura 1 a seguir:

Figura 1 - Matriz de Estratégia Empreendedora

Alto	Inovação (Criação de um produto, serviço singular e diferenciado)	Alto nível de inovação Baixo risco	Alto nível de inovação Alto risco
		Baixo nível de inovação Baixo risco	Baixo nível de inovação Alto risco
Baixo		Risco (probabilidade grande de perda)	
			Alto

Fonte: Adaptado de Bateman (2006, p. 235).

Nessa matriz, os empreendedores podem pensar e analisar seus negócios sob duas perspectivas: inovação e risco. Um novo negócio pode envolver níveis altos ou baixos de inovação ou, ainda, a criação de algo novo, diferente do que já está no mercado. O risco, por sua vez, está relacionado às possibilidades de uma perda financeira significativa.

Para Dornelas (2005), o sucesso está associado a um bom planejamento, além de constante capacitação dos gestores da empresa.

Nesse contexto, segundo Gonçalves (2012), o sucesso está sempre acompanhado de muito trabalho e dedicação e não é possível obtê-lo por sorte, sem nenhum esforço. Assim, defende que um bom começo é a criação de um bom plano de negócios que, segundo Dornelas (2001, p. 96), “[...] é um documento usado para descrever um empreendimento e modelo de negócios que sustentam a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizado e autoconhecimento e, ainda, permite situar-se no seu ambiente de negócios”. Um documento que detalha a estrutura da empresa e possibilita analisar as condições em que ela se encontra.

Por fim, Grapeggia *et al.* (2011) destaca, a partir do estudo realizado: “Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina” que identificaram uma diferença entre o ideal e o real. Salientam que nos dados de sua pesquisa são sinalizados que os empresários entendem que o ideal é um planejamento prévio, mas, no início, estão com o foco no negócio, assim como em conhecer o mercado em que estão se inserindo.

2.4 Taxa de mortalidade da MPE's

O crescimento do país não depende somente da capacidade de criação de empresas, mas da capacidade dessas empresas sobreviverem para que assim possam movimentar a economia gerando trabalho e renda de forma sustentável.

Birley (2001) defende que um aspecto importante a ser observado pelos empreendedores é a necessidade de segurança, ou seja, esses empresários devem estar atentos à capacidade de sobrevivência da empresa, evitando perdas de recursos, sejam eles financeiros, humanos ou de tempo.

O estudo sobre a sobrevivência das empresas no Brasil, publicado pelo SEBRAE (2016a), mostra que a mortalidade das empresas vem reduzindo a cada ano. Os dados levantados demonstram estatísticas de empresas constituídas entre os anos de 2008 e 2012, e sua sobrevivência considerando o segundo ano de atividade. Conforme Gráfico 1 a seguir:

Gráfico 2 – Taxa de mortalidade de empresas de dois anos: Evolução no Brasil



Fonte: Adaptado de SEBRAE (2016, p. 17).

Cabe ressaltar que o estudo do SEBRAE (2016a) sinaliza a evolução de alguns fatores que justificam essa melhoria no período de 2008 a 2014, tais como:

- Produto Interno Bruto – PIB: nesse período, as taxas do PIB tiveram um expressivo crescimento, exceção a 2009, os demais anos foram positivos favorecendo as empresas;
- Taxas de juros: apesar da estratégia de elevação do Sistema Especial de Liquidação e de Custódia – Selic, com objetivo de conter a inflação, houve uma queda nas taxas de juros;
- Rendimento médio real dos trabalhadores: no período estudado os trabalhadores movimentaram a economia com um aumento dos rendimentos de 25% acima da inflação;
- Salário Mínimo – SM real: percebeu-se um aumento de 30% acima da inflação, o que foi positivo especialmente para os serviços voltados para o mercado interno e atendimento de necessidades básicas;
- Taxa de desemprego: de 2008 a 2014 a taxa de desemprego caiu de 9,2% para 4,8%, isso significa aumento de renda familiar contribuindo assim com os pequenos negócios;
- Legislação voltada para os pequenos negócios: as alterações da legislação, ocorridas na última década, foram outro fator de favorecimento a essas empresas. As principais alterações

foram: Implantação da Lei Geral das MPE's: Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006; Implantação e ampliação do Simples Nacional; Criação da figura do MEI.

Ainda conforme a pesquisa do SEBRAE (2016a), com relação ao MEI, esse processo impactou fortemente na modificação do perfil de pequenos negócios. Entre 2008 e 2014, o número de empresas MEI foi de zero para 4,6 milhões, o que triplicou o número de empresas optantes pelo Simples Nacional de 2009 até 2016. O estudo indica que esse foi o fator determinante no aumento da taxa média de sobrevivência das empresas no período estudado.

2.4.1 Fatores de mortalidade das MPE's

Conforme dados apresentados, o índice de mortalidade está diminuindo com o passar dos anos, entretanto, esse número ainda é bastante significativo, se considerarmos que 24 de cada 100 empresas encerram atividades. Nesse contexto, é fundamental que os empresários conheçam e entendam quais são os principais fatores de mortalidade das empresas.

Maximiano (2006) destaca que dentre as principais razões de mortalidade das MPE nos primeiros anos de existência estão: Falta de políticas públicas que possibilitem a manutenção de novos negócios; Falta de financiamento; Alta carga tributária; e A demora e a burocracia para abrir e legalizar uma empresa.

O SEBRAE (2016a) afirma que não é apenas um fator que determina a sobrevivência das empresas, mas um conjunto deles. Em pesquisa realizada no ano de 2016, com um grupo de 2.006 empresas constituídas entre 2011 e 2012, os fatores encontrados como contribuintes foram classificados em quatro grupos. O primeiro deles é a situação antes da abertura: que se subdivide em três subgrupos: Tipo de ocupação do empresário; Experiência no ramo; e Motivação para abrir o negócio. O segundo é planejamento do negócio; o terceiro é gestão do negócio; e o quarto, capacitação dos donos em gestão empresarial.

Segundo Chiavenato (2008), os riscos dos novos negócios são altos e, com isso, a mortalidade das empresas é significativa. Assim, ele indica algumas das prováveis causas de mortalidade nas empresas, tais como: inexperiência, fatores econômicos, vendas insuficientes e despesas excessivas.

Além disso, Maximiano (2012) destaca que juros e carga tributária imposta, além de obrigações trabalhistas, que são as mais elevadas do mundo, prejudicam as empresas ao tentar manter suas atividades, levando assim os empresários à informalidade ou ao fechamento.

Portanto, pode-se encontrar diversos fatores motivadores, mas, afinal, o que de fato está influenciando essa situação de mortalidade das empresas?

3 METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa explicativa em que a questão principal é identificar o porquê ocorreram os fatos. (GIL, 2007).

Sob o ponto de vista dos procedimentos técnicos e levantamento de dados, foram apresentados conteúdos teóricos utilizando-se o método de pesquisa bibliográfica, constituído principalmente de livros, artigos, dados de órgãos e informações disponibilizadas na internet.

Para coleta das informações, foi elaborado um questionário misto, com perguntas abertas e fechadas, cuja aplicação foi realizada utilizando-se o método *survey*.

Do ponto de vista da forma de abordagem, trata-se de uma pesquisa quantitativa, que, de acordo com Fonseca (2002, p. 20), “[...] centra na objetividade [...] e recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.”.

O universo pesquisado é composto por 3.212 empresas constituídas entre os anos de 2017 e 2018 localizadas no Vale do Paranhana/RS, ou seja, situadas nos municípios de Igrejinha, Parobé, Riozinho, Rolante, Taquara e Três Coroas. Conforme Quadro 2 a seguir:

Quadro 2 - Quantidade de empresas registradas por município

Município	2017	2018	Total
Igrejinha	551	546	1.097
Parobé	169	244	413
Riozinho	19	22	41
Rolante			-
Taquara	445	593	1.038
Três Coroas	268	355	623
Total	1.452	1.760	3.212

Fonte: Elaborado pela autora com base nas informações fornecidas pelas Prefeituras (2019).

A amostra ideal foi determinada através da fórmula curva de gauss

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde:

n – amostra a ser calculada

N – população

Z – variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p – verdadeira probabilidade do evento

e – erro amostral

O cálculo amostral para uma população de 3.212 pessoas, utilizando um nível de confiança de 90% ($Z = 1,645$); $p = 10\%$ e uma margem de erro de 8%

$$n = \frac{3212 \cdot 1,645^2 \cdot 0,10 \cdot (1-0,10)}{1,645^2 \cdot 0,10 \cdot (1-0,10) + 0,08^2 \cdot (3212-1)} = \frac{782,2577}{0,2435+20,5504} = 37,6196 \approx \mathbf{38 \text{ amostras}}$$

A pesquisa foi disparada por correio eletrônico através de formulário para 283 respondentes de forma direta e de forma indireta para as instituições repassarem aos associados.

Após a coleta de dados, os mesmos foram organizados, analisados e tabulados em quadros que favorecem a interpretação para que, de acordo com Gil (2006), fique possível o fornecimento de respostas para o problema proposto, assim como a produção da conclusão.

4 ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa aplicada no mês de agosto de 2019, com obtenção de 38 respostas cuja análise dos resultados é apresentada na sequência.

A primeira questão levantada junto aos pesquisados foi sobre o sexo dos empreendedores, o que se observa no Quadro 3 que a participação dos respondentes teve:

Quadro 3 - Sexo dos respondentes da pesquisa

Sexo	Frequência	Percentual
Masculino	22	57,9%
Feminino	16	42,1%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A partir dos resultados foi possível verificar que os homens ainda estão empreendendo mais que as mulheres, representando 57,9%. Mesmo assim, as mulheres vêm aumentando sua representatividade no empreendedorismo, ganhando cada vez mais espaço no mercado.

O estudo do SEBRAE (2016b), mostra que entre 2001 e 2014 as mulheres aumentaram sua participação como donas de negócios de 29% para 32%, enquanto os homens reduziram sua participação nesse mesmo período de 71% para 68%.

Comparando com o universo pesquisado, as mulheres já estariam representando 42,1%, ou seja, se aproximando de uma igualdade.

O questionamento seguinte, perguntou sobre a idade dos pesquisados. O quadro a seguir apresenta as participações.

Quadro 4 - Idade dos pesquisados

Idade	Frequência	Percentual
-------	------------	------------

De 18 a 24 anos	1	2,6%
De 25 a 29 anos	7	18,4%
De 30 a 39 anos	23	60,5%
De 40 a 49 anos	6	15,8%
De 50 a 59 anos	1	2,6%
Acima de 60 anos	0	0,0%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Na questão idade, o maior grupo está enquadrado na faixa etária de 30 a 39 anos, representando 60,5% dos respondentes. Isso sinaliza que a maioria das pessoas não está iniciando empreendimentos em idade muito jovem, ao mesmo tempo em que, também, não parece que estejam empreendendo mais tarde.

Em estudo do SEBRAE (2016b), observa-se que empreendedores entre 30 e 39 anos representaram 24% no ano de 2011, sendo que em 2001 representavam 26%. Ocorre que o estudo aborda empresários em diversas fases, logo, não é possível saber em que idade esses empreendedores iniciaram sua vida empresarial.

No entanto, pode-se perceber que a representatividade entre 25 e 49 anos chegam a quase 95%, justamente a faixa etária da vida profissional quando as pessoas procuram criar uma base segura para a estruturação presente e para o futuro das famílias.

Sobre a escolaridade, ou seja, o grau de instrução dos participantes da pesquisa, foi o terceiro questionamento. No Quadro 5 tem-se as diferentes incidências.

Quadro 5 - Grau de instrução dos pesquisados

Escolaridade	Frequência	Percentual
Não alfabetizado	0	0,0%
Fundamental incompleto	2	5,3%
Fundamental completo	3	7,9%
Médio incompleto	0	0,0%
Médio completo	12	31,6%
Superior incompleto	3	7,9%
Superior completo	11	28,9%
Especializações	7	18,4%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Com relação ao grau de instrução, temos o maior grupo com ensino médio completo, representando 31,60%. Entretanto, um dado que ressalta aos olhos é o fator de termos um dado de 47,30% (Curso Superior 28,90% mais Especializações 18,40%), ou seja, a maioria dos participantes da pesquisa possui curso superior completo.

Segundo o SEBRAE (2018), o nível de escolaridade não é um fator de influência na decisão de empreender. Através do projeto *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, em sua

versão 2018, foi identificado que 15,9% das pessoas com formação superior estavam empreendendo em fase inicial e 15,7% estavam empreendendo de forma já estabelecida. Ao mesmo tempo, em que das pessoas com ensino fundamental incompleto, 15,4% eram empreendedores em fase inicial e 26,7% eram empreendedores já estabelecidos.

Os dados levantados permitem a reflexão em relação ao público da região pesquisada, ou ainda, o público interessado em responder ao questionário. Nesse sentido, é possível fazer uma inferência de que os pesquisados com menor escolaridade não respondem a pesquisa por medo de não saber ou por não ter conhecimento da importância de um estudo científico.

Em outro viés de análise, também se pode avaliar uma hipótese de que, mesmo havendo uma grande insistência para os pesquisados responderem aos questionamentos, as condições da rotina do dia a dia, com prioridades para a sobrevivência ou manutenção dos empreendimentos, cujas razões são caracterizadas pelos problemas e dificuldades na gestão, levam a crer que, indiferente da escolaridade, os gestores fazem aquilo que está à frente em relação às necessidades. A origem dessa forma de agir pode ser a falta de planejamento ou a ausência de entendimento do uso de adequadas ferramentas de gestão.

Seguindo na questão quatro da pesquisa, a pergunta foi sobre o hábito dos pesquisados de fazer cursos de atualização, as respostas se apresentam no quadro a seguir:

Quadro 6 - Você tem o hábito de fazer cursos de atualização com que frequência?

Atualização	Frequência	Percentual
Não tenho o hábito	10	26,3%
1 vez ao ano	12	31,6%
2 vezes ao ano	5	13,2%
3 vezes ao ano	4	10,5%
4 vezes ao ano	1	2,6%
Acima de 5 vezes ao ano	6	15,8%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Quando questionados com relação a frequência com que os empreendedores estudam, percebe-se um grande volume entre os primeiros dois itens, ou seja, a maior parte, 57,9% considera não ter o hábito de se atualizar ou de se atualizar apenas uma vez ao ano.

Com o desenvolvimento tecnológico e com a abundância de cursos on-line, sendo inclusive uma boa parte ofertados de forma gratuita, questiona-se o que leva os empreendedores a não estudarem? Seria a falta de tempo diante do elevado número de atribuições ou ainda a falta de percepção da importância de manter-se em constante aprendizado? Cabe aqui ressaltar que há espaço para pesquisa mais específica sobre este item.

Seguindo com a pesquisa, foi perguntado ao grupo de empresários, quais os motivos que o levaram a empreender, cujos resultados tem-se no quadro a seguir.

Quadro 7 - Quais os motivos te levaram a empreender?

Motivos ao empreendedorismo	Frequência	Incidência	Percentual
Influência familiar (dar continuidade ou ampliar os negócios da família; dar ocupação a familiares; possibilidade de usar experiência/influência familiar);	7	18,4%	10,8%
Atributos/expectativas pessoais (motivos: facilidade ou possibilidade de usar relacionamentos na área; desejo de ter seu próprio negócio/tornar-se independente; disponibilidade de tempo; aumentar renda);	26	68,4%	40,0%
Ambiente externo/mercado de trabalho (motivos: demissão com FGTS; desemprego; capital disponível para aplicação);	2	5,3%	3,1%
Influência externa/de terceiros (motivos: convite para participar como sócio da empresa; influência/pressão de outras pessoas);	5	13,2%	7,7%
Insatisfação com emprego (motivo: insatisfação com emprego);	7	18,4%	10,8%
Oportunidade (motivos: identificação de uma oportunidade de negócio; usufruto de programa de demissão voluntária);	9	23,7%	13,8%
Necessidade de sair dos padrões pré-estabelecidos;	9	23,7%	13,8%
Total	65	171,1%	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Nesse quadro, pode-se observar que foi apresentado o cálculo de incidência, que representa a relação da frequência com o número total de pessoas que responderam o questionamento, ou seja, 38. E o percentual refere-se à frequência de cada item proposto em relação à quantidade total de frequências, ou seja, 65.

Vale, Corrêa e Reis (2014) sugerem que as motivações ao empreendedorismo se agrupam em seis elementos: influência familiar, expectativas pessoais, ambiente externo, influência de terceiros, insatisfação com emprego e oportunidades. Dentre esses, na investigação realizada, fica evidente que as expectativas pessoais são o ponto de maior motivação para o empreendedorismo, com 40% das sinalizações. Essas motivações estão associadas, segundo os autores Vale, Corrêa e Reis (2014), à vontade de ter seu próprio negócio, de tornar-se independente, de ter melhor gestão do seu tempo e, ainda, ter possibilidades de construir sua própria renda.

Entretanto, o que se percebe é que o brasileiro é influenciado pela economia do país, e acaba empreendendo muito mais pela necessidade do que pela vontade.

O resultado apresentado no Quadro 8, procurou destacar qual o nível de conhecimento sobre administração de empresas antes de ter o negócio.

Quadro 8 - Qual seu nível de conhecimento quanto à administração de empresas, antes de ter seu negócio?

Administração	Frequência	Percentual
---------------	------------	------------

Nenhum conhecimento	3	7,9%
Pouco conhecimento	23	60,5%
Conhecimento suficiente	12	31,6%
Muito conhecimento	0	0,0%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A falta de habilidade e domínio em assuntos da administração de empresas é um dos pontos que parece mais prejudicial aos novos negócios. E não é raro deparar-se com ótimos executores de trabalhos técnicos que resolvem empreender e que não têm domínio das ferramentas de gestão. Essa falta de preparo fica evidenciada na questão 6, quando constatou-se que 68,40% dos novos empresários se classificam com nenhum ou com pouco conhecimento em administração de empresas, no entanto, entre os melhores preparados, nenhum deles se considera com muito conhecimento.

Em comparação com o dado de que 47,3% dos empreendedores entrevistados são profissionais com curso superior, questiona-se quanto a estrutura curricular das instituições de ensino. É preciso entender se essas instituições não estão preparando os alunos/novos empreendedores para gerirem seus próprios negócios ou se, por outro lado, esse público não quer de fato estudar/aperfeiçoar-se, tendo em vista que 57,9% deles se definem com nenhuma ou pouca frequência de participação de cursos por ano. Cabe ressaltar que aqui há mais um ponto com oportunidade de pesquisa mais aprofundada.

A questão sete apresentada no Quadro 09, tratou de levantar dados sobre conhecimento do pesquisado no ramo que escolheu.

Quadro 9 - Qual seu nível de conhecimento no ramo que escolheu, antes de abrir o negócio?

Conhecimento no ramo	Frequência	Percentual
Nenhum conhecimento	1	2,6%
Pouco conhecimento	11	28,9%
Conhecimento suficiente	20	52,6%
Muito conhecimento	6	15,8%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A maioria dos investigados tem conhecimento suficiente sobre o negócio que está iniciando, supõe-se que essa prévia condição facilitará na hora de dar continuidade na empresa. Ocorre que somente conhecimento sobre o ramo não é suficiente, sendo primordial ter domínio das ferramentas e métodos de gestão.

Neste contexto, a análise de que a maioria dos empreendedores conhecem o ramo em que irão atuar, mas não se preocupam com o entendimento sobre ferramentas adequadas de

gestão, fortalece a ideia de que não basta ter CNPJ, se faz necessário muito mais do que isso, pois o conhecimento e a competência são muito importantes.

Seguindo na pesquisa, foi perguntado aos pesquisados se estudaram sobre o negócio e o mercado que estavam iniciando. As respostas se têm no quadro a seguir.

Quadro 10 – Você estudou previamente sobre o negócio e mercado que estava iniciando?

Estudo prévio	Frequência	Percentual
Não estudou	5	13,2%
Estudou pouco	15	39,5%
Estudou o suficiente	14	36,8%
Estudou muito	4	10,5%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Essa questão teve como objetivo avaliar como esses novos empresários planejam seus negócios. A partir dos dados coletados, é visível que existe um equilíbrio entre os dois primeiros e os dois últimos grupos. Porém, o maior ainda é o primeiro, com 52,7%, ou seja, pouco/nenhum estudo. Isso remete a falta de preparação e definição de um plano de negócios.

O SEBRAE (2019, p. 8) aponta que as dificuldades dos novos empresários nos meses iniciais, na grande maioria, estão associadas ao fato de não existir um planejamento. “Um plano de negócios é um 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.”.

Observa-se que somente vontade, necessidade ou oportunidade não bastam para que o empreendedor possa criar uma empresa, trabalhar na sua sobrevivência e, posteriormente, mantê-la. Isso exige muito preparo. É necessário, além do conhecimento do ramo, o entendimento sobre ferramentas de gestão e a correta aplicabilidade e acompanhamento dos resultados, visando, sempre que necessário, a correção de distorções.

Sobre o setor em que atuam os respectivos pesquisados, pode-se observar as respostas no quadro a seguir sobre a nona pergunta.

Quadro 11 - Qual o setor da sua empresa?

Setor	Frequência	Percentual
Indústria	6	15,8%
Comércio	10	26,3%
Serviço	22	57,9%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Segundo SEBRAE (2015), o setor de serviços é o maior entre os segmentos, representando em 2013, 42,7%, seguido do comércio com 40,6%. Logo após está a indústria com 11,1% e, por fim, a construção com 5,6%.

Analisando o setor de atuação dos respondentes, identificou-se que a maioria dos participantes da pesquisa é do segmento de serviços representados por 57,9%, seguidos do comércio com 26,3%, o que demonstra que os dados levantados estão aproximados da realidade das pesquisas oficiais. O setor de serviços é um dos mais expressivos na economia brasileira com grande representatividade na geração de emprego e renda.

Já no próximo questionamento, foi perguntado sobre qual o tipo de empresa do pesquisado. O próximo quadro apresenta as respectivas incidências.

Quadro 12 - Qual o tipo de empresa que você possui?

Empresa	Frequência	Percentual
MEI (Micro Empreendedor Individual)	17	44,7%
Empresário individual	7	18,4%
Sociedade LTDA	12	31,6%
EIRELI (Empresa Individual de Responsabilidade LTDA)	1	2,6%
Outros	1	2,6%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Segundo dados estatísticos da Junta Comercial do RS – JUCIS/RS, em 2017, foram abertas 83.449 novas empresas no estado do RS. Deste número, 53.289 são MEI (63,86%); 11.931 são Empresários Individuais (14,30%); 13.440 são Sociedades LTDA (16,10%); 4.663 são EIRELI (5,59%); e 126 são outros (0,15%). Já no ano de 2018, foram abertas 161.828 novas empresas distribuídas em 130.374 MEI (80,56%); 12.116 Empresários Individuais (7,49%); 13.819 Sociedade LTDA (8,54%); 5.363 EIRELI (3,32%); e 156 outros (0,09%). Como pode-se ver pelos dados da JUCIS/RS, o MEI tem sido uma das modalidades empresariais mais difundidas e iniciadas nos últimos anos. (JUCIS/RS, 2019).

Com base na pesquisa realizada, temos 44,7% das empresas classificadas como MEI e, com isso, pode-se perceber o grande movimento que essa categoria tem feito. O MEI foi instituído em 2008, com o objetivo de legalizar trabalhadores informais através de arrecadação tributária reduzida. O sistema teve grande aderência de muitos empreendedores que, devido a menor burocracia na abertura e manutenção das empresas, associado a menor carga tributária, passaram a regularizar seus negócios, que anteriormente eram informais. E, a cada ano, esse número só tende a crescer. Em 2019, já foram abertos 89.592 MEI's até o mês de julho.

Na décima primeira questão foi inquerido sobre qual cidade as empresas estavam instaladas, cujas respostas observa-se no quadro a seguir.

Quadro 13 - Qual a cidade em que sua empresa está instalada?

Cidade	Frequência	Percentual
Igrejinha	11	28,9%
Parobé	1	2,6%
Riozinho	5	13,2%
Rolante	0	0,0%
Taquara	4	10,5%
Três Coroas	17	44,7%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

A cidade com maior alcance de respostas foi Três Coroas com 44,7% das respostas. Sugere-se que esse fator se deu devido ao fato de ser a cidade sede da pesquisadora.

O quadro a seguir trata sobre o ano de abertura da empresa, cujas respostas são:

Quadro 14 - Qual o ano de abertura da empresa?

Ano abertura	Frequência	Percentual
2017	25	65,8%
2018	13	34,2%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

A maior concentração de abertura de empresas dos respondentes foi no ano de 2017, sendo que o maior volume de abertura de empresas na Junta Comercial está em 2018, conforme discorrido na análise do quadro 13.

A pergunta treze, sobre os fatores que tornam um negócio bem-sucedido, tiveram as seguintes respostas apontadas no quadro seguinte. Foi possível, aos respondentes, destacar três alternativas.

Quadro 15 - No seu entendimento, quais os fatores que tornam um negócio bem-sucedido?

Fatores de sucesso	Frequência	Incidência	Percentual
Características do empreendedor como comprometimento, determinação e liderança	25	65,8%	25,3%
Fazer boas escolhas quanto ao ramo de negócio	5	13,2%	5,1%
Uso adequado das tecnologias	4	10,5%	4,0%
Lançamento de novos produtos	6	15,8%	6,1%
Exposição a riscos diante de incertezas	1	2,6%	1,0%
Capacidade de inovação	14	36,8%	14,1%
Planejamento	22	57,9%	22,2%
Capacitação dos gestores	8	21,1%	8,1%
Plano de negócios	13	34,2%	13,1%
Outros	1	2,6%	1,0%
Total	99	260,5%	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Considerou-se necessária a apresentação dos cálculos de incidência e percentual, seguindo o mesmo método da questão 05.

Na questão de fatores de sucesso, os quatro principais pontos, ou seja, os com maior pontuação tiveram: 25,30% características do empreendedor como comprometimento, determinação e liderança; 22,20% planejamento; 14,1% capacidade de inovação; e 13,1% plano de negócios.

Diante dos pontos acima apresentados, fica evidenciado que os pesquisados corroboram com a afirmação de Bateman (2006) que destaca que as características do empreendedor são fatores que implicam no sucesso da organização, assim como o fato de que o sucesso de um novo negócio não depende somente das características pessoais do empreendedor, mas também de fazer boas escolhas sobre o empreendimento que irá começar, ponto esse que não pareceu ter relevância entre os pesquisados.

Em relação ao sucesso estar associado a um bom planejamento, conforme destaca Dornelas (2005), fica claro que os participantes conseguem ter essa percepção, porém, é evidente que a teoria e a prática não estão alinhadas, pois os empreendedores têm consciência da importância de planejar, mas isso não acontece, tendo em vista os resultados da questão 8.

Dornelas (2005) afirma ainda que, além de planejamento, é necessário constante capacitação dos gestores da empresa, ponto esse que, para os pesquisados, não foi considerado de maior relevância .

Já Gonçalves (2012) entende que o sucesso está acompanhado de muito trabalho e dedicação, além de que um bom começo é a criação de um adequado plano de negócios, elemento esse que foi considerado importante entre os pesquisados.

Ainda na questão 13, após demarcadas as três alternativas, foi solicitado aos respondentes que justificassem suas respostas. Nos materiais descritivos foi possível novamente ver os pontos como planejamento repetido por muitos, também fatores como características do empreendedor, atualização, uso de tecnologias e inovação.

No entanto, novos conteúdos foram agregados, dentre eles, sinalizações de que liderança é importante associada a ter clareza da missão da empresa. Da mesma forma, é citada a importância do comprometimento com os colaboradores e clientes.

Na relação com clientes, foi trazido a importância da relação de confiança com o consumidor. Outro ponto relevante, foi a percepção de que os empreendedores não podem esperar demais dos outros e devem fazer por si mesmos. Além disso, foi levantada a questão de que os empreendedores precisam aceitar conselhos e reclamações, o que pode ser um ponto de melhoria e crescimento para empresa.

Por fim, se a análise das características do empreendedor como comprometimento, determinação e liderança foi o item mais mencionado, 25,30%, o que chama a atenção é que mesmo o empresário entendendo, por exemplo, que liderança é um fator muito importante para que o negócio seja bem-sucedido, porque ele, tendo o poder de decisão, não age no sentido de utilizar métodos e ferramentas de gestão que possam melhorar o desempenho da empresa e tomar decisões mais assertivas?

A questão catorze tratou dos fatores que prejudicam a sobrevivência da empresa, momento no qual foi possível cada respondente indicar três alternativas, cujos resultados tem-se no quadro seguinte.

Quadro 16 - No seu entendimento, quais os fatores que mais prejudicam a sobrevivência de uma empresa?

Fatores prejudiciais	Frequência	Incidência	Percentual
Falta de políticas públicas que possibilitem a manutenção de novos negócios;	6	15,8%	5,4%
Falta de financiamento;	4	10,5%	3,6%
Alta carga tributária;	21	55,3%	18,8%
Demora e a burocracia para se abrir e legalizar uma empresa.	6	15,8%	5,4%
Planejamento do negócio;	10	26,3%	8,9%
Gestão do negócio;	16	42,1%	14,3%
Capacitação dos donos em gestão empresarial.	3	7,9%	2,7%
Complexidade da Legislação Trabalhista	4	10,5%	3,6%
Inexperiência dos proprietários	8	21,1%	7,1%
Fatores econômicos	9	23,7%	8,0%
Vendas insuficientes	10	26,3%	8,9%
Despesas excessivas	14	36,8%	12,5%
Outras	1	2,6%	0,9%
Total	112	294,7%	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Para análise de dados, foram realizados cálculos de incidência e percentual, seguindo o mesmo método das questões 5 e 13.

Nessa questão, os principais pontos considerados pelos empreendedores como prejudiciais à sobrevivência das empresas foram a alta carga tributária como o fator principal; em segundo, está a gestão do negócio; e, em terceiro, as despesas excessivas.

O sistema tributário brasileiro é um dos pontos que prejudica o empresário, pois além dos impostos elevados, há a complexidade da apuração dos mesmos. (SCOCUGLIA, 2018). Esse é um item sob o qual os empreendedores não têm gestão e podem, no máximo, trabalhar com um bom planejamento tributário fazendo assim a opção mais assertiva para o negócio.

Agora, se fosse analisada a resposta com base na questão 10, em que 44,7% são MEI's, e a carga tributária no segmento de mercado não tem uma representatividade tão expressiva, uma vez que as taxas são menores em relação aos demais tipos de empresas, os impostos não poderiam ser uma das justificativas para as dificuldades de sobrevivência.

Já os dois pontos seguintes, que são gestão do negócio e despesas excessivas, são fatores que estão sob gerenciamento dos empreendedores, logo, se os gestores fizerem uma adequada preparação, estudando e planejando assertivamente, eles terão bons resultados. E, no que tange as despesas excessivas, cabe uma análise de custos e avaliação de possíveis cortes. No entanto, é importante ressaltar que não se sabe ao certo a quais custos os respondentes se referem, haja vista que os mesmos não foram detalhados de modo que fosse possível a recomendação de uma investigação mais profunda neste sentido.

Para fechamento da análise dos fatores que afetam a sobrevivência das empresas, foi solicitado que os respondentes justificassem suas respostas, e foi possível perceber que os principais pontos listados são, novamente, o planejamento prévio associado à gestão adequada e assertiva. Essas duas questões podem ser pontos fortes ou pontos fracos das organizações fazendo com que prosperem ou fechem suas portas.

Além desses, outros itens levantados como causas que afetam as empresas foram capital inicial, alta carga tributária, excesso de burocracia, falta de atenção do poder público para o empreendedorismo, problemas com vendas, crises econômicas e legislação trabalhista.

A questão 15 tratou de um assunto interessante no âmbito da reflexão do empresário, uma vez que foi perguntado o que ele faria de diferente se iniciasse seu negócio novamente. No entanto, mesmo que essa questão vise dar aos empresários a oportunidade de refletirem em quais pontos poderiam ter agido de forma diferente, não significa que tais modificações não possam ser feitas a qualquer tempo.

Nessa questão, os pontos mais relevantes foram planejamento adequado, estudos prévios, inclusive de legislação, avaliação da localização e questões como locações e prédios próprios, parcerias, qualificação de colaboradores, marketing mais estratégico e virtual, mais dinheiro, quadro societário e melhor posicionamento da imagem da empresa.

O quadro a seguir traz as respostas sobre se as empresas permanecem ativas.

Quadro 17 - Sua empresa permanece ativa atualmente?

Permanência da empresa	Frequência	Percentual
Sim	37	97,4%
Não	1	2,6%
Total	38	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Das 38 empresas, somente 1 encerrou suas atividades, ou seja, mesmo com o relato de dificuldades, problemas e diversas consequências que fazem parte da rotina empresarial, a maioria está na luta pela sobrevivência e manutenção das empresas, o que, de certo modo, pode representar um fato positivo pela persistência. No entanto, seria um caso de análise mais aprofundada para verificar as condições reais desses empreendimentos.

O quadro seguinte apresenta o questionamento, se a resposta da questão anterior for “não”, do ano de encerramento das atividades.

Quadro 18 - Se a resposta anterior foi “NÃO”, qual o ano de encerramento das atividades da empresa?

Ano encerramento	Frequência	Percentual
2017	0	0,0%
2018	1	100,0%
Total	1	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

A empresa que encerrou as atividades, o fez no ano de 2018, sendo que a mesma foi aberta em 2017, ou seja, permaneceu por um ano operando.

O próximo questionamento, tratou de levantar os motivos pelos quais a empresa não estaria mais ativa, ou seja, encerrou suas atividades. Como houve apenas um fechamento de empresa, o respondente sinalizou não ter perspectivas de melhorar as vendas a curto prazo.

Para tentar entender a justificativa descrita, solicitou-se como última questão, para que o respondente justificasse sua resposta. Nesse quesito, a justificativa para encerrar a empresa foi devido à concorrência do segmento escolhido e, para tanto, decidiu alugar o seu estabelecimento.

4 CONCLUSÃO

O Brasil é um país que, apesar das adversidades econômicas, tem uma grande predisposição ao empreendedorismo. O tema empreender é muito discutido entre as pessoas que entendem que, através da constituição de sua própria empresa, terão autonomia, ou seja, possibilidades de gerenciar seu tempo, fazer o que gostam e ainda ser capazes de construir seus ganhos a partir de suas próprias ações.

Assim, milhares de novas empresas são abertas no país todos os anos, sendo que a maior parte são MPE's. Essas micro empresas são o grande propulsor da economia brasileira, respondendo por 27% do PIB e por mais da metade dos empregos de carteira assinada.

Entretanto, empreender pode não ser tão fácil, exige mais do que vontade. É preciso liderança, compromisso, atualização, dedicação, capacidade e predisposição para assumir riscos, além de capital e, acima de tudo, planejamento.

Ocorre que muitos dos novos empreendedores estão ficando pelo caminho considerando o índice de mortalidade de 24% (SEBRAE, 2016) - que representa uma melhoria em relação a períodos anteriores, que chegava a quase 50% - porém ainda causa preocupação, tendo em vista o elevado número de empresas fechando em menos de dois anos.

O desenvolvimento do presente trabalho foi realizado com o objetivo de analisar os fatores de mortalidade precoce das MPE's do Vale do Paranhana iniciadas entre os anos de 2017 e 2018 e, para isso, foram investigados empresários que, através de suas respostas, esclareceram alguns pontos e sinalizaram outros.

Com relação ao perfil dos respondentes, os mesmos estão em conformidade com dados legítimos apresentados pelo SEBRAE, em que a maioria dos empreendedores são do sexo masculino e com idades entre 25 e 49 anos. Quanto aos aspectos de educação, a pesquisa sinalizou um nível alto de escolaridade entre os respondentes, o que, comparando com os dados do SEBRAE, é divergente, haja vista que os brasileiros de todas as escolaridades empreendem. Segundo o SEBRAE, o nível de escolaridade não influencia nessa decisão.

Sob os aspectos de construção de conhecimento e definições estratégicas do negócio, ficou visível que a maioria não tem domínio de gestão de empresas, assim como não procuram estudar de forma regular. Também não desenvolveram um planejamento prévio do empreendimento iniciado. Esses dados sinalizam a fragilidade com que os novos empresários ingressam num mercado que é altamente competitivo e desleal.

Por outro lado, esses empreendedores ingressam no contexto empresarial tendo como premissa de que a expertise técnica sobre determinado produto ou serviço seria suficiente para

obter êxito como empreendedor. Entretanto, a falta de habilidade e domínio em assuntos sobre a administração de empresas, mesmo que conhecedores do ramo em que irão atuar, é um dos pontos que parece o mais prejudicial aos novos negócios.

Nesse sentido, uma questão importante a ser considerada é que aparentemente esses novos empresários não estão usando de recursos como o SEBRAE, que possui uma infinidade de estudos sobre os mais diversos segmentos e assuntos, assim como treinamentos sobre variados métodos e ferramentas de gestão, bem como na disponibilidade de consultorias.

Quanto ao setor da empresa, os dados estão condizentes com a realidade, em que a maioria das empresas é do segmento de serviços, seguida pelo comércio. Já no que se refere ao tipo de empresa, o número mais expressivo é de MEI. Ocorre que, na pesquisa realizada, essa categoria representou 44,7%, já nos dados estatísticos da Junta Comercial do RS representam 80,56% das novas empresas de 2018.

O MEI é uma modalidade simplificada de empresa, cujos impostos e obrigações são bastante reduzidos em relação às empresas convencionais. Dentre esses MEI's iniciados, certamente há micro empresas com grandes possibilidades futuras, porém, também há pessoas que usam a possibilidade de baixo custo para outras finalidades, tais como o pagamento reduzido de contribuição ao INSS e, do ponto de vista de Contadora, os MEI's estão impactando nos dados dos estudos de forma equivocada.

No dia a dia, constata-se que muitos que iniciam o registro por conta própria devido a facilidade, abandonam a empresa sem uma manutenção ou extinção de forma legal. E essa questão pode ser constatada, uma vez que em 2018 a Receita Federal do Brasil extinguiu 1,4 milhões de CNPJ's de MEI's irregulares.

Na análise dos dados coletados em relação aos fatores que levam um negócio ao êxito, evidencia-se a percepção dos empresários sobre a importância das características de perfil do empreendedor, tais como: comprometimento, determinação e liderança, além da importância de um adequado planejamento para o sucesso de uma empresa. Em contrapartida, se esses pontos não forem observados de forma cuidadosa podem ser responsáveis pelo insucesso.

Sob a ótica dos fatores que prejudicam a sobrevivência de um empreendimento, é evidente que a questão tributária do país é o fator entendido como mais prejudicial, seguido por gestão do negócio e despesas excessivas. Nesse sentido, com excessão dos impostos, os demais fatores são administráveis pelos gestores, que deveriam se preparar de forma antecipada, estudando sobre gestão de empresas e planejando de forma sistemática o funcionamento da mesma o que, por sua vez, contemplaria um plano financeiro trazendo condições de controlar e administrar as receitas e despesas.

Com base nos dados levantados e minuciosamente analisados, chega-se à conclusão de que a pesquisa realizada está coerente com os dados coletados em pesquisas e estudos anteriores desenvolvidos, e que as razões que levam as empresas a terem dificuldades já são conhecidas pelos empreendedores que iniciaram seus negócios.

Porém, surge a dúvida sobre se quem não empreendeu e pretende fazê-lo tem a mesma visão a respeito do assunto, uma vez que existe uma considerável diferença entre a vontade, a oportunidade e a necessidade de empreender, e fazê-lo de forma consciente, levando em consideração as premissas básicas de um empreendedor que, segundo Dornelas (2005), é identificar e avaliar uma oportunidade, desenvolver um plano de negócios, determinar e captar recursos necessários e gerenciar a empresa.

Diante disso, sugere-se que, antes de abrir a empresa, os novos empreendedores executem um plano de negócio, visando analisar a viabilidade do segmento. Para isso, podem buscar apoio com profissionais especializados como contadores, consultores organizacionais e com o SEBRAE, elaborando assim um planejamento inicial a partir de estudos previamente realizados e com diretrizes claras. Além disso, recomenda-se que, mesmo após os empreendimentos abertos e em pleno funcionamento, mantenham-se sempre atualizados sobre ferramentas e métodos de gestão, além de utilizarem esse aprendizado na prática administrativa diária, em busca de melhoria contínua e inovação para seus negócios.

Por fim, enquanto Contadora, foi extremamente importante entender as dificuldades dos novos empreendedores. Isso possibilitará ter melhores condições de ajudar esse público recomendando ações prévias, antes mesmo da ativação do negócio.

Dada a importância do assunto e dos diversos pontos sinalizados como inconclusivos, sugere-se o desenvolvimento de novas pesquisas que possibilitem maior aprofundamento sobre o assunto, além de que o tema sempre será atual e com necessidade de novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Daniel Knebel; BAGGIO, Adelar Francisco. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>. Acesso em: 08 abr. 2019.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SUSTENTÁVEL - BNDES. **Porte de empresa**: Classificação de porte dos clientes. Disponível em <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>. Acesso em: 03 abr. 2019.

BATEMAN, Thomas S.; NELL, Scott A. **Administração: novo cenário competitivo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BIRLEY, Sue. **Crescer ou não crescer, eis a questão**. In: BIRLEY, S.; MUZYKA, Daniel. F. Dominando os desafios do empreendedor. Tradução de Cláudio Ribeiro de Lucinda. São Paulo: Makron, 2001.

BRASIL. **Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Diário Oficial [República Federativa do Brasil], Brasília, DF, 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 06 abr. 2019

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor - Empreender Como Opção de Carreira**. São Paulo: Pearson Universidades, 2008.

DOLABELA, F. A corda e o sonho. **Revista HSM Mngement**, 80, p. 128-132, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, Louis Jacques. Free Trade: The Need for a Definition of Small Business. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 7, n. 2, p. 31-46, 1990. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/londrina/GPE2001-03.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2019.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALVES, Vinicius. **O Verdadeiro Segredo Para Ter Sucesso Nos Negócios**. 2012. Disponível em: <https://novonegocio.com.br/empreendedorismo/o-verdadeiro-segredo-para-ter-sucesso-nos-negocios/>. Acesso em: 07 abr. 2019.

GRAPEGGIAA, Mariana; LEZANAB, Alvaro Guillermo Rojas; ORTIGARAC, Anacleto Ângelo; SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina**. 2011 Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/prod/v21n3/AOP_200903046.pdf Acesso em: 29 ago. 2019

JUNTA COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DO RIO GRANDE DO SUL - JUCIS/RS. **Estatísticas**. Relatórios 2018-2017. Disponível em: <https://jucisrs.rs.gov.br/estatisticas>. Acesso em: 22 ago. 2019.

MAXIMIANO, Antonio Cezar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

_____. **Empreendedorismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MONTEIRO, Selma. **Um Brasil empreendedor**. abr. 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/um-brasil-empreendedor>. Acesso em: 24 mar. 2019.

SCOCUGLIA, Livia. **Sistema tributário no Brasil é altamente complexo e precisa de mudança completa**. FENACON, jan/2018. Disponível em: <http://www.fenacon.org.br/noticias/sistema-tributario-no-brasil-e-altamente-complexo-e-precisa-de-mudanca-completa-2880/>. Acesso em: 02 nov. 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **ANUÁRIO DO TRABALHO na Micro e Pequena Empresa**. 2013. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf. Acesso em: 03 abr. 2019.

_____. **Pequenos negócios em números**. 2014. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/dados_mpes_brasil_2014.pdf Acesso em: 06 abr. 2019.

_____. **Empresários da indústria, construção, comércio e serviços no Brasil (2003 - 2013)**. Mar. 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/69e563d410f230c0e5004f1d1998567a/\\$File/5454.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/69e563d410f230c0e5004f1d1998567a/$File/5454.pdf) Acesso em: 22 ago. 2019.

_____. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Marco Aurélio Bedê (Coord.). Brasília: Sebrae, 2016a. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2019.

_____. **Os Donos de Negócio no Brasil: análise por sexo (2001 a 2014)**. Brasília: Sebrae, 2016b. Disponível em: <http://observatorio.sebraego.com.br/midias/downloads/08032017145158.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2019.

_____. **Empreendedorismo no Brasil Relatório Executivo 2018** Global Entrepreneurship Monitor. 2018. Disponível em <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em 22 ago. 2019.

_____. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em 19 ago. 2019.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?** **Revista de Administração Contemporânea**, RAC, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, p. 311-327, maio/jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>. Acesso: 05 abr. 2019.

ZARPELLON, Cristóvão Zarpellon. **O Empreendedorismo e a Teoria Econômica Institucional**. **Revista Iberoamericana de Ciencias Empresariales y Economía**. (2010) Disponível em: <http://revistafcee.ude.edu.uy/revistas/ricee/index.php/ricee/article/view/1/42>. Acesso em: 22 ago. 2019.