

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS	4
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	5
LISTA DE TABELAS	6
1. O PROBLEMA DE PESQUISA	8
1.1 Introdução	8
1.2 Identificação do problema	9
1.3 Definição da situação problema	12
1.4 Objetivos da pesquisa	13
1.4.1 Objetivo geral	13
1.4.2 Objetivos específicos	13
1.5 Questões de pesquisa	13
1.5.1 Definição das hipóteses da pesquisa:	13
1.6 Definição teórica e operacional das variáveis	15
1.7 Pressupostos conceituais	19
1.8 Limitações da pesquisa	20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
2.1 Empreendedorismo	21
2.1.1 Empreendedorismo no contexto internacional	22
2.2 Mortalidade de empresas	28
2.2.1 Estudos sobre mortalidade de empresas no mundo	28
2.2.2 Estudos sobre mortalidade de empresas no Brasil	36
2.3 Fatores contribuintes para a mortalidade	40
2.3.1 O Empreendedor	41

2.3.2	O Negócio	44
2.3.3	O Ambiente Externo	46
3	METODOLOGIA DA PESQUISA	49
3.1	Método de pesquisa	49
3.2	Estratégia de coleta e análise dos dados	50
3.3	Definição da população e amostra da pesquisa	50
3.4	Técnicas de tratamento estatístico dos dados	53
3.5	O modelo conceitual de pesquisa	54
3.6	Limitações do método de pesquisa	55
3.7	Limitações do método de pesquisa	56
4	APRESENTAÇÃO, TRATAMENTO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	57
4.1	Análise descritiva	58
4.1.1	Hipótese H _{0,1} - Competência na Gestão Empresarial	59
4.1.2	Hipótese H _{0,2} - Experiência Anterior	62
4.1.3	Hipótese H _{0,3} - Nível de Escolaridade	65
4.1.4	Hipótese H _{0,4} - Relação com Sócios	69
4.1.5	Hipótese H _{0,5} - Acesso ao Crédito	73
4.1.6	Hipótese H _{0,6} - Mão de Obra	75
4.1.7	Hipótese H _{0,7} - Apoio Jurídico e Contábil	78
4.1.8	Hipótese H _{0,8} - Qualidade dos Produtos e Serviços	80
4.1.9	Hipótese H _{0,9} - Inovação dos Produtos e Serviços	82
4.1.10	Hipótese H _{0,10} - Planejamento Estratégico	84
4.1.11	Hipótese H _{0,11} - Exigências Fiscais, Legais e Tributárias	86
4.1.12	Hipótese H _{0,12} - Manutenção de Clientes	88

4.1.13	Hipótese $H_{0,13}$ - Relação com Parceiros Comerciais	91
4.1.14	Hipótese $H_{0,14}$ - Manutenção dos Impostos e Tributos	94
4.1.15	Hipótese $H_{0,15}$ - Concorrentes	95
4.1.16	Hipótese $H_{0,16}$ - Mudanças no Ambiente Externo	98
4.2	Análise Qualitativa	101
4.2.1	Dados sobre origem da empresa	101
4.2.2	Dados sobre motivos da extinção	107
4.2.2.1	Dados sobre motivos da extinção ligados ao empreendedor	107
4.2.2.2	Dados sobre motivos da extinção ligados à empresa	111
4.2.2.3	Dados sobre motivos da extinção ligados ao ambiente externo	116
4.2.3	Dados sobre os conselhos aos novos empreendedores	120
5	CONCLUSÕES	128
5.1	Quanto à caracterização dos fatores contribuintes para a mortalidade precoce	129
5.2	Quanto ao perfil do empreendedor e da empresa	131
5.3	Conclusões Gerais	140
6	RECOMENDAÇÕES	143
6.2	Recomendações para o período de abertura e desenvolvimento da empresa	147
6.3	Recomendações Gerais	149
7	SUGESTÕES PARA PESQUISAS COMPLEMENTARES	152
	REFERÊNCIAS	153
	APÊNDICES	161
	Apêndice 1 - Instrumento de Coleta de Dados	162

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CLASSIFICAÇÃO DOS FATORES CONTRIBUINTES PARA A MORTALIDADE.....	41
QUADRO 2 – CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS ESTUDADAS	58
QUADRO 3 - CARACTERIZAÇÃO DOS FATORES CONTRIBUINTES PARA A MORTALIDADE.....	129
QUADRO 4 - RESULTADO DAS VARIÁVEIS TESTADAS.....	130
QUADRO 5 - SÍNTESE DE RESULTADOS	142

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1 - FLUXO DO INVESTIMENTO EM NOVAS EMPRESAS	24
ILUSTRAÇÃO 2 - DEFINIÇÕES DE FALÊNCIA	29
ILUSTRAÇÃO 3 - CICLO DE VIDA DAS ORGANIZAÇÕES	31
ILUSTRAÇÃO 4 - CONTEXTO DO PLANEJAMENTO DE NOVAS EMPRESAS	35
ILUSTRAÇÃO 5 - DESENHO DA PESQUISA	53
ILUSTRAÇÃO 6 - MODELO CONCEITUAL DE PESQUISA	55

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - CONDIÇÕES QUE AFETAM O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL* ...	27
TABELA 2 - CARACTERIZAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (RECEITA BRUTA)	39
TABELA 3 - CARACTERIZAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Nº DE FUNCIONÁRIOS)	39
TABELA 4 - RAZÕES PARA FECHAMENTO DAS EMPRESAS	40
TABELA 5 - TAXAS DE EMPREENDEDORES, DADOS AGRUPADOS DE 2000 A 2003	43
TABELA 6 - COMPETÊNCIA GERENCIAL DOS EMPREENDEDORES	59
TABELA 7 - TREINAMENTO EM GESTÃO EMPRESARIAL	60
TABELA 8 - ANO DE CONSTITUIÇÃO X EXPERIÊNCIA GERENCIAL	60
TABELA 9 - EXPERIÊNCIA GERENCIAL X TREINAMENTO GERENCIAL	61
TABELA 10 - TEMPO DE EXPERIÊNCIA DOS EMPREENDEDORES	62
TABELA 11 - TEMPO DE EXPERIÊNCIA X NÍVEL DE ESCOLARIDADE	63
TABELA 12 - EXPERIÊNCIA NO RAMO X ANO DE CONSTITUIÇÃO	64
TABELA 13 - ESCOLARIDADE DOS EMPREENDEDORES	65
TABELA 14 - NÍVEL DE ESCOLARIDADE X TREINAMENTO GERENCIAL	66
TABELA 15 - ÁREA DE FORMAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR	67
TABELA 16 - NÍVEL DE ESCOLARIDADE X ANO DE CONSTITUIÇÃO	68
TABELA 17 - RELACIONAMENTO DOS EMPREENDEDORES COM OS SÓCIOS	69
TABELA 18 - VÍNCULO COM OS SÓCIOS	70
TABELA 19 - RELACIONAMENTO COM SÓCIOS X VÍNCULO COM SÓCIOS	71
TABELA 20 - VÍNCULO COM SÓCIO X ANO DE CONSTITUIÇÃO	72
TABELA 21 - FONTES DE FINANCIAMENTO DA EMPRESA	73
TABELA 22 - ACESSO AO CRÉDITO DA EMPRESA	74
TABELA 23 - MÃO DE OBRA DA EMPRESA	75
TABELA 24 - MÃO DE OBRA QUALIFICADA X ANO DE CONSTITUIÇÃO	76
TABELA 25 - APOIO JURÍDICO E CONTÁBIL À EMPRESA	78
TABELA 26 - APOIO JURÍDICO E CONTÁBIL X ANO DE CONSTITUIÇÃO	79
TABELA 27 - QUALIDADE E PADRONIZAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS	80
TABELA 28 - QUALIDADE PRODUTOS/SERVIÇOS X ANO DE CONSTITUIÇÃO	81
TABELA 29 - INOVAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DA EMPRESA	82
TABELA 30 - INOVAÇÃO PRODUTOS E SERVIÇOS X ANO DE CONSTITUIÇÃO	83
TABELA 31 - REALIZAÇÃO DE PLANEJAMENTO DA EMPRESA	84
TABELA 32 - PLANEJAMENTO X ANO DE CONSTITUIÇÃO	85
TABELA 33 - EXIGÊNCIAS FISCAIS, LEGAIS E TRIBUTÁRIAS	86
TABELA 34 - PLANEJAMENTO X DIFICULDADE COM EXIGÊNCIAS FISCAIS, LEGAIS E TRIBUTÁRIAS	87
TABELA 35 - CONQUISTA E MANUTENÇÃO DE CLIENTES	88
TABELA 36 - SETOR DA ECONOMIA X DIFICULDADE COM CLIENTES	89
TABELA 37 - PLANEJAMENTO X DIFICULDADE COM CLIENTES	89
TABELA 38 - RELAÇÃO COM OS PARCEIROS	91
TABELA 39 - CONTRATOS E INSTRUMENTOS COM OS PARCEIROS	92
TABELA 40 - RELAÇÃO COM OS PARCEIROS X ANO DE CONSTITUIÇÃO	93
TABELA 41 - IMPOSTOS E TRIBUTOS	94
TABELA 42 - DIFICULDADES COM A CONCORRÊNCIA	95
TABELA 43 - SETOR DA ECONOMIA X DIFICULDADES COM A CONCORRÊNCIA	96

TABELA 44 - FATORES DO AMBIENTE EXTERNO	98
TABELA 45 - PLANEJAMENTO X FATORES DO AMBIENTE EXTERNO.....	99
TABELA 46 - SETOR DA ECONOMIA X ANO DE CONSTITUIÇÃO.....	99
TABELA 47 - ORIGEM DA EMPRESA	103
TABELA 48 - MOTIVOS PARA A EXTINÇÃO DA EMPRESA LIGADOS AO EMPREENDEDOR.....	109
TABELA 49 - MOTIVOS PARA A EXTINÇÃO DA EMPRESA LIGADOS À EMPRESA	113
TABELA 50 - MOTIVOS PARA A EXTINÇÃO DA EMPRESA LIGADOS AO AMBIENTE EXTERNO.....	118
TABELA 51 - CONSELHOS PARA NOVOS EMPREENDEDORES.....	122

1. O PROBLEMA DE PESQUISA

1.1 Introdução

A dinâmica e o crescimento da economia dos países em desenvolvimento, os chamados países emergentes, dependem em grande parte da capacidade de criar empresas capazes de sobreviver, para gerar trabalho e renda para a população economicamente ativa, de maneira sustentável por longos períodos de tempo, levando estes países a alcançar uma maior produção de bens e serviços e um posicionamento mais estratégico na economia global.

No Brasil, as micro empresas e as empresas de pequeno porte vêm alcançando uma participação cada vez maior na economia, totalizando 86% do total de empresas de acordo com o IBGE (2004) e vêm destacando-se como geradoras de ocupação e renda no país, contribuindo de forma crescente para o aumento do produto interno bruto – PIB anual. Segundo pesquisa do SEBRAE (2004), 99% das empresas do país são de micro e pequeno porte. Essas empresas respondem por quase 70% dos postos de trabalho do setor privado, além de representar 20% do PIB.

O estado de São Paulo tem a liderança em empregos deste setor, visto que emprega mais do que a soma das regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte e aparece como o principal estado empregador do país, de acordo com o IBGE (2001). A Região Sudeste concentra 51,3% das empresas do País. Dessas, 58,6% localizam-se no estado de São Paulo. A Região Sul conta com 23,4% das empresas. A Região Nordeste possui 15,1%, a Centro-Oeste, 7,0%, e a Norte, 3,3%.

Contudo, há um fato que compromete um maior crescimento do número de empresas e, por conseguinte da economia, que são os altos índices de mortalidade precoce de micro e pequenas empresas, gerados por diferentes elementos e condições ligadas a estas unidades produtivas. Pesquisa do SEBRAE (2004) mostra que, de cada 100 empresas abertas, 31 não ultrapassam o primeiro ano de atividade. Esta proporção aumenta após cinco anos da abertura da empresa para 60%.

Filardi e Santos (2004), ao iniciarem o estudo das possíveis causas deste fenômeno, comentam que *várias dessas condições que representam barreiras ao desenvolvimento das novas empresas, somadas à criatividade do empreendedor brasileiro para responder a situações difíceis, podem ser vistas como oportunidades em face às demandas a serem atendidas em uma sociedade ainda distante da afluência de capitais e com considerável potencial de consumo.*

Em vista aos diversos desafios que enfrentam os novos empreendedores e da representatividade que as empresas de micro e pequeno porte representam para o país, esta pesquisa dedica-se ao estudo da problemática acerca da extinção precoce das novas empresas, destacando os fatores contribuintes para a mortalidade ligados ao empreendedor, à empresa e ao ambiente no qual ela se insere.

1.2 Identificação do problema

A cada ano, em média 700.000 empresas são criadas no Brasil, porém, segundo o IBGE (2002), em torno de 70% das empresas não superam as dificuldades iniciais inerentes ao ambiente empresarial, e encerram suas atividades nos primeiros três anos e meio de atividade.

Em pesquisa realizada englobando 10 países, o instituto Global Entrepreneurship Monitor - GEM (1999) em parceria entre a London Business School da Inglaterra e o Babson College dos Estados Unidos, constatou que o Brasil era o país que tinha o maior número de adultos com espírito empreendedor, ou seja, envolvidos com alguma atividade empreendedora.

Já no relatório executivo do ano seguinte, o GEM (2000) pesquisou 20 nações e o Brasil se destacou como o país que possuía a melhor relação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total da sua população: um em cada quatro adultos. Nos Estados Unidos esta relação é de um em cada dez; na Austrália, um em cada doze; na Alemanha, um em cada vinte e cinco; no Reino Unido, um em cada trinta e três, na Finlândia e na Suécia, um em cada cinquenta; e na Irlanda e no Japão, um em cada cem. Isso mostra que, apesar de ocorrer de maneira menos organizada do que em países mais desenvolvidos, a criação de micro e pequenas empresas vêm conquistando cada vez mais espaço na economia

brasileira.

O relatório GEM (2002) traz um princípio fundamental de comparação que é a taxa de atividade empreendedora total – TAE, que posiciona o Brasil em 7º lugar entre os 37 países avaliados, com 13,5% da população total ativamente envolvida com o empreendedorismo. A posição alcançada pode ser considerada excelente, visto que, a cada ano o número de países pesquisados aumenta, e em 2002 foram inseridos dados de países com altíssimo nível de atividade empreendedora, que são Tailândia, com 18,9%, Índia, com 17,9%, Chile, com 15,7% e Coréia, com 14,5%.

No ano de 2003, a TAE brasileira foi a 6ª mais elevada e em 2004 o Brasil posicionou-se como 7º país em taxa de atividade empreendedora total de acordo com GEM (2003 e 2004), reforçando a porcentagem de empreendedores no país em torno de 13% da população total. Em 2005, o Brasil se manteve entre os 10 países mais empreendedores, alcançando o 7º lugar na TAE e o 5º em número de empreendedores na população, conforme demonstra o GEM (2005).

Entretanto, o Cadastro Central de Empresas, divulgado pelo IBGE (2002), mostra que, entre 1999 e 2000, para cada 100 empresas que abriram no país, 65 fecharam. Em números absolutos foram 710.258 nascimentos para 457.990 mortes de empresas, como pode ser visto no gráfico 1.1. Além disso, esta pesquisa ainda mostra que em 2000 o número de estabelecimentos no país cresceu 6,5%, o equivalente a mais 252.268 empresas em atividade no Brasil, totalizando naquele ano 4.124.343 estabelecimentos.

Conforme pesquisa do Sebrae (1999), realizada em alguns estados do Brasil, a taxa de mortalidade empresarial varia de cerca de 30 a 61% no primeiro ano de existência da empresa, de 40 a 68% no segundo ano, e de 55 a 73% no terceiro ano do empreendimento.

Apesar da instabilidade da conjuntura econômica vista nos últimos anos, com a crise política, crise macroeconômica, elevação da taxa desemprego e forte oscilação da taxa de crescimento do produto interno bruto do país, sendo 0,22% de queda em 2003 e 4,93% de alta em 2004 conforme dados da FGV (2005), novas empresas continuam a serem criadas, mostrando que a economia brasileira tem se mantido dinâmica.

Em recente estudo, o SEBRAE (2005) demonstra a gravidade das conseqüências da curta vida das MPEs: em 2004, só no Estado de São Paulo, o custo da mortalidade das empresas implicou a perda de 281 mil ocupações e de quase R\$ 15 bilhões. Uma nação emergente como o Brasil, com imenso passivo social e elevada taxa de desemprego, não pode dar-se ao luxo de tais prejuízos.

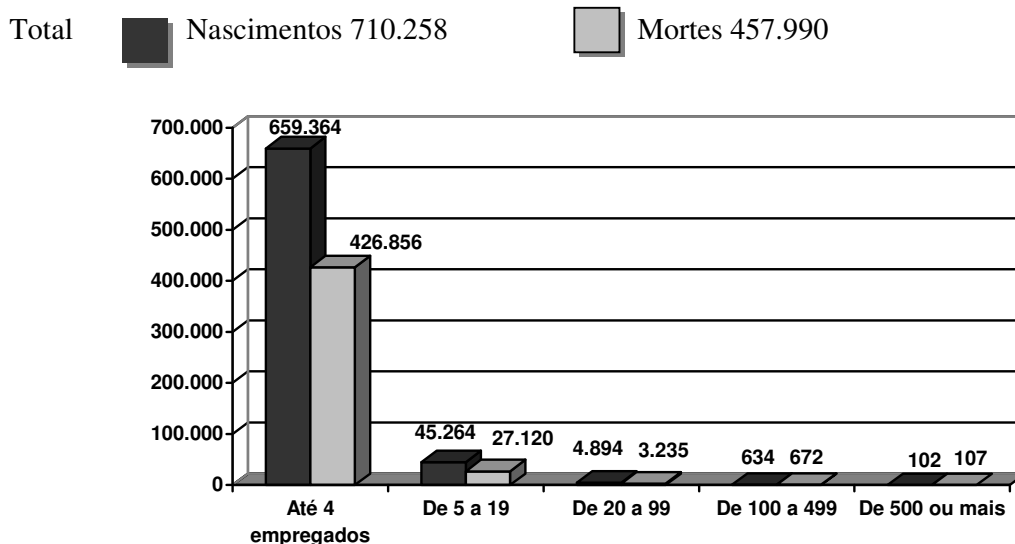


Gráfico 1 - Nascimentos e Mortes em 2000

Fonte: IBGE, 2002.

Contudo as pequenas empresas, com até quatro funcionários, figuram como aquelas em que se verificam os maiores números de nascimentos e mortes, visto que elas foram responsáveis por 92% das empresas que nasceram e por 93% das que foram extintas.

Na avaliação por setor, o comércio foi o que mais avançou de um ano para o outro, aumentando em 6,3% o número de empresas e 8,4% o de pessoal empregado, mantendo assim a liderança no total de empresas no país em relação aos demais setores.

Uma análise por tamanho da firma demonstra que as empresas que tem até quatro pessoas respondem por 82,1% do total de empregos, contra apenas 0,1% das que ocupam 500 pessoas ou mais.

De acordo com Azevedo (1992) as estatísticas oficiais referentes à extinção de empresas não expressam a realidade brasileira, pois muitos negócios fecham as suas portas sem dar baixa nas instituições de registros oficiais. O autor considera que em torno de 50% das pequenas empresas abertas no Brasil não sobrevivem ao primeiro ano, e que nem todas, que não superam esta marca, fracassam, pois, algumas são compradas ou fecham para se transformar em novos negócios.

Para Reynolds, organizador do GEM (2004), a participação das pequenas e médias empresas na economia dos países emergentes é uma das mais importantes forças dinâmicas capazes de moldar a paisagem econômica dos dias de hoje, porém as causas e os impactos desse fenômeno são ainda muito mal explorados.

1.3 Definição da situação problema

De fato existe uma forte vocação para a criação de novas empresas no Brasil, mas ao que parece ainda não se sabe muito bem como reduzir ou evitar que uma enorme quantidade de empresas feche as portas de maneira precoce.

As estatísticas demonstram que algumas empresas até conseguem superar as dificuldades pela dedicação e força de vontade dos empreendedores, por sorte ou algum fator contingencial, mas o que faz com que este enorme contingente de novas empresas não consiga se manter? Por que será que estas empresas fecham precocemente?

Portanto, a pesquisa, procurará responder à seguinte questão:

É possível identificar e caracterizar um conjunto de fatores contribuintes para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas estudadas?

1.4 Objetivos da pesquisa

1.4.1 Objetivo geral

O objetivo geral do presente trabalho foi identificar, caracterizar e descrever os fatores contribuintes para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas na cidade de São Paulo.

1.4.2 Objetivos específicos

- a. Compilar e sistematizar informações sobre as empresas extintas na cidade de São Paulo, no ano de 2005, buscando testar as hipóteses definidas sobre os fatores contribuintes para a mortalidade precoce destas empresas;
- b. Caracterizar os empresários e os grupos de empresas que foram extintas, buscando aspectos que permitam apontar características comuns às empresas que morreram precocemente;
- c. Identificar e descrever a presença de fatores que de alguma forma contribuíram para o processo de mortalidade precoce das empresas estudadas;
- d. Propor um conjunto de recomendações gerenciais destinadas a reduzir a mortalidade precoce das empresas, com base nas informações coletadas junto aos empresários entrevistados.

1.5 Questões de pesquisa

1.5.1 Definição das hipóteses da pesquisa:

Esta pesquisa se propõe a testar as seguintes hipóteses:

H_{0,1}: A falta de competência na gestão empresarial não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,2}: A falta de experiência anterior do empresário no ramo de negócio em que abriu empresa não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,3}: O baixo nível de escolaridade do empresário não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,4}: A falta de profissionalismo do empresário na relação com sócios não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,5}: A dificuldade de acesso ao crédito não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,6}: A dificuldade na manutenção de mão de obra qualificada não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,7}: A falta de apoio jurídico e contábil especializado não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,8}: A falta de qualidade dos produtos e serviços não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,9}: A falta de inovação dos produtos e serviços não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,10}: A falta de planejamento estratégico não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,11}: A dificuldade em satisfazer as exigências fiscais, legais e tributárias exigidas das novas empresas não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,12}: A dificuldade na manutenção de clientes não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,13}: A dificuldade na profissionalização da relação com parceiros comerciais não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,14}: A dificuldade da manutenção dos impostos e tributos não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,15}: A falta de competitividade com relação aos concorrentes não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

H_{0,16} : A dificuldade de adequação da empresa às mudanças no ambiente externo não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas;

1.6 Definição teórica e operacional das variáveis

Competência na gestão empresarial é definida teoricamente como sendo um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que permitem ao empresário planejar, organizar, dirigir e controlar a gestão da empresa no que tange às suas interações com o mercado, da mesma forma que permitem aplicar estes conhecimentos, escolher, alocar e explorar os meios e recursos internos para gerar produtos e ou serviços destinados a satisfazer os clientes e consumidores com geração de lucros decorrentes desta atividade. (SEBRAE, 2004, p.10).

Competência na gestão empresarial é definida operacionalmente como sendo ter ocupado funções de direção e gestão onde as competências gerenciais são exigidas e postas a prova, por pelo menos um ano, em empresas do mesmo ramo de negócio, tendo alcançado bom desempenho profissional.

Experiência anterior no ramo de negócio é definida teoricamente como sendo a vivência profissional adquirida pelo empresário através da prática ou da observação em empresas do mesmo ramo de negócio. (Larousse, 2002).

Experiência anterior no ramo de negócio é definida operacionalmente como sendo a atuação do empresário, por pelo menos um ano, enfrentando situações típicas do ramo de negócio em que a empresa foi criada.

Nível de escolaridade é definido teoricamente como sendo a classificação segundo anos de estudo obtida em função da série ou período e do grau cursado, considerando a última série concluída com aprovação. (IBGE, 2005).

Nível de escolaridade é definido operacionalmente como sendo a quantidade de anos de estudo formal, tendo como referência a última série ou período concluído com aprovação.

Profissionalismo na relação do empresário com sócios é definido teoricamente como sendo a escolha dos sócios com base em critérios racionais, independentes de amizade ou vínculo familiar. (Dornelas, 2001, p. 117).

Profissionalismo na relação do empresário com sócios é definido operacionalmente como sendo uma sociedade baseada em experiência, competência técnica e gerencial comprovada independente de amizade ou vínculo familiar.

Acesso ao crédito é definido teoricamente como sendo ter acesso e estar apto a receber os recursos disponíveis que possam financiar o investimento inicial seja através de bancos ou agências de fomento. (Santos & Pereira, 1995, p. 179).

Acesso ao crédito é definido operacionalmente como sendo a facilidade ou a complexidade de regras e exigências para empréstimo exigidas do empresário pelas instituições financeiras.

Manutenção de mão de obra qualificada é definida teoricamente como sendo a capacidade de contratar e remunerar profissionais com experiência comprovada através de treinamento ou experiência de trabalho nas atividades nas quais irão atuar. (Chiavenato, 2003, p. 143).

Manutenção de mão de obra qualificada é definida operacionalmente como sendo a capacidade de contratar e remunerar profissionais com experiência comprovada de pelo menos um ano na área de atuação nas atividades nas quais irão atuar.

Assessoria Jurídica e Contábil é definida teoricamente como sendo o assessoramento ao empresário com relação aos aspectos jurídicos e contábeis, com o objetivo de otimizar a administração da empresa. (Dornelas, 2001, p. 206).

Assessoria Jurídica e Contábil é definida operacionalmente como sendo utilização de assessoria de profissionais na área jurídica e contábil.

Qualidade dos Produtos e Serviços é definida teoricamente como sendo o conjunto de características do produto ou serviço que o padronizam, diferenciam de seus similares concorrentes e satisfazem as necessidades dos clientes. (Kotler, 1998, p.28).

Qualidade dos Produtos e Serviços é definida operacionalmente como sendo a capacidade de oferecer aos clientes produtos e serviços que atendam as exigências técnicas e funcionais capazes de satisfazer as expectativas dos clientes.

Inovação em produtos e serviços é definida teoricamente como sendo é o processo pelo qual as empresas desenvolvem, dominam e implementam o design e a produção, através de pesquisa e desenvolvimento e aperfeiçoamento de bens e serviços. (Min. da Ciência e Tecnologia, 2005).

Inovação em produtos e serviços é definida operacionalmente como sendo capacidade de produzir produtos e serviços que possuam diferenciais que possam ser considerados pelo mercado e pelos clientes como vantagem competitiva.

Planejamento Estratégico é definido teoricamente como sendo o processo de definição do negócio, da visão e missão da empresa, a identificação das oportunidades e ameaças do mercado de atuação, o posicionamento dos produtos e serviços, e a definição dos objetivos e estratégias a serem seguidas. (Mintzberg, 2000, p.154).

Planejamento Estratégico é definido operacionalmente como sendo elaboração de um plano de negócios com visão de longo prazo, elaborado no período anterior à abertura do negócio e sua efetiva implantação durante o período de existência da empresa.

Satisfação das exigências fiscais, legais e tributárias é definida teoricamente como sendo capacidade de cumprir um conjunto de normas e regulamentos exigidos pelos órgãos oficiais destinados a organizar o ramo de atividade onde a empresa atua. (Weber, 1971, p. 13).

Satisfação das exigências fiscais, legais e tributárias é definida operacionalmente como sendo o cumprimento dos procedimentos fiscais, legais e tributários necessários para abrir e manter uma empresa em conformidade com as leis.

Manutenção de Clientes é definida teoricamente como sendo a capacidade de manter clientes antigos e conquistar novos clientes no mercado de atuação da empresa. (Kotler, 1998, p. 57).

Manutenção de Clientes é definida operacionalmente como sendo a competência para **reter** e gerenciar uma carteira de clientes, através de ferramentas de prospecção, divulgação, comunicação e satisfação de suas necessidades.

Profissionalização da relação com Parceiros Comerciais é definida teoricamente como sendo a escolha de parceiros com base em competência e critérios formais que definam a relação entre as partes. (Kotler, 1998, p.466).

Profissionalização da relação com Parceiros Comerciais é definida operacionalmente como sendo a organização e o controle da relação com os parceiros comerciais da empresa, como fornecedores, distribuidores e representantes comerciais.

Manutenção dos impostos e tributos é definida teoricamente como sendo a capacidade de pagamento de todos os impostos e taxas cobradas da empresa para poder explorar um negócio. (Santos & Pereira, 1995, p. 239).

Manutenção dos impostos e tributos é definida operacionalmente como sendo a competência para manter em dia as obrigações com relação a impostos e tributos.

Competitividade com relação aos concorrentes é definida teoricamente como sendo a capacidade de gerar vantagem competitiva com relação aos concorrentes do mercado de atuação da empresa. (Porter, 1986, p. 56).

Competitividade com relação aos concorrentes é definida operacionalmente como sendo a competência de oferecer produtos e serviços com características semelhantes ou superiores às dos concorrentes do mercado de atuação da empresa.

Adequação da empresa às mudanças no ambiente externo é definida teoricamente como sendo a capacidade de identificar antecipadamente oportunidades e ameaças presentes e provenientes do ambiente externo e organizar a empresa para gerar soluções ou ações para lidar com tais situações. (Mintzberg, 2000, p.34)

Adequação da empresa às mudanças no ambiente externo é definida operacionalmente como sendo a competência para manter a empresa constantemente atualizada com relação aos

aspectos econômicos, políticos, tecnológicos e sociais, buscando explorar as tendências da sua área de atividade, adaptando sua estratégia de atuação.

Mortalidade Precoce é definida teoricamente como sendo a baixa formal de uma nova empresa junto aos órgãos oficiais antes de alcançar a maturidade do negócio. (Cochran, 1981, p. 52).

Mortalidade Precoce é definida operacionalmente como sendo as empresas que deram baixa formal, ou seja, pediram extinção na junta comercial, dentro do prazo de três anos após a data de sua constituição.

Fator Associado à Mortalidade precoce das Empresas é definido teoricamente como sendo um fator que pode contribuir para a falência de uma empresa antes de alcançar a maturidade. (Adizes, 1990, p. 94).

Fator Associado à Mortalidade precoce das Empresas é definido operacionalmente como sendo um fator que pode contribuir para a extinção de uma empresa antes de completar três anos e meio de existência.

1.7 Pressupostos conceituais

Este estudo parte do pressuposto conceitual de que a mortalidade de pequenas empresas não acontece apenas como uma fase natural do seu ciclo de vida. As turbulências do ambiente empresarial têm aumentado, trazendo cada vez mais desafios para a sobrevivência das empresas.

Neste contexto, a mortalidade pode ser também resultado de uma série de fatores ligados ao empreendedor, à empresa ou ao ambiente externo que podem acelerar o processo de morte da empresa.

1.8 Limitações da pesquisa

As informações acerca do assunto não são de fácil acesso, e os empresários e funcionários envolvidos com as empresas que faliram freqüentemente omitem fatos ou maquiam dados, portanto foram tomados os devidos cuidados para que se tenha compreensão de todos os aspectos que envolvem o problema, e que a conclusão do estudo não seja irreal, ilusória ou manipulada. Por exemplo na apresentação, se procurou deixar bem claro ao entrevistado que se tratava de um trabalho de pesquisa com finalidade acadêmica.

O estudo limitou-se a analisar a influência de fatores contribuintes para a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas no ano de 2005 na cidade de São Paulo, não tendo a intenção de esgotar o assunto em nível nacional, pois, entende-se que este tipo de análise deverá ser desenvolvido através de outra pesquisa, em outro momento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo busca, inicialmente, elaborar uma fundamentação teórica que sirva de base para sustentar e orientar o esforço de pesquisa através da apresentação de um breve histórico do empreendedorismo responsável pela criação constante de novas empresas.

Na segunda parte, apresentam-se os principais estudos sobre mortalidade e falência de empresas no mundo e no Brasil, onde se analisam os principais conceitos, princípios e definições direcionadas para os objetivos da pesquisa, buscando identificar os principais fatores contribuintes para a mortalidade precoce de empresas.

Na parte final do capítulo, propõe-se uma classificação destes fatores em três blocos, com a finalidade de enquadramento e análise preliminar dos fatores que serão objeto de estudo, sendo o primeiro bloco composto de fatores ligados ao empreendedor, o segundo bloco composto de fatores ligados à empresa e o terceiro bloco composto de fatores ligados ao ambiente externo.

2.1 Empreendedorismo

Timmons (1994) afirma que o empreendedorismo é uma revolução que será para o século XXI mais do que a revolução industrial representou para o século XX. Esta afirmação explica em parte por que os países em desenvolvimento têm investido tanto em programas que visem o desenvolvimento do empreendedorismo, pois segundo Filardi (2000), com a reorientação do papel do Estado, os cidadãos se vêm cada vez mais responsáveis pelo seu próprio destino e buscam reduzir a dependência da intervenção estatal na economia, criando seus próprios negócios.

Esta tendência encontra origens em alguns países considerados desenvolvidos, onde, conforme veremos abaixo, a criação de novas empresas tem sido considerada a base das políticas públicas e do crescimento da economia.

2.1.1 Empreendedorismo no contexto internacional

De acordo com Dornellas (2001), nos Estados Unidos, de 1989 até 1999, as quinhentas maiores empresas listadas pela revista *Fortune* eliminaram mais de cinco milhões de postos de trabalho, enquanto nas pequenas empresas mais de 34 milhões de novos postos de trabalho foram criados. As empresas com menos de quinhentos funcionários empregam 53% da mão-de-obra privada, e são responsáveis por 51% do PIB americano. Além disso, 16% de todas as empresas norte-americanas foram criadas há menos de um ano, o que mostra uma oxigenação saudável para a economia.

Na Alemanha, têm sido empreendidos vários programas que disponibilizam recursos financeiros e de suporte na criação de novas empresas. Na década de 1990, aproximadamente duzentos centros de inovação foram estabelecidos, provendo espaço e uma série de recursos para os novos empreendimentos.

Em relatório publicado no final de 1998, a respeito do seu futuro competitivo, as instituições de ensino e autoridades da Inglaterra enfatizavam a necessidade de se desenvolver iniciativas para alavancar o empreendedorismo nos países do Reino Unido.

De acordo com o GEM (2003), uma competição nacional para a criação de novas empresas de tecnologia foi lançada na França e uma fundação de ensino do empreendedorismo foi criada como parte das iniciativas para promover o ensino de empreendedorismo nas universidades, com o intuito de engajar os estudantes a desenvolver suas idéias de negócio.

O resultado destas iniciativas é o crescente desenvolvimento econômico, impulsionado pela redução dos índices de desemprego e das taxas de inflação e de juros, que aparentemente demonstram que o empreendedorismo pode ser considerado como uma ferramenta interessante na busca do crescimento econômico, gerando alternativas viáveis de emprego e renda.

Mas ao contrário do que possa parecer, o empreendedorismo não é uma moda, e segundo Dolabela (1999), ele é reflexo da evolução de uma sociedade em busca da geração do auto-

emprego e da autonomia profissional, de modo que hoje existe uma necessidade de se propagar conhecimentos empresariais, os quais no passado eram obtidos apenas pela experiência prática e não transmitida pelas escolas.

O empreendedorismo vem despertando o interesse de diversos agentes da sociedade em todo o mundo, e vai além das ações do Estado, atraindo também a participação de muitas organizações multinacionais. Em 1998, a *Organization for Economic Cooperation and Development* - OECD publicou uma pesquisa com o objetivo de compreender o estágio de desenvolvimento do empreendedorismo nos seus países membros e identificar quais políticas poderiam ser mais prósperas para intensificar o desenvolvimento do empreendedorismo nestes países.

A partir desta iniciativa, a Comissão Européia apresentou um relatório para o Conselho de Ministros, que, entre outras providências, propunha um compromisso para simplificar a abertura de novas empresas, facilitando o acesso ao crédito, e desenvolvendo o espírito de empreendedorismo na comunidade.

O interesse dos países da Europa pelo empreendedorismo pode ser entendido através do estudo dos números atuais da economia americana, pois o governo federal americano investe anualmente em programas de apoio ao empreendedorismo e incentivam diversas iniciativas de governos estaduais e de organizações privadas que fomentam novas empresas no país. Por este motivo, estas iniciativas têm sido vistas como modelo por outros países que buscam aumentar o nível de sua atividade empresarial, como é o caso da Inglaterra, que criou em 1999 a Agência de Serviços para Pequenas Empresas, baseada em institutos semelhantes que surgiram nos Estados Unidos.

2.1.2 Empreendedorismo no Brasil

Nos últimos anos, o empreendedorismo começa a se destacar no Brasil como propulsor da economia e passa a receber maior atenção tanto do Estado quanto das empresas privadas, buscando evoluir do modelo tradicional de fluxo de recursos para um modelo mais dinâmico, onde as empresas investem parte do que pagariam de impostos diretamente em projetos de iniciativa empreendedora, a exemplo do que vem ocorrendo em países desenvolvidos, onde os empreendedores são tratados como a “grande mola” da economia, como mostra a ilustração 1.

Neste quadro é demonstrado o novo papel do Estado, que através de leis de incentivo e isenção de impostos, principalmente nas áreas da cultura, entretenimento, esportes, lazer, social e meio ambiente, vêm proporcionando o envolvimento de empresas privadas em projetos de empreendedorismo, conforme cita Filardi (2003).

Nas décadas de 60 e 70, o ideal de um jovem era conseguir emprego em uma grande empresa privada, nacional ou multinacional ou ser aprovado em um concurso público, pois o salário e a estabilidade que se conseguia nas grandes empresas eram convidativos, além do *status* e da possibilidade de crescimento dentro da organização, e aventurar-se na criação de um negócio próprio era considerado arriscado.

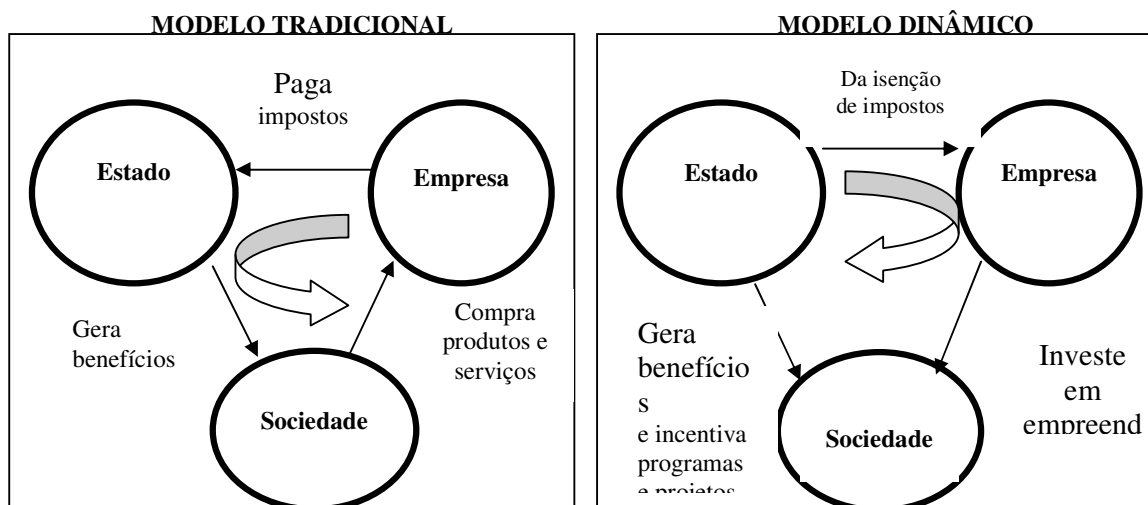


Ilustração 1 - Fluxo do investimento em novas empresas

Fonte: Modelo próprio.

O empreendedorismo no Brasil começou a sobressair entre as décadas de 80 e 90, quando foram criadas instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, para auxiliar os futuros empresários a montar seus negócios, buscando dar suporte para a legalização de empresas, além de consultorias para resolver problemas de negócios já em andamento.

Entretanto, hoje, a sociedade brasileira passa por profundas mudanças nas relações trabalhistas, com o aumento do número de profissionais qualificados, e com as alterações sofridas pela CLT, no sentido de dar maior ênfase para os acordos entre empregados e empregadores. Ao que tudo indica há uma tendência de que o emprego tradicional esteja sendo paulatinamente substituído por outras formas de vínculo entre o capital e o trabalho, e uma das alternativas aponta para a criação de novas empresas, situação que vem ocorrendo de maneira acelerada no Brasil.

Os primeiros movimentos desta tendência já podem ser sentidos, e na última década muitos ex-empregados decidiram montar suas próprias empresas em regime de cooperativas ou associações, enquanto outros procuraram abrir suas firmas individuais e prestar serviços para antigos empregadores, mas com a vantagem de não precisar se comprometer com cláusulas de exclusividade, podendo assim comercializar para outros clientes e aumentar sua renda.

Tendo identificado esta situação, as universidades e as escolas estão se envolvendo no processo, buscando formar alunos não apenas para trabalhar em grandes empresas, mas também estão começando a desenvolver competências para a formação de empreendedores, ou seja, profissionais que irão criar e administrar seus próprios negócios e que irão contribuir para acelerar a economia através de micro e pequenas empresas, gerando renda e trabalho para milhares de pessoas. Por esse motivo, a capacitação dos futuros empresários vem sendo considerada prioridade no Brasil.

Além das iniciativas do Sebrae, vêm sendo desenvolvidos projetos de incubadoras de empresas, e a criação de novas empresas começa a despertar nos brasileiros um potencial que até então havia sido pouco promovido, e que pode ser comparado apenas aos Estados Unidos, onde mais de 1.100 instituições contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo. Dornelas (2001) enumera alguns exemplos:

1. Os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços), que apóiam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas;
2. As ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do Sebrae, e ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de um milhão de empreendedores em todo o país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de oito bilhões de reais;
3. Os cursos e programas que vêm sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo, como é o caso de Santa Catarina, com o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia de todo país. Destaca-se também o programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras;
4. O recente movimento de criação de empresas de Internet no país, motivando o surgimento de entidades como o Instituto e-cobra, de apoio aos empreendedores das “ponto com”, empresas baseadas em Internet, com cursos, palestras e prêmios aos melhores planos de negócios de empresas *start-ups* de Internet, desenvolvidos por jovens empreendedores;
5. E o crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil, comprovado pelos dados da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas – ANPROTEC (2005), que mostram que, em 2002, havia mais de 200 incubadoras de empresas no país, e em 2005 este número subiu para 297, sem considerar as incubadoras de empresas de Internet, totalizando mais de 1.300 empresas incubadas, que geram mais de 6.200 empregos diretos.

O envolvimento das incubadoras de universidades na criação de novas empresas de tecnologia vem crescendo, e as chamadas *spin-offs*, ou seja, empresas que surgem dentro do ambiente acadêmico das universidades, através de uma idéia de negócio gerada em estudo ou pesquisa científica, vêm se mostrando como uma alternativa para a criação de novas empresas.

Este fenômeno vem contribuindo para o crescimento relevante das incubadoras de empresas nos últimos anos, fato que vem se mostrando como uma solução viável para auxiliar na redução da mortalidade precoce de novas empresas, pois, ao passar pelo processo de

“incubação”, segundo estudo da FIESP (2002), apenas 15% das novas empresas são extintas nos primeiros três anos de vida.

O estudo mostra ainda que, além de sobreviverem mais tempo, as empresas “graduadas” ampliam o faturamento e o volume de clientes, visto que este processo tem a vantagem de qualificar o empreendedor através de parcerias com instituições de ensino e pesquisa, além do suporte administrativo e mercadológico, desde a fase de planejamento até a consolidação das atividades. Esta tendência parece estar se solidificando, pois, de acordo com a pesquisa, o número de incubadoras cresceu 220% nos últimos cinco anos.

Tabela 1 - Condições que afetam o empreendedorismo no Brasil*

Condições	Média Brasil	Média Mundo	Posição do Brasil
Capacidade Empreendedora: Motivação	0,53	0,38	10/31
Oportunidade Empreendedora	0,34	0,19	11/31
Participação da Mulher	0,18	0,34	19/31
Acesso à Infra-Estrutura Física	0,13	0,95	31/31
Barreiras à entrada no Mercado – mercado interno e dinamismo/oportunidades	0,12	-0,19	7/31
Educação e Treinamento – Ensino Superior e aperfeiçoamento	-0,37	-0,21	22/31
Normas Sociais e Culturais	-0,43	-0,23	18/31
Infra-Estrutura Comercial e Profissional	-0,45	0,23	31/31
Capacidade Empreendedora: Potencial	-0,63	-0,52	19/31
Suporte Financeiro	-0,76	-0,39	23/31
Programas Governamentais	-0,78	-0,38	25/31
Proteção aos Direitos Intelectuais	-0,83	0,12	28/31
Barreiras à Entrada no Mercado – custos, concorrência e legislação.	-0,90	-0,25	31/31
Transferência e Desenvolvimento de Tecnologia			
Políticas Governamentais em âmbito federal, estadual e municipal; efetividade das políticas.	-0,98	-0,51	28/31
	-1,05	-0,40	28/31
Educação e Treinamento – ensino de 1º e 2º grau	-1,28	-0,94	27/31
Políticas Governamentais: Impostos, Tempo de Resposta.	-1,68	-0,57	31/31

Fonte: Pesquisa GEM (2003) *Avaliação feita pelos especialistas nacionais.

Entretanto, em pesquisa realizada pelo GEM (2003), os especialistas nacionais ouvidos mostraram-se críticos em relação às condições para a sobrevivência de novas empresas no Brasil. Nos questionários em que deram notas para condições que influenciam o

empreendedorismo, eles posicionaram o país entre aqueles de menores notas em aspectos como acesso à infra-estrutura, educação e treinamento, acesso a crédito, políticas e programas governamentais, pesquisa e desenvolvimento, respeito à propriedade intelectual, entre outros, como pode ser visto na tabela 1.

Portanto, os dados citados acima sugerem que as iniciativas criadas vêm se mostrando insuficientes para disponibilizar informação, suporte e infra-estrutura aos novos empreendedores e para garantir a continuidade dos negócios, demonstrando que ainda há várias lacunas no que diz respeito à criação e sobrevivência de novas empresas. Portanto, passa a ser de fundamental importância investigar os fatores contribuintes para a alta taxa de mortalidade, buscando subsídios para reduzir a vulnerabilidade das empresas nascentes e das novas empresas.

2.2 Mortalidade de empresas

Tendo explorado as origens do empreendedorismo, suas vantagens e possibilidades, apresentam-se a seguir os principais estudos sobre os fatores contribuintes para a mortalidade de empresas, conceitos, princípios e definições sobre o tema.

2.2.1 Estudos sobre mortalidade de empresas no mundo

As elevadas taxas de mortalidade de empresas sempre despertaram o interesse dos pesquisadores em diversas partes do mundo, e Davis (1939) já as estudava no final da década de 30. Sua pesquisa, realizada com base nos dados da empresa *Dun & Bradstreet*, mostra que, em algumas cidades dos Estados Unidos, a mortalidade de pequenas empresas chegava a 77,6% ao final do terceiro ano de existência. Os principais fatores citados pelo autor como responsáveis pela alta mortalidade são: a falta de mão de obra especializada, a falta de infra-estrutura, a instabilidade política e econômica, a rápida mudança de demanda por parte dos clientes.

No início dos anos 70, Edmister (1972) buscou aplicar ferramentas para prever a falência das pequenas empresas, baseado em análises financeiras e sofisticadas técnicas estatísticas

com o objetivo de testar a hipótese de que a má gestão financeira contribui para a mortalidade precoce de pequenas empresas. Em seus estudos ele conclui que é possível prever a falência de uma pequena empresa com até 5 anos de antecedência, com uma certa margem de erro, e que a má gestão financeira pode ser considerada um dos principais fatores que contribuem para a mortalidade precoce.

A contribuição de Cochran (1981) deve ser ressaltada, principalmente pela sua capacidade de revisar a literatura existente até então e pela sua visão crítica dos estudos realizados, onde ele questiona os conceitos, definições e métodos utilizados, mostrando que há muita polêmica e complexidade no estudo da mortalidade de empresas.

Sua pesquisa identifica problemas conceituais e de definição que demonstram que não há uma uniformidade na definição do conceito de falência, para o qual existem pelo menos 5 definições conforme mostra a ilustração abaixo:

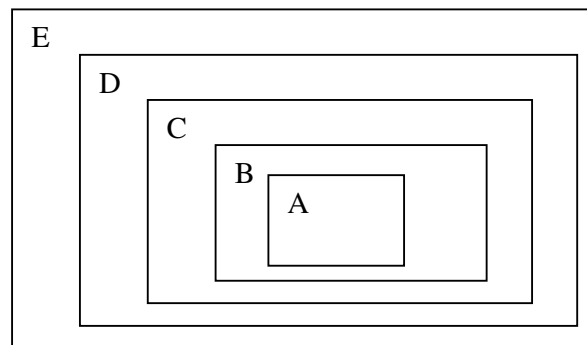


Ilustração 2 - Definições de Falência

Fonte: Cochran, 1981.

A: Falência Formal: Empresas que deram baixa formal junto aos órgãos oficiais;

B: Encerramento das atividades com dívidas a credores sem baixa formal;

C: Encerramento das atividades para evitar perdas e dívidas sem baixa formal;

D: Empresas vendidas ou transformadas em outras atividades;

E: Descontinuidade da empresa por qualquer outra razão.

Para efeito desta pesquisa, será adotada a definição de falência formal, principalmente pela disponibilidade de informações junto aos órgãos oficiais, especialmente as juntas comerciais dos estados a serem estudados.

Cochran explica que, dependendo do conceito que se tome por base, o resultado de uma pesquisa sobre mortalidade ou falência de empresas pode variar muito e gerar resultados pouco confiáveis, e que, quanto mais amplo o conceito, maior será a taxa de mortalidade encontrada. Apesar disso, ao revisar a literatura sobre o assunto, o autor identifica a falta de competência gerencial e a falta de experiência no ramo de negócio como fatores contribuintes para a mortalidade mais citados pela maior parte dos autores pesquisados.

Holmes e Haswell (1989) reforçam esta visão afirmando que a competência gerencial e a falta de experiência no ramo também são considerados fatores contribuintes para a mortalidade precoce de pequenas empresas na Austrália. Seus estudos mostram que das 418 empresas falidas entre os anos de 1981 e 1985, 90% tiveram sua morte associada a um dos dois fatores citados acima.

Para Adizes (1990) a criação e o desenvolvimento de um negócio só se dão pela real necessidade de consumidores empresariais ou finais a ser satisfeita e ele considera este o primeiro fator associado à mortalidade precoce de pequenas empresas, visto que muitos negócios são abertos sem ter identificado uma necessidade existente no mercado a ser satisfeita.

Ele traça um ciclo de vida das organizações com base em fases de crescimento e envelhecimento que mostra os principais fatores que podem acelerar a mortalidade de uma empresa, conforme a ilustração 3.

O autor define que o ciclo de vida de uma empresa passa por 10 fases, e identifica disfunções que podem levar a empresa à morte em várias fases, porém para efeito desta pesquisa iremos considerar apenas os fatores que aceleram a mortalidade infantil, ou seja, que ocorrem nas fases de namoro e infância, cujas definições são as seguintes:

- Fase de Namoro: É a fase da idéia e da concepção do negócio, duração de 6 meses a 1 ano em média;

➤ Fase da Infância: É a fase de abertura da empresa, ou seja, quando se coloca a idéia em prática, duração de 1 ano a 3 anos.

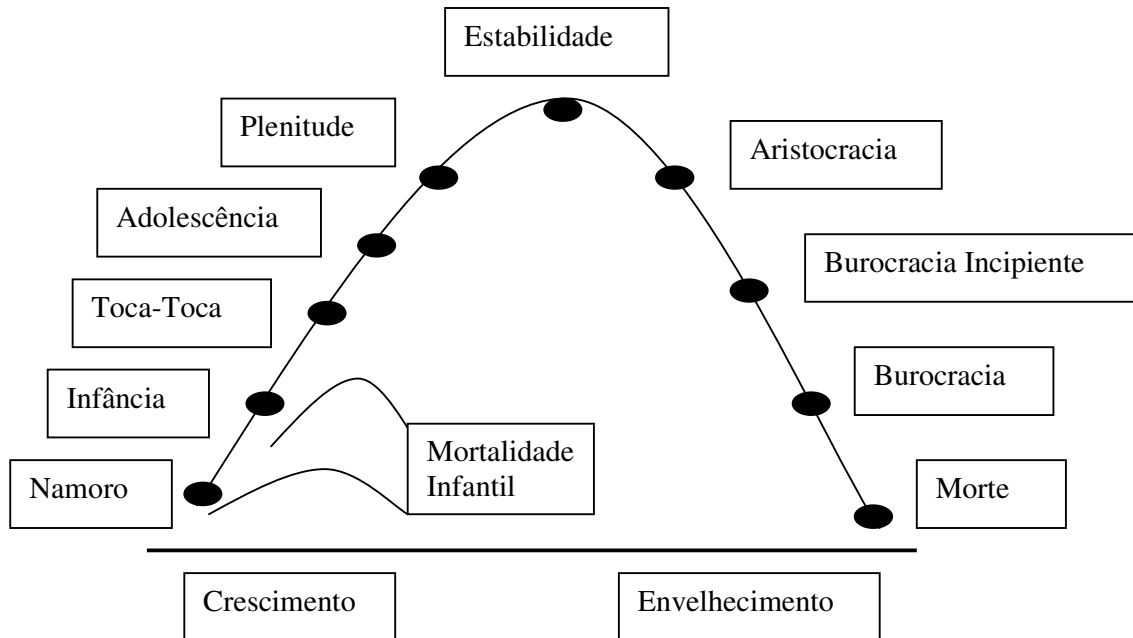


Ilustração 3 - Ciclo de Vida das Organizações

Fonte: Adizes, 1990.

Em sua pesquisa, Adizes cita como principais causas da mortalidade infantil os seguintes fatores:

1. Sub-capitalização: É a tendência de subestimar a necessidade de dinheiro e capital de giro, devido ao entusiasmo do empreendedor durante o estágio da infância. Nesse caso, costumam ocorrer erros que podem levar a empresa à falência, quais sejam:
 - 1.1 Empréstimos de curto prazo para investimentos com retorno de longo prazo;
 - 1.2 Começar a vender com desconto para gerar dinheiro em caixa;
 - 1.3 Vender uma parte da empresa a capitalistas de risco com pouco compromisso com o negócio.
2. Baixo compromisso do fundador: Acontece por conta da baixa remuneração gerada nos primeiros anos, com muitas horas de trabalho e pouco retorno financeiro.
3. Intervenção Governamental: Se durante as primeiras fases ocorrem mudanças relevantes em leis e impostos, isso pode levar à morte;
4. Delegar funções importantes: por falta de tempo ou outro motivo, o empreendedor não

participa das decisões importantes da empresa;

5. Estagnação: Manutenção da situação de Infância por mais de 3 anos, mostrando taxas de crescimento iguais ou menores do que as dos anos anteriores;
6. Falta de foco: Envolvimento em muitos negócios sem sinergia entre eles, dividindo e pulverizando a atenção do empreendedor;
7. Ausência de sistemas administrativos: A empresa perde o controle, isso acontece principalmente com empresas familiares que não profissionalizam sua gestão;
8. Falta de criatividade: Ocorre depois da fase de namoro, onde a empresa passa a se ocupar cada vez mais com tarefas burocráticas;
9. Falta de informação técnica: Não utilizar consultoria de advogados e contadores, entre outros profissionais especializados, pode levar o empreendedor a cometer erros e levar a empresa à morte;

Os estudos de Barrow (1993) nos mostram as razões pelas quais as pequenas empresas britânicas fecham como segue abaixo:

- Falta de experiência do empreendedor;
- Falta de estratégia de marketing;
- Avaliação demasiadamente otimista do tamanho do mercado;
- Subestimar o tempo de alavancagem do negócio;
- Falta de Capital de Giro;
- Custo de criação da empresa muito alto;
- Capacidade produtiva menor do que a demanda;
- Escolha errada do ponto considerando maior volume de pessoas do que o real;
- Seleção e gestão de pessoas sem competência para o negócio;

Audretsch (1995) em seu estudo sobre sobrevivência e crescimento, afirma que num período de 10 anos as empresas que tendem a sobreviver são aquelas que tem um tamanho maior, investem mais em inovação e, portanto, crescem mais rápido.

Além disso, segundo Bates (1995), o perfil do empreendedor influencia em grande escala a probabilidade de morte da empresa, pois, de acordo com sua pesquisa sobre empresas independentes e empresas franqueadas dos Estados Unidos, fica comprovado que empreendedores que buscam franquias tem menor propensão a assumir riscos, o que está

ligado diretamente ao baixo retorno do negócio, levando à morte da empresa. Ele demonstra que pequenas empresas franqueadas possuem maiores taxas de descontinuidade do negócio e menor retorno do que as empresas criadas de maneira independente.

Complementando as conclusões de Bates, os pesquisadores Birley e Niktari (1996) identificam outros 4 fatores ligados ao perfil dos empreendedores que contribuem para a mortalidade de pequenas empresas:

- Perfil inflexível, resistente a mudanças e não aceita procurar ajuda externa;
- Contrata equipe de baixa competência e com baixa experiência no ramo;
- Falta de Planejamento;
- Falta de organização das operações da empresa.

Esta pesquisa encontrou alguns resultados que merecem destaque, entre eles o fato de que 41% dos empresários entrevistados dizem ter acreditado exageradamente na intuição e emoção, 60% confessam que não planejaram o negócio, 23% dizem que fizeram retiradas acima do que o negócio poderia suportar e 33% não pediram auxílio externo, apesar de terem sentido dificuldades em competências que não possuíam, como área de tributos, área jurídica e de finanças.

Watson e Everett (1996) concluem em suas pesquisas que a hipótese de que quanto menor a empresa maior a probabilidade de morte é falsa, visto que não foram encontradas evidências de que as pequenas empresas faliram por serem pequenas, contrariando estudos anteriores. Os autores afirmam ainda que as principais causas associadas à mortalidade de pequenas empresas são: Falta de Capital nos primeiros meses de operação, Falta de experiência do dono e Baixo nível de apoio externo solicitado nas áreas jurídica e contábil.

Ainda segundo os autores, a definição de pequena empresa também varia muito, o que influencia os resultados das pesquisas sobre mortalidade. As definições mais utilizadas consideram a receita total anual, o número de empregados e a fatia de mercado. Para efeito desta pesquisa, iremos utilizar a definição de receita total anual e número inferior a 5 empregados, pois estes são os conceitos utilizados pelo Sebrae e pela Receita Federal para definir pequena empresa.

O planejamento tem sido apontado por muitos autores como fundamental para reduzir a probabilidade de morte de uma nova empresa, no entanto existe uma outra corrente de estudo liderada por Castrogiovanni (1996) que questiona esta associação e levanta algumas controvérsias sobre este tópico. Após ter pesquisado 220 empresas em todo o território americano, o autor chega a algumas conclusões sobre a influência do planejamento na sobrevivência das pequenas empresas.

Primeiramente, o autor mostra que apenas 51% das empresas que sobreviveram por mais de 3 anos, tinham planejamento formal quando começaram e que os resultados deste planejamento variaram muito dependendo do tipo de negócio. Dos outros 49% restantes, 70% afirmam que prepararam Planos de Negócios simplesmente para conseguir investimento externo.

Entretanto, apesar de não encontrar relação direta entre sobrevivência, rentabilidade ou desempenho das empresas, Castrogiovanni afirma que um plano de negócios pode gerar alguns benefícios e contribuir para a redução da mortalidade, conforme a seguir:

- Planejar ajuda a conseguir capital e investimento;
- Planejar é um método de aprendizado que reduz riscos e incertezas;
- Planejar aumenta o nível de informação do empreendedor sobre o negócio;
- Planejar aumenta a eficiência operacional, comunicando as ações e objetivos aos membros envolvidos;

A conclusão final do autor coloca o contexto em que a empresa está sendo criada como principal fator associado à mortalidade, e as relações entre as variáveis podem ser vistas na ilustração 4.

Já Perry (2001) afirma, com base em uma pesquisa randômica que envolveu 152 empresas da base de dados da Dun & Bradstreet, que escrever um Plano de Negócios, ou seja, um planejamento formal melhora o desempenho e reduz a probabilidade de morte das pequenas empresas, visto que mais de 50% das firmas pesquisadas que não fecharam tinham escrito um planejamento antes de montar a empresa.

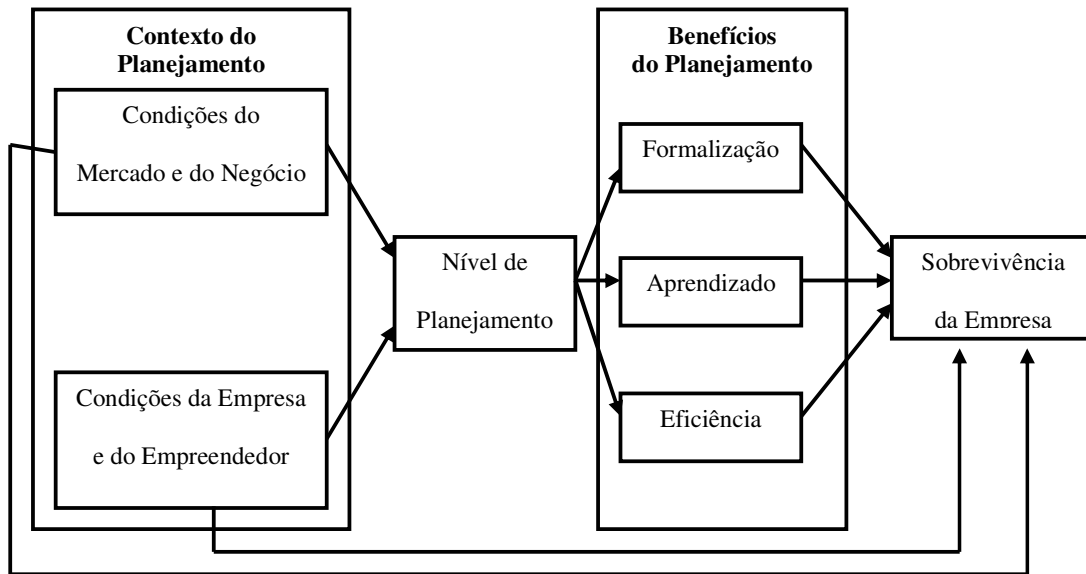


Ilustração 4 - Contexto do Planejamento de Novas Empresas

Castrogiovanni, 1996.

Watson e Everett (1999) em estudo sobre os efeitos da indústria sobre a mortalidade de pequenas empresas afirmam que a probabilidade de falência em mercados com baixas barreiras de entrada é muito maior porque o nível de competição entre os concorrentes tende a ser extremamente elevado.

Cleverly (2002) indica os 5 fatores que, de acordo com seus estudos, contribuem para a mortalidade de empresas, são eles:

- Um elevado nível de complacência com os gastos na fase de abertura da empresa;
- Nível de competência da diretoria e dos sócios varia muito, e muitos fazem parte da sociedade por causa do grau de parentesco, ou por que traz recursos financeiros, mas lhes falta experiência empresarial;
- Em muitos casos, os novos empresários não têm recursos para abandonar seu atual emprego e se dedicar em tempo integral ao novo negócio;
- Muitos não conhecem o mercado onde estão entrando, são curiosos;

- Muita informação e mudanças rápidas fazem com que os empresários não dêem foco ao que é prioridade.

Baseado em pesquisa junto a instituições bancárias que emprestaram capital a pequenos empresários, Mager (2002) demonstra quais são os 4 principais fatores contribuintes para a mortalidade de pequenas empresas, conforme a seguir:

- Falta de Planejamento Estratégico de Longo Prazo;
- Falta de Conceitos de Finanças;
- Baixa qualidade da Mão de Obra;
- Falta de processo e métodos internos de trabalho (organização).

Riquelme e Watson (2002) concluem em uma pesquisa junto aos capitalistas de risco, bancos e instituições financeiras da Inglaterra que os principais fatores contribuintes para a mortalidade de pequenas empresas na opinião destes, são os seguintes:

- Falta de Experiência da equipe gerencial e da mão de obra;
- Mercado com baixo potencial de crescimento e alta concorrência;
- Produto/Serviço sem diferencial competitivo;
- Produto/Serviço com baixa tecnologia e inovação

2.2.2 Estudos sobre mortalidade de empresas no Brasil

Ao contrário do que ocorre em outros países, principalmente nos Estados Unidos, o Brasil não possui muitos estudos com aplicação de metodologia de pesquisa científica sobre a mortalidade de pequenas empresas, e não possui uma sistematização do estudo sobre este assunto, como a Dun & Bradstreet, que realiza pesquisas periódicas sobre falência e fechamento de empresas.

Apesar disso, são encontrados alguns estudos como é o caso de Azevedo (1992) que em sua pesquisa afirma que entre as causas de insucesso constam: a falta de habilidade administrativa, financeira, mercadológica ou tecnológica do empreendedor, além da instabilidade econômica e da falta de crédito no mercado.

Já segundo Santos e Pereira (1995), os motivos que efetivamente tem levado muitos empreendimentos novos ao fracasso, podem ser divididos da seguinte maneira:

Quanto aos aspectos técnicos do empreendedor:

- Falta de experiência empresarial anterior;
- Falta de competência gerencial.

Na área mercadológica:

- Desconhecimento do mercado;
- Desconhecimento do produto ou serviço.

Na área técnico-operacional:

- Falta de qualidade nos produtos e serviços;
- Localização errada do imóvel ou do ponto;
- Problemas na relação com os fornecedores;
- Tecnologia de produção obsoleta e ultrapassada.

Na área Financeira:

- Imobilização excessiva do capital em ativos fixos;
- Política equivocada de crédito aos clientes;
- Falta de controles de custos e de gestão financeira.

Na área Jurídica / Organizacional:

- Estrutura organizacional inadequada;
- Falta de Planejamento e Informações Gerenciais;
- Ausência de Inovações Gerenciais.

Para o SEBRAE (out/1999) os entraves mais relevantes ao êxito dos negócios no país são: o baixo nível de escolaridade e renda do empreendedor, que por falta de crédito junto às instituições financeiras, utiliza capital próprio ou da família, o que limita o crescimento da empresa e a torna vulnerável às oscilações e a sazonalidade do mercado. Além disso, a

legislação também é citada como injusta, pois o tratamento dado é semelhante a todas as empresas, independente do seu tamanho.

Em outro estudo sobre micro e pequenas empresas, o SEBRAE (dez/1999) afirma que a taxa de mortalidade das empresas paulistas é de 35% no primeiro ano e, em termos acumulados, é de 46% no segundo ano e 56% no terceiro ano de atividade.

Dos 13 milhões de empreendimentos brasileiros analisados pelo GEM (2001), 85% não tinham condições de expansão no mercado, não usavam tecnologia de ponta e não ofertavam produtos inovadores, o que representa um baixo nível de competitividade e, portanto, comprometendo a capacidade de sobrevivência no longo prazo.

Uma das dificuldades mais relevantes enfrentadas pelos empreendedores no Brasil repousa no fato de que, de acordo com o GEM (2002), 55% dos adultos que abriram novas empresas no país o fizeram em função da necessidade, ou seja, não tiveram condições de encontrar qualquer outro trabalho, e demonstram pouca ou nenhuma experiência com o tipo de empreendimento que pretendem criar.

Dentre os países pesquisados pelo GEM (2002), o Brasil é o que tem a maior taxa de empreendedorismo por necessidade, e este índice vem subindo já que em 2001 foi de 48%, mostrando-se como um fator negativo, pois as empresas criadas por conta de uma oportunidade de negócio têm mais chances de sobreviver. Já no GEM (2005) o Brasil ocupa a 15ª posição no *ranking* do empreendedorismo por oportunidade e a 4ª posição no *ranking* de empreendedorismo por necessidade. Portanto, evidencia-se cada vez mais a influência do empreendedorismo por necessidade na posição do Brasil em relação aos demais países.

De acordo com Viapiana (2001), uma das dificuldades para estudar às micro e pequenas empresas no Brasil aparece no momento de sua caracterização, visto que a adoção de diferentes parâmetros e critérios quantitativos e qualitativos por parte dos órgãos públicos oficiais, expande ou reduzem a abrangência do conceito de micro e pequena empresa.

Segundo o autor, para definir micro e pequena empresa no Brasil o ideal é considerar o valor de faturamento bruto e o número de funcionários, portanto, é necessário recorrer à legislação, sendo que as esferas federais, estaduais e municipais possuem critérios diferentes, conforme

as tabelas a seguir:

Tabela 2 - Caracterização de Micro e Pequenas Empresas (Receita Bruta)

	Microempresa	Empresa de Pequeno Porte
Âmbito Federal	Receita bruta anual igual ou inferior a R\$244.000,00.	De R\$244.000,00 a R\$ 1.200.000,00.
Âmbito Estadual	Receita bruta anual igual ou inferior a 309.858,50 UFIR.	De 309.858,50 UFIR a 885.310,00 UFIR.
Âmbito Municipal	Receita bruta anual igual ou inferior a 26.758,35 UFIR	Acima de 26.758,35 UFIR

Fonte: SEBRAE, 2004.

Tabela 3 - Caracterização de Micro e Pequenas Empresas (Nº de Funcionários)

	Microempresa	Pequena Empresa
Indústria	De 1 a 19 funcionários	De 20 a 99 funcionários
Comércio e Serviços	De 1 a 9 funcionários	De 10 a 49 funcionários

Fonte: SEBRAE, 2004.

Ainda segundo a pesquisa que Viapiana realizou com micro e pequenas empresas do Rio Grande do Sul, as razões para o fracasso da maioria dos pequenos empreendimentos são a falta de habilidades administrativa, financeira, mercadológica e tecnológica dos empreendedores, além da falta de organização do tempo e da centralização de tarefas.

Em estudo realizado pelo SEBRAE (2004) os empresários entrevistados citaram como possíveis causas para o fechamento das empresas as razões da tabela abaixo:

Tabela 4 - Razões para Fechamento das Empresas

Categoria	Ranking	Dificuldades/Razões	Empresários que responderam esta opção
Falhas Gerenciais	1°	Falta de Capital de Giro	42%
	3°	Problemas Financeiros	21%
	8°	Ponto / Local Inadequado	8%
	9°	Falta de Conhecimentos Gerenciais	7%
Causas Econômicas Conjunturais	2°	Falta de Clientes	25%
	4°	Maus Pagadores	16%
	6°	Recessão Econômica no país	14%
Logística Operacional	12°	Instalações inadequadas	3%
	11°	Falta de mão-de-obra qualificada	5%
Políticas Públicas e Arcabouço Legal	5°	Falta de crédito bancário	14%
	10°	Problemas com a Fiscalização	6%
	13°	Carga Tributária elevada	1%
	7°	Outra Razão	14%

Fonte: SEBRAE, 2004.

2.3 Fatores contribuintes para a mortalidade

Neste tópico busca-se organizar os principais fatores contribuintes para a mortalidade precoce de novas empresas, classificando e analisando estes fatores com o objetivo de levantar hipóteses que expliquem a alta taxa de mortalidade das empresas nos primeiros anos de atividade.

Portanto, os fatores que contribuem para a mortalidade precoce de empresas são diversos e as pesquisas já realizadas apontam em várias direções. Em resumo, podem ser listadas dentre outras as seguintes variáveis que contribuem para que o processo de mortalidade precoce das empresas.

1. Falta de experiência do empreendedor;
2. Baixo nível de escolaridade do empreendedor;
3. Falta de habilidade na gestão empresarial do empreendedor;
4. Falta de profissionalização na relação com os sócios;

5. Falta de acesso ao crédito;
6. Falta de mão de obra qualificada;
7. Falta de planejamento estratégico;
8. Falta de consultoria especializada (contábil e jurídica);
9. Baixa qualidade do produto/serviço;
10. Baixa inovação de produtos e serviços (diferenciação);
11. Dificuldade de pagar os impostos e tributos;
12. Dificuldade em atender aos procedimentos legais, fiscais e tributários;
13. Falta de competitividade em comparação com a concorrência no mercado;
14. Dificuldade de atrair e manter clientes;
15. Falta de profissionalização na relação com parceiros comerciais (fornecedores, representantes e distribuidores);
16. Problemas com o ambiente externo (econômico, político, tecnológico, sócio-ambiental).

Com base nas causas inicialmente identificadas, podemos dividir os fatores contribuintes para a mortalidade de um novo empreendimento em três grandes blocos de variáveis, conforme é demonstrado no quadro 1.

Quadro 1 - Classificação dos Fatores Contribuintes para a Mortalidade

1. O EMPREENDEDOR	2. O NEGÓCIO	3. O AMBIENTE EXTERNO
<ul style="list-style-type: none"> • Competência na gestão empresarial, • Experiência no ramo, • Nível de escolaridade, • Profissionalização da relação com sócios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acesso ao crédito, • Mão de obra qualificada, • Planejamento estratégico, • Suporte jurídico e contábil, • Qualidade produtos/serviços, • Inovação produtos/serviços. 	<ul style="list-style-type: none"> • Burocracia legal, fiscal, • Competição dos concorrentes, • Demanda dos clientes, • Fornecedores, representantes, distribuidores e parceiros, • Carga de impostos e tributos, • Aspectos econômicos, políticos, tecnológicos, sociais e ambientais.

Fonte: Elaboração própria.

2.3.1 O Empreendedor

Analisando o primeiro bloco, pode-se notar que o mesmo é composto por fatores voltados

para as competências básicas que um empreendedor deve possuir ou desenvolver para se tornar capaz de criar uma nova empresa e manter sua sobrevivência.

A experiência anterior do empreendedor no ramo de atividade em que pretende abrir uma nova empresa também é um aspecto de fundamental importância para o sucesso do negócio, já que este fator é citado como extremamente significativo no desempenho de novos empreendimentos. A vivência do negócio reduz o risco de cometer erros básicos, como por exemplo, empresários do setor alimentício gerenciarem os estoques de maneira equivocada. Produtos de gênero alimentício são altamente perecíveis, portanto, comprar mais quantidade do que o necessário significa a perda do produto por falta de demanda e comprar menos significa não atender aos clientes e eventualmente perdê-los.

Outro tópico destacado é a escolaridade do empreendedor, que lhe permite acompanhar as informações e as novidades da sua área de atividade, através da leitura de revistas especializadas e jornais, que pode ser desenvolvida através da participação em treinamentos e cursos sobre o negócio em questão. Esta competência pode se tornar uma vantagem competitiva, no sentido de diferenciar o empresário de seus concorrentes.

Segundo o relatório GEM (2003), o perfil do empreendedor brasileiro continua sendo jovem, com vários anos de estudo a mais que a média da população, porém ainda longe do ideal, visto que mais de 40% dos empreendedores possuem no máximo quatro anos de estudo. A pesquisa mostra ainda que a renda vem declinando ano a ano como consequência da situação macroeconômica do país, e que a participação da mulher aumentou de 29% em 2000, para 46% em 2003, praticamente se igualando à participação masculina.

Um dado que chama a atenção diz respeito ao número de empreendedores registrado na região norte, que chega a 23% da população adulta de 18 a 64 anos, conforme tabela 5 apresentada abaixo.

Tabela 5 - Taxas de empreendedores, dados agrupados de 2000 a 2003

CATEGORIAS	FAIXAS	TEA 2000-2003 (%)
SEXO	Masculino	54
	Feminino	46
ESTADO CIVIL	Solteiro	28
	Casado	29
	Viúvo	14
	Outros	29
IDADE	18 a 24 anos	18
	25 a 34 anos	26
	35 a 44 anos	26
	45 a 54 anos	21
	55 a 64 anos	9
FAIXA DE RENDA	Menos de 3 Sal.Mínimos	9
	De 3 a 6 SM	15
	De 6 a 9 SM	20
	De 9 a 15 SM	20
	Mais de 15 SM	16
	Recusou responder	8
	Não sabe	12
ESCOLARIDADE	Sem Educação Formal	20
	1 a 4 anos	23
	5 a 11 anos	27
	Mais de 11 anos	30
REGIÃO GEOGRÁFICA*	Norte	23
	Nordeste	14
	Sul	19
	Sudeste	14
	Centro-Oeste	13

Fonte: Pesquisa GEM 2003. * % da população envolvida com empreendedorismo.

De acordo com as estimativas do SEBRAE (1999), mais de 50% das empresas que fecham as portas no primeiro ano o fazem pela falta de habilidade e capacitação do empresário à frente do negócio, porém esta afirmação necessita de comprovação através de pesquisa de campo.

Um fator que merece destaque é a escolha dos sócios e parceiros com os quais a empresa irá contar, pois é desta relação que depende a harmonia e o equilíbrio da gestão do novo empreendimento. Em muitos casos, por falta de experiência e profissionalismo, o empreendedor escolhe pessoas da família ou amigos como sócios, que na maioria das vezes não têm as competências necessárias para fazer parte da empresa e podem comprometer o desempenho e a sobrevivência no curto prazo.

Com relação ao empreendedor deve ser ressaltado ainda um ponto que merece consideração

que é a questão da disciplina para trabalhar por conta própria, visto que alguns empreendedores se esforçam menos pelo fato de não terem “patrão” e fazem uso da liberdade de maneira exagerada, deixando de cumprir prazos e compromissos profissionais por não ter cobrança hierárquica interna.

2.3.2 O Negócio

Neste bloco registra-se que, de acordo com o relatório GEM (2003), o perfil da maioria das empresas que atuam no Brasil continua sendo composto por aquelas que trabalham com produtos e serviços tradicionais e que tem nenhum ou pequeno potencial de expansão de mercado ou impacto na criação de emprego e na conquista de consumidores distantes ou localizados fora do país.

Segundo a RAIS (2001), existem 5,6 milhões de empresas no Brasil, das quais 99% são micro e pequenas empresas, e que o setor que concentra o maior número de empresas é o Comércio que responde por 45%, seguido de Serviços com 37% e Indústria com 18%.

Para legalizar uma empresa no Brasil o empreendedor precisa enfrentar várias etapas onde o custo e a burocracia vem sendo os maiores obstáculos. Na primeira fase é necessário fazer uma consulta prévia à prefeitura para verificar se o local escolhido para instalar a empresa nascente é adequado à atividade que pretende realizar. São vários os documentos que devem ser apresentados, e uma das dificuldades do empreendedor é a falta de informação, o que poderia ser compensado com o suporte de profissionais que tem experiência neste processo que são os contadores e os advogados, que por falta de recursos não são consultados.

De acordo com Cruz (2003) cerca de 15% dos processos de solicitação de alvará de licença junto às prefeituras são reprovados e este é um outro problema que ocorre nesta fase, visto que muitos empreendedores realizam obras e investem no local antes de receber uma resposta positiva da prefeitura, o que debilita financeiramente o empreendedor que precisa buscar outro local já tendo investido naquele, fato que em algumas situações pode inviabilizar o negócio.

Na segunda fase é preciso realizar uma busca do futuro nome da empresa na Junta Comercial

ou no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas e registrar a marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial, e neste ponto, os empreendedores por falta de tempo e recursos têm realizado apenas a pesquisa do nome e não têm registrado a marca no INPI o que pode trazer dificuldades depois que a marca se tornar conhecida.

Na última fase o empresário precisa confeccionar um Contrato Social, solicitar o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ da Receita Federal e a inscrição estadual na Secretaria de Fazenda, o que exige, novamente, suporte jurídico e contábil.

O processo todo, se não houver restrições quanto ao local e exigências de documentação, leva em média 152 dias, e pode custar até 330 dólares, de acordo com pesquisa do World Bank (2004), cabendo salientar que o mesmo processo na Austrália leva dois dias. Estes fatores comprometem a viabilidade do negócio, pois o capital disponível no início normalmente não é muito e a demora na legalização dificulta a realização das primeiras vendas, o que reduz o faturamento e acelera a situação de falência antes mesmo de a empresa começar as atividades.

Esta situação faz com que muitos empresários prefiram operar na economia informal que, segundo dados da referida pesquisa, soma cerca de 13 milhões de trabalhadores, entre patrões e empregados, mantidos na ilegalidade devido aos entraves trabalhistas, tributários e de acesso ao crédito.

Outro aspecto que tem influência é o porte da empresa, pois, parece ser um elemento importante para distinguir empresas em atividade e negócios extintos, visto que na maioria das Unidades da Federação pesquisadas pelo SEBRAE (1999) o percentual de microempresas extintas é maior do que as que estão em atividade, ao passo que a parcela de pequenas e médias empresas em atividade é maior do que o número de extintas. Entretanto, há um cuidado a ser tomado, pois muitas vezes por falta de experiência o empresário planeja montar negócios que estão além dos seus recursos financeiros, humanos ou tecnológicos, e acabam comprometendo a sobrevivência.

Por conta disso, Santos & Pereira (1995) afirmam que o empreendedor deve colocar como prioridade a confecção de um plano de negócios, através do qual possam ser avaliados os pontos críticos que poderão influenciar na implantação da empresa e, posteriormente, na sua operação, procurando assim buscar soluções para os problemas antes que eles ocorram.

As questões trabalhistas, e a disponibilidade de mão de obra também são fatores importantes, pois um negócio precisa se diferenciar através de um melhor aproveitamento de seu capital intelectual e assim se diferenciar dos outros concorrentes.

De acordo com a consultoria Deloitte (2001), a contratação de mão de obra é um fator crítico, pois os empresários têm dificuldade em selecionar os profissionais mais competentes segundo critérios racionais e objetivos, e contratam pessoas da família ou amigos, que muitas vezes não demonstram a competência necessária para o cargo, e acabam transformando a empresa nascente em uma empresa sem visão profissional da gestão.

A utilização de tecnologias inovadoras seja na área de criação, produção ou atendimento, é considerado hoje um grande diferencial capaz de distinguir uma nova empresa de seus concorrentes e torná-la única no mercado. No entanto, segundo os especialistas ouvidos na referida pesquisa, apenas 4% das novas empresas brasileiras podem ser consideradas de alto potencial, o que leva o Brasil a alcançar apenas a 46ª posição no ranking de competitividade, entre os 80 países pesquisados.

Um estudo desenvolvido em parceria entre FGV/IBGE (2004), atesta que dos 50 mil micro empresários entrevistados, que tem faturamento até R\$1.800/mês, 85% não pagam qualquer tipo de tributo e estão na informalidade. Os entrevistados revelam que entre as razões que os levaram a esta situação estão a alta carga tributária e a burocracia.

O estudo vai mais longe e identifica que apenas 22,7% têm licença estadual ou municipal para operar, 15% estão em dia com o INSS, 12,3% possuem CNPJ e 9,7% declaram Imposto de Renda, e que a arrecadação de impostos crescerá 1.170% se estas empresas pagassem seus tributos em dia. Estes números apontam para um diagnóstico de que a informalidade está diretamente associada a encargos fiscais crescentes adotados pelos vários níveis de governo, sem que os benefícios correspondentes sejam percebidos de maneira coletiva ou individual.

2.3.3 O Ambiente Externo

No último bloco, destaca-se o papel do Estado que vem se empenhando em dar condições de abertura de novas empresas, porém, sem oferecer uma política de acompanhamento e auxílio nas fases seguintes, onde supostamente os pequenos empresários precisariam mais.

Tachizawa (2002) afirma que a falta de capital de giro, a dificuldade de acesso ao crédito e a alta taxa de juros, têm sido responsáveis pelo elevado índice de empresas falidas nos últimos anos, contribuindo como inibidores de novos negócios e sendo consideradas como os maiores dificultadores na condução das atividades empresariais.

Entre os resultados encontrados pela pesquisa GEM (2002) consta o fato de que uma queda homogênea no crescimento econômico mundial, seguida de uma queda na mesma escala na atividade empreendedora sugere que as condições macroeconômicas têm efeito direto na iniciativa de empreender. Portanto, há evidências de que uma maior atividade econômica eleva a taxa de empreendedorismo e o oposto também ocorre, e isso fica claro através dos dados sobre empreendedorismo no Brasil, que registraram uma Taxa de Atividade Empreendedora de 20,4% em 2000, o que refletia um momento de aquecimento da economia, 14,2% em 2001 e 13,5% em 2002, quando não houve crescimento econômico relevante.

Com relação à legislação, o relatório do BNDES (2003) encontrou evidências de que a formalização de negócios está intimamente ligada à simplificação das leis, e que a instituição do Regime Simplificado de Tributação – Simples, em 1996, trouxe tratamento tributário diferenciado para as MPEs e contribuiu para registrar um recorde de nascimentos de empresas no ano de 1997.

Além disso, Porter (1986) afirma que é fundamental planejar a abertura de uma nova empresa e identificar as principais forças competitivas do mercado em que o novo empreendedor pretende se estabelecer. Isto inclui a avaliação do nível de concorrência buscando entender qual é o grau de atratividade desta atividade, que varia de acordo com a quantidade de concorrentes e de sua força no cenário do setor estudado. Adicionalmente, outras quatro forças influenciam a capacidade de sobrevivência de uma nova empresa em um ramo de negócio, são elas: poder de barganha dos fornecedores, dos clientes, potenciais concorrentes e produtos ou serviços substitutos, que devem ser levados em conta no planejamento da abertura de uma nova empresa.

Algumas hipóteses podem ser levantadas para responder a estas questões, entre elas alguns aspectos podem ser analisados, como por exemplo, a burocracia. Para legalizar uma pequena empresa no município do Rio de Janeiro, o empresário precisa passar por uma verdadeira "maratona". São vários os documentos necessários, taxas, e se tudo estiver de acordo, se não houver restrições ou se não cair em exigência, os prazos ficam em torno de 30 a 45 dias. Isto pode atrapalhar, pois o capital disponível no início normalmente não é muito grande e a demora na legalização dificulta a realização dos primeiros negócios, o que reduz o faturamento e acelera a situação de falência antes mesmo de começar.

Outro aspecto que pode ter alguma influência é o tamanho da empresa, pois, parece ser um elemento importante para distinguir empresas em atividade e negócios extintos. Muitas vezes por falta de experiência ou por ansiedade o futuro empresário tenta montar negócios que estão além dos seus recursos financeiros, humanos ou tecnológicos, e “quer dar o passo maior do que a perna”, ou seja, parece haver uma regra de ouro na abertura de novas empresas, quanto menor o empreendimento, maior a possibilidade de sucesso.

De acordo com Tachizawa (2002), o peso da carga tributária e a recessão econômica, aliada à falta de capital de giro, também tem sido responsáveis pelo elevado índice de empresas falidas nos últimos anos, contribuindo como inibidores de novos negócios e sendo consideradas como a maior dificuldade enfrentada na condução das atividades empresariais.

No entanto, os fatores citados acima são apenas hipóteses a serem testadas, e carecem de uma análise mais abrangente e detalhada, que pode ser conseguida através da identificação empírica dos fatores condicionantes da mortalidade de novos negócios, contando com informações relativas, por exemplo, ao perfil, à postura e à visão empresarial do empreendedor dono do negócio.

Neste bloco registra-se ainda a influência dos fatores externos que contribuem para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas, fatores estes que tem pouco ou nenhum controle por parte do empresário dono do negócio, e para os quais ele deve estar sempre atento e preparado. São eles os aspectos econômicos, políticos, tecnológicos, sociais e ambientais.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo trata de definir o método que foi utilizado na pesquisa, a estratégia de coleta, tratamento e análise dos dados e o desenho da pesquisa adotado.

3.1 Método de pesquisa

O estudo foi desenvolvido através de uma pesquisa explicativa e não-experimental. De acordo com Gil (1987) o estudo explicativo permite ao investigador identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. O pesquisador parte de hipóteses e aprofunda seu conhecimento da realidade específica, pois este tipo de pesquisa busca explicar a razão dos acontecimentos.

Segundo Kerlinger (1979) um estudo é não-experimental, ou *ex-post-facto*, quando não há manipulação dos dados, isto é, tentativa deliberada e controlada de produzir efeitos. As relações entre os fenômenos são estudadas após a ocorrência dos mesmos, e sem qualquer intervenção. As características do objeto de análise são identificadas e as relações entre as mesmas são observadas, mas não há qualquer tentativa de mudança.

Para responder a questão de pesquisa proposta, o método utilizado foi o levantamento, que para Kerlinger (1979) é uma ferramenta poderosa, pois permite estudar a distribuição e a inter-relação entre as variáveis que foram objeto de estudo, testando várias hipóteses associadas, além de possuir uma surpreendente capacidade de fornecer informação exata sobre populações inteiras usando uma amostragem representativa das mesmas.

A utilização do método de levantamento é pertinente quando se quer lidar com condições contextuais, acreditando que elas possam ser altamente pertinentes ao fenômeno que se deseja estudar.

O estudo buscou, a partir da fundamentação teórica, definir três categorias de fatores contribuintes para a mortalidade precoce, conforme quadro 2.3. A partir destas categorias, foi

possível estabelecer o modelo teórico da pesquisa e estruturar o instrumento de coleta de dados. Após a definição do método de pesquisa, a próxima seção trata da definição da estratégia de coleta e análise dos dados.

3.2 Estratégia de coleta e análise dos dados

Para proceder à coleta e análise dos dados foi adotada uma estratégia baseada na realização de um levantamento que tratou de apurar qual a contribuição dos fatores contribuintes para a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas. Para isso foi realizada uma pesquisa de campo nos meses de janeiro e fevereiro de 2006, orientada por dados e informações extraídas do cadastro de empresas extintas da junta comercial de São Paulo do ano de 2005, sobre empresas que foram constituídas nos anos de 2003, 2004 e 2005, ou seja, que sobreviveram até 3 anos.

Foi realizado um pré-teste com empreendedores cujas empresas morreram precocemente para avaliar a adequação do instrumento de coleta de dados.

3.3 Definição da população e amostra da pesquisa

Segundo Kerlinger (1979), a seleção da amostra é um aspecto importante quando se pretende fazer um levantamento, pois a única garantia real de que uma amostra é representativa é que ela seja escolhida de maneira aleatória dentro da população definida.

Do total de micro e pequenas empresas extintas em 2005 e constituídas nos anos de 2003, 2004 e 2005 na junta comercial de São Paulo, a seleção das empresas foi realizada por meio de uma amostragem sistemática com as seguintes características:

a) População: De acordo com os dados da Jucesp (2005), o total de micro e pequenas empresas extintas no ano de 2005, constituídas no período de 2003 a 2005 foi de 2.007 micro e pequenas empresas.

b) Plano amostral: amostra sistemática, margem de erro de amostragem de 9,5%, coeficiente de confiança de 95% e $p=50\%$, onde p = proporção da característica estudada, ou seja, micro e pequenas empresas.

c) Cálculo do tamanho da amostra:

O cálculo para a definição do tamanho da amostra - n - foi realizado com um nível de confiança de 95%. A seguir é apresentada a fórmula utilizada nesse cálculo:

$$n = \frac{N (z_{\alpha/2})^2 p (1-p)}{(z_{\alpha/2})^2 p (1-p) + (N \varepsilon^2)}$$

Onde:

n = tamanho da amostra;

N = tamanho da população;

p = proporção da característica a ser observada. Foi usado $p = 0,5$ uma vez que tal valor garante a máxima variabilidade;

$z_{\alpha/2}$ = valor da distribuição normal padronizada associado ao nível de confiança adotado. No presente estudo usamos um nível de confiança de 95%, cujo valor de $z_{\alpha/2}$ correspondente é de 1,96;

ε = erro relativo máximo admitido na estimativa da média da variável dimensionante da amostra.

Após estes testes chegou-se a uma amostra de 100 empresas a serem pesquisadas. Tal tamanho de amostra está associado a uma margem de erro máxima de 9,5%.

O processo de sorteio sistemático foi feito pelo método tradicional indicado nos livros de estatística, tomando por base a técnica citada pelos autores Bussab (2004), Silva (1998) e Triola (1999), que consiste em tomar o tamanho da população e dividi-la pelo tamanho da amostra ($N/n = a$, aproximando-se para o inteiro mais próximo).

Na tabela de números aleatórios, sorteou-se um número “x” entre o 1 e o inteiro mais próximo “a”, formando-se a amostra dos elementos correspondentes aos números x ; $x + a$; $x + 2a$; e daí por diante.

Foi executado um rastreamento exaustivo junto às empresas selecionadas e aos sócios, por meio de várias tentativas, tais como: telefone residencial, comercial e correio eletrônico atual dos sócios, gerentes ou pessoas que ocuparam cargos de chefia das empresas estudadas, sendo desconsideradas as empresas cujos sócios não foram localizados, não quiseram responder ou que não chegaram a funcionar, que foram sendo substituídas por novas empresas preservando a seqüência até alcançar o número de empresas da amostra calculada acima.

Neste estudo, foram utilizados como instrumentos de coleta de dados uma entrevista e, sempre que possível, a avaliação de documentos institucionais das empresas analisadas. O roteiro da entrevista foi composto por perguntas abertas e fechadas, onde as perguntas abertas pretendiam buscar informações e inferências que caracterizassem o perfil do empreendedor, da empresa e do ambiente externo e as perguntas fechadas eram complementadas por uma parte aberta, com a finalidade de buscar aprofundar as informações estruturadas por módulos de acordo com as categorias de fatores contribuintes para a mortalidade precoce definidas à priori: empreendedor, negócio e ambiente externo.

Por fim, foram inseridas questões abertas onde o entrevistado foi estimulado a dar respostas espontâneas e teve a oportunidade de contar um pouco da estória da empresa, sua origem, sua opinião sobre os motivos que levaram a empresa à extinção e que conselhos ele daria a alguém que pretenda abrir uma empresa hoje.

Foram entrevistados os sócios das empresas, gerentes ou pessoas que ocuparam cargos de chefia nas empresas estudadas que encerraram suas atividades com até três anos de operação, para que se tivesse uma visão mais ampliada e detalhada sobre os motivos do encerramento.

Os dados foram analisados, considerando as respostas fechadas, mas principalmente enfocando a parte qualitativa das respostas em cada fator identificado. O roteiro da entrevista pode ser visualizado no apêndice 1. Para melhor visualizar a coleta, o tratamento e a análise dos dados, a ilustração 5 apresenta o desenho de pesquisa que foi utilizado neste trabalho.

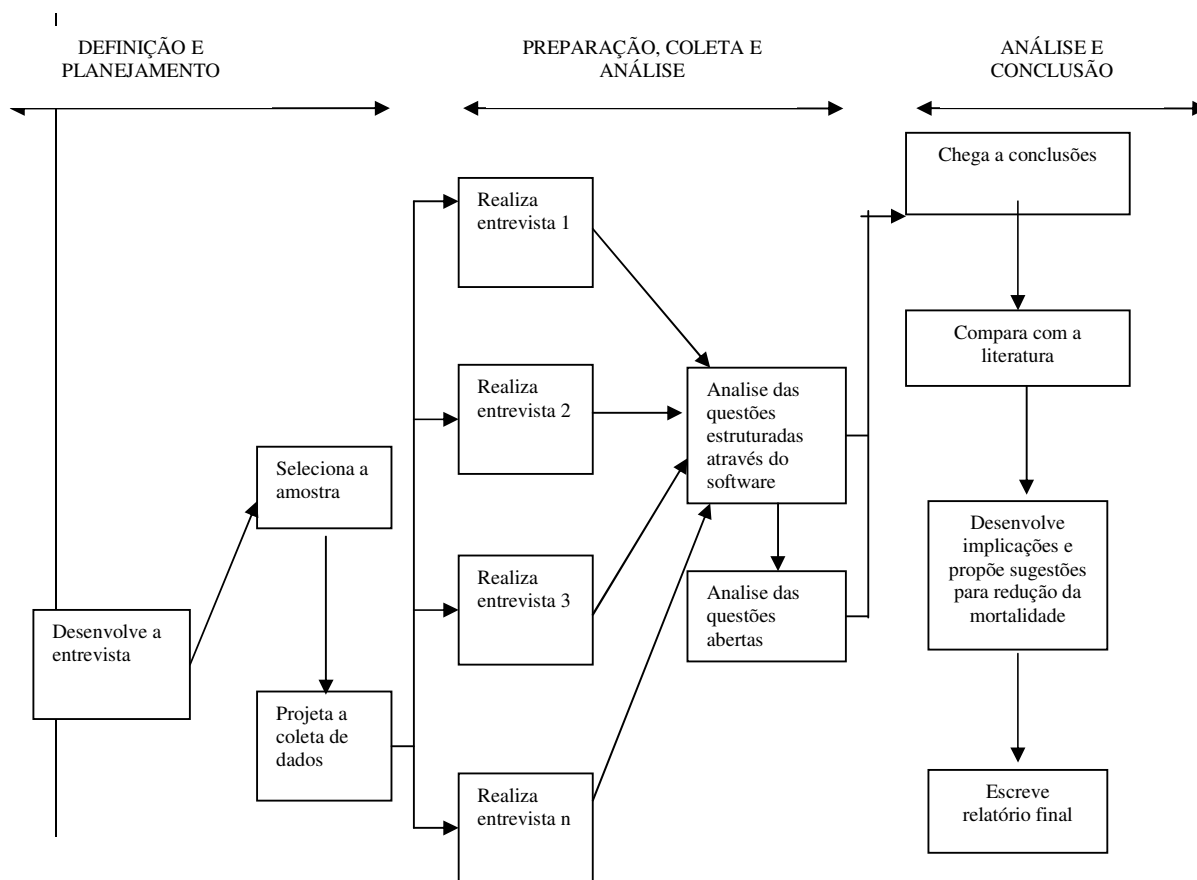


Ilustração 5 - Desenho da Pesquisa

Fonte: COSMOS CORPORATION *apud* Yin, 2001.

3.4 Técnicas de tratamento estatístico dos dados

O tratamento dos dados coletados nesta pesquisa ocorreu de maneira que as pesquisas bibliográfica e documental foram organizadas através da seleção, leitura e reflexão dos textos e informações obtidas, dando prioridade àquelas que tenham forte relação com o objeto de estudo.

A leitura dos dados foi feita à luz do método fenomenológico, pois este método não parte de pressuposições, vê os fatos como eles realmente são, e segundo Gil (1987), “o método fenomenológico não é dedutivo nem empírico. Consiste em mostrar o que é dado, e em esclarecer este dado. Não explica mediante leis nem deduz a partir de princípios, mas considera imediatamente o que está presente à consciência, o objeto.”

Para tratamento dos dados obtidos através do levantamento de campo, foi elaborado um plano tabular com os testes de hipóteses relativos às taxas de mortalidade para reforçar as conclusões obtidas e para aumentar o nível de aceitação e precisão das informações, que de acordo com Hair (2005) é uma característica fundamental em qualquer pesquisa, buscando ressaltar dentre os fatores identificados, aqueles que contribuíram para o processo de mortalidade precoce de empresas.

Foram utilizados métodos de análise de estatística descritiva e de análise de dados qualitativos, buscando priorizar um tratamento mais aprofundado aos dados, visto que após a realização de testes de adequação ficou constatado que as técnicas de estatística multivariada, como análise fatorial, análise de cluster e regressão não seriam aplicáveis, devido ao tipo de informação coletada e ao foco da pesquisa.

Além disso, foram realizadas ainda as relações e correlações entre variáveis buscando informações que revelassem tendências sobre o fenômeno da mortalidade precoce das empresas estudadas. As questões abertas foram analisadas com base em técnicas qualitativas, buscando agrupar as informações colhidas em blocos de respostas comuns dando ênfase para as respostas mais constantes.

3.5 O modelo conceitual de pesquisa

A partir do referencial teórico, foi possível definir as variáveis que se pretende estudar, e classificar os fatores contribuintes para a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas em três categorias. O modelo conceitual representa graficamente a pesquisa que se pretende desenvolver, buscando verificar como os fatores contribuem para a mortalidade precoce de pequenas e médias empresas. O modelo conceitual da pesquisa pode ser visualizado na ilustração 6.

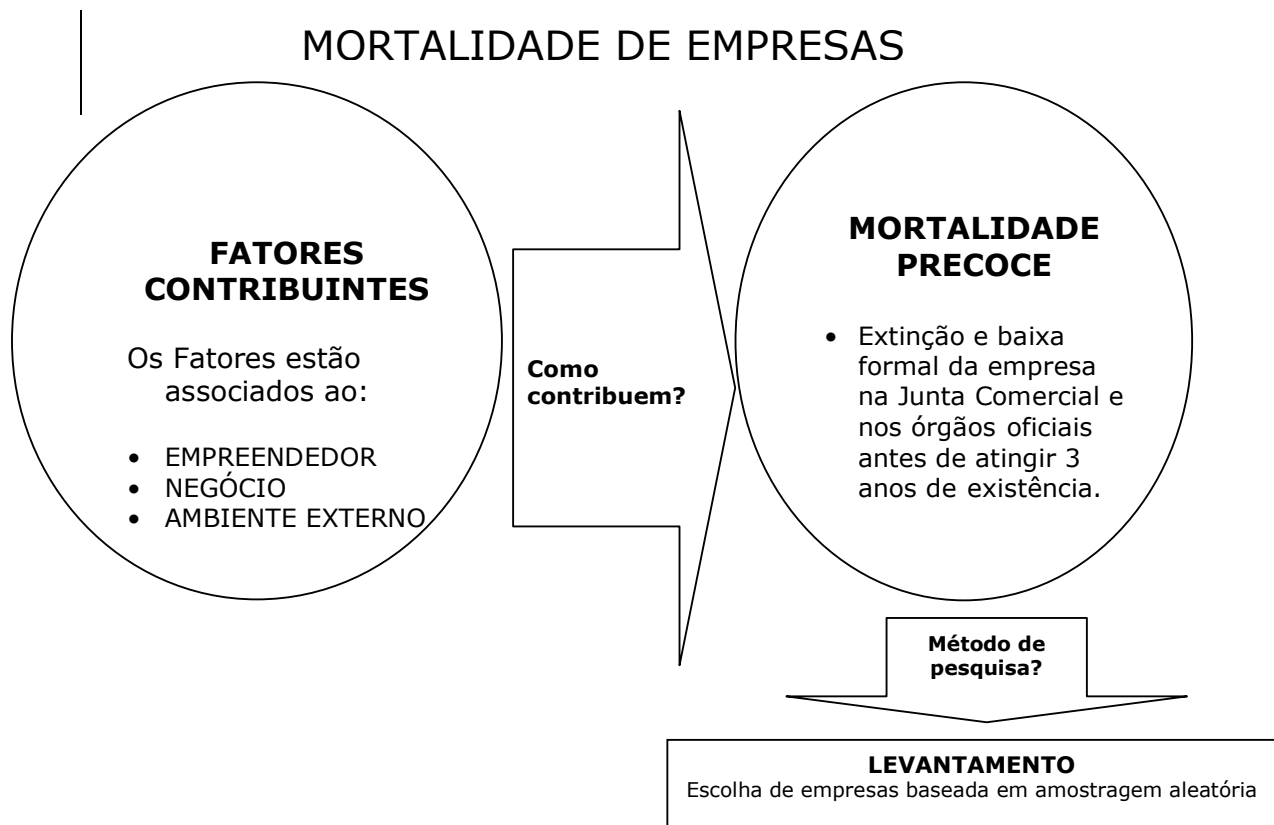


Ilustração 6 - Modelo Conceitual de Pesquisa

3.6 Limitações do método de pesquisa

Os levantamentos recolheram dados referentes à percepção que as pessoas têm acerca de si mesmas e de suas empresas e a percepção é subjetiva, o que pode resultar em dados distorcidos, entretanto foram utilizados alguns recursos, propostos por Gil (1987) para contornar este problema. Foi necessário descartar perguntas que a maioria das pessoas não soube ou não quis responder, e substituí-las por perguntas indiretas que levaram aos mesmos objetivos.

Para reduzir a subjetividade, é importante que os dados obtidos através do levantamento possam ser quantificados, permitindo o uso de correlações. A utilização desta tática pretendeu garantir a qualidade e a consistência do estudo proposto.

Para efeito desta pesquisa, seguindo modelo conceitual desenvolvido pelo Global Monitor Entrepreneurship (2003), foram consideradas novas empresas aquelas com até três anos de existência.

3.7 Limitações do método de pesquisa

Um dos limites impostos, diz respeito ao método fenomenológico de análise das informações colhidas por intermédio da pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e das entrevistas, visto que este método procura ressaltar a essência, ou seja, aquilo que está na superfície dos fatos e, como destaca GIL (1987), “*sem querer decidir se o dado é uma realidade ou uma aparência*”.

A mudança de atitude e a necessidade de isenção que propõe o método fenomenológico ao pesquisador com relação à investigação do assunto a ser tratado, também podem ser pontos limitadores, na medida em que o pesquisador teve que deixar de lado suas expectativas, positivas ou negativas, e se deixar envolver apenas pelo que for descoberto pela própria pesquisa.

Porém, não se pode dizer que tais limites levem à invalidação dos resultados da pesquisa, pois segundo GIL (1987), “*não se pode negar que a adoção de uma postura fenomenológica possa ser enriquecedora para o pesquisador. À medida que possa captar o essencial, como estabelece o método fenomenológico, o pesquisador evitará o parcelamento e a atomização dos dados.*”

4 APRESENTAÇÃO, TRATAMENTO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Os resultados obtidos através da pesquisa serão apresentados e analisados a seguir em duas dimensões, ressaltando que se privilegiou a análise qualitativa dos dados por se entender que a riqueza da pesquisa se dá na análise mais aprofundada do discurso e das informações prestadas pelos entrevistados, tendo sido complementada pela análise quantitativa, sempre que possível.

- a. A primeira refere-se à apresentação de tabelas com dados agrupados em categorias, que possibilitaram uma análise descritiva das respectivas frequências observadas. Esta dimensão de análise foi utilizada devido às características das hipóteses iniciais de pesquisa, descritas no capítulo 1, e contou com as informações fornecidas pelos entrevistados sobre seu perfil, os dados e características da empresa durante sua existência e das influências do ambiente empresarial da empresa, e diz respeito à primeira parte do questionário.
- b. A segunda faz inferências com base na análise dos dados obtidos nas respostas das questões abertas da última parte do questionário. Tratando-se de informações de caráter abrangente e exploratório, a aplicação de técnicas estatísticas, que exigem controles rigorosos das variáveis, não seria justificável. A riqueza de detalhes e a diversidade de respostas poderiam ficar prejudicadas, se fossem reduzidas a quantidade de categorias para viabilizar a utilização de algumas destas técnicas.

4.1 Análise descritiva

Com base nos dados extraídos da pesquisa referentes às questões 1 a 24, procedeu-se a análise descritiva, buscando evidências para testar as 16 hipóteses iniciais. Para tornar a análise dos dados mais objetiva, foram realizados cruzamentos das variáveis avaliadas com o ano de constituição das empresas com a finalidade de julgar se as variáveis aceleraram ou não a mortalidade das empresas estudadas. Para facilitar a leitura, as tabelas serão apresentadas e logo após será feita a apresentação das teses seguidas das respectivas análises.

É importante enfatizar que os tipos de atividades são os seguintes:

Quadro 2 – Caracterização das Empresas Estudadas

COMÉRCIO	SERVIÇOS	INDÚSTRIA
Vestuário Mercearias e Mini mercados Material de escritório Material de construção Farmácia e perfumaria Autopeças Hortifrutigranjeiro Doces e confeitos	Alojamento/Alimentação Assessoria às empresas Transporte terrestre Atividades de informática Atividades auxiliar. de transporte Atividades imobiliárias Atividades recreativas Aluguel de veículo/ equipamentos	Construção civil Confecções Metalurgia (exceto equipamentos) Minerais não-metálicos Edição e gráfica Alimentos e bebidas Móveis Máquinas e equipamentos

Fonte: Jucesp, 2005.

Obs:

1. A natureza jurídica de todas as empresas é limitada;
2. O número de empregados varia de 0 a 9;
3. A quantidade de sócios varia de 0 a 4;
4. O faturamento anual não foi disponibilizado, assim como o capital social.

4.1.1 Hipótese H_{0,1} - Competência na Gestão Empresarial

A falta de competência na gestão empresarial não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável competência na gestão empresarial: ter trabalhado, por pelo menos um ano, em empresas do mesmo ramo de negócio, em nível de gerência ou diretoria, tendo alcançado bom desempenho profissional.

Os dados apresentados na tabela 6 evidenciam que, dos 100 empresários entrevistados, 85% nunca haviam trabalhado em nível de gerência ou diretoria, e apenas 15% haviam trabalhado na gestão de alguma empresa antes de montar seu próprio negócio.

Tabela 6 - Competência Gerencial dos Empreendedores

TEMPO DE EXPERIÊNCIA GERENCIAL	FREQUÊNCIA	%
Trabalharam em nível de gerência ou diretoria por pelo menos 1 ano antes de montar o negócio.	15	15
Não trabalharam em nível de gerência ou diretoria por pelo menos 1 ano antes de montar o negócio.	85	85
Total	100	100

Para reforçar a avaliação sobre a competência gerencial foi inserida no questionário uma pergunta sobre o treinamento em gestão empresarial, cujos resultados, apresentados na tabela 7, constataram que os empresários também não procuraram se capacitar na gestão empresarial através de treinamento, visto que apenas 26% dos entrevistados fizeram algum tipo de curso de gestão empresarial e a imensa maioria, que soma 74%, não participou de nenhum curso de gestão empresarial.

Tabela 7 - Treinamento em Gestão Empresarial

TREINAMENTO EM GESTÃO EMPRESARIAL	FREQUÊNCIA	%
Fez algum tipo de curso de gestão empresarial.	26	26
<u>Não</u> fez nenhum tipo de curso de gestão empresarial.	74	74
Total	100	100

Como justificativas para não terem realizado cursos de gestão empresarial os entrevistados disseram que não tinham tempo, que a prática é mais importante do que a teoria e também que gestão de empresas é um dom nato, reforçando assim a visão amadora e aventureira que os micros e pequenos empresários tem da gestão de um negócio.

Analisando ainda a tabela 8, podemos notar que em 16% das empresas criadas em 2003, ou seja, que duraram até 3 anos, os sócios tinham experiência gerencial. Já no grupo de empresas criadas em 2004, este número cai para 12%, ou seja, que duraram até 2 anos, e 88% dos sócios não tinham nenhuma experiência gerencial e nas empresas criadas em 2005, ou seja aquelas que morreram mais rápido, nenhum sócio tinha experiência gerencial.

Tabela 8 - Ano de Constituição x Experiência Gerencial

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Com Exp. Gerencial	10	16	Com Exp. Gerencial	4	12	Com Exp. Gerencial	0	0
Sem Exp. Gerencial	54	84	Sem Exp. Gerencial	29	88	Sem Exp. Gerencial	3	100
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Já a tabela 9 demonstra que os empresários que têm maior experiência gerencial tendem a fazer cursos de gestão empresarial como forma de complementar suas competências gerenciais. Já os que não têm experiência gerencial também tendem a não fazer cursos de gestão como forma de melhorar suas competências de gestão.

Tabela 9 - Experiência Gerencial x Treinamento Gerencial

Com Exp Ger = 15%			Sem Exp Ger = 85%		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Fez curso	11	73	Fez curso	15	18
Não fez	4	27	Não fez	70	82
Total	15	100	Total	85	100

Estes resultados mostram que nas empresas que duraram mais tempo os sócios tinham maior experiência gerencial e as que duraram menos tempo os sócios não tinham experiência gerencial anterior à abertura da empresa. Demonstrem também um traço comum entre as empresas que encerraram suas atividades de maneira precoce que é o fato de que a competência na gestão empresarial dos empreendedores pode ser considerada muito baixa, pois grande parte dos micro e pequenos empresários nunca havia trabalhado em gerência ou diretoria e também nunca realizou cursos de gestão de empresas para compensar a pouca experiência e desenvolver sua competência em gestão.

Os dados estatísticos expostos permitem rejeitar a hipótese nula $H_{0,1}$, visto que os dados confirmam que a falta de competência gerencial contribuiu para a morte precoce das empresas estudadas.

4.1.2 Hipótese H_{0,2} - Experiência Anterior

A falta de experiência anterior do empresário no ramo de negócio em que abriu empresa não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável experiência anterior no ramo de negócio: ter enfrentado, por pelo menos um ano, situações típicas do ramo de negócio em que a empresa foi criada.

Os dados apresentados na tabela 10 mostram que, dos 100 empresários entrevistados, 45% não tinham nenhuma experiência anterior no ramo de negócio em que resolveram abrir empresa e 5% tinham de 6 meses a 1 ano de experiência, portanto 50% dos empresários tinham menos de 1 ano de experiência no ramo de negócio que decidiram explorar.

Tabela 10 - Tempo de Experiência dos Empreendedores

TEMPO DE EXPERIÊNCIA ANTERIOR NO RAMO DE NEGÓCIO	FREQUÊNCIA	%
Nenhuma experiência no ramo de negócio.	45	45
De 6 meses a 1 ano de experiência no ramo de negócio.	5	5
De 1 a 5 anos de experiência no ramo de negócio.	18	18
Mais de 5 anos de experiência no ramo de negócio.	32	32
Total	100	100

Curiosamente a tabela 11 mostra uma tendência a quanto menor a experiência maior a escolaridade, mostrando que os empresários que estudam mais buscam substituir de alguma forma a falta de experiência e que conforme aumenta a experiência, há uma queda na escolaridade, mostrando uma tendência à substituição também do estudo pela prática.

Tabela 11 - Tempo de Experiência x Nível de Escolaridade

Nenhuma Experiência			6m a 1 ano			1 a 5 anos			> 5 anos		
CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%
sem estudo	1	2	sem estudo	0	0	sem estudo	0	0	sem estudo	0	0
1º grau	10	22	1º grau	1	20	1º grau	3	17	1º grau	13	40
2º grau	13	29	2º grau	2	40	2º grau	6	33	2º grau	7	22
Superior	20	45	Superior	2	40	Superior	9	50	Superior	12	38
Pós- graduação	1	2	Pós- graduação	0	0	Pós-graduação	0	0	Pós-graduação	0	0
Total	45	100	Total	5	100	Total	18	100	Total	32	100

Observando a tabela 12, pode-se constatar que nas empresas que sobreviveram mais tempo, ou seja, aquelas criadas em 2003, 47% dos empresários tinham mais de 1 ano de experiência anterior no ramo de negócio. Nas empresas criadas em 2004, 67% dos empresários tinham mais de 1 ano de experiência anterior no ramo de negócio, e nas empresas que sobreviveram menos, ou seja criadas em 2005 e que encerraram as atividades ainda em 2005, apenas 33% dos empresários tinham mais de 1 ano de experiência anterior no ramo de negócio.

Tabela 12 - Experiência no ramo x Ano de constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Nenhuma Exper.	29	45	Nenhuma Exper.	11	33	Nenhuma Exper.	1	34
Exper. 6m a 1 ano	5	8	Exper. 6m a 1 ano	0	0	Exper. 6m a 1 ano	1	33
Exper. 1 a 5 anos	10	16	Exper. 1 a 5 anos	6	18	Exper. 1 a 5 anos	0	0
Exper. > 5 anos	20	31	Exper. > 5 anos	16	49	Exper. > 5 anos	1	33
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Estes resultados mostram uma tendência que confirma o senso comum, visto que nas empresas que sobreviveram mais tempo, os sócios tinham mais tempo de experiência no ramo de negócio escolhido antes de abrir a empresa, o que permite afirmar que na forma enunciada a hipótese nula $H_{0,2}$ deve ser rejeitada, pois não se pode negar que a falta de experiência anterior do empresário no ramo de negócio em que abriu empresa não contribui para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

4.1.3 Hipótese H_{0,3} - Nível de Escolaridade

O baixo nível de escolaridade do empresário não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável nível de escolaridade: a quantidade de anos de estudo formal, tendo como referência a última série ou período concluído com aprovação.

Analisando os resultados da tabela 13, é possível verificar que o nível de escolaridade dos empreendedores pode ser considerado alto, visto que 1% dos entrevistados tinha pós-graduação completa, 43% tinha superior completo e 28% tinha 2º grau completo, somando 72% dos empreendedores com pelo menos 2º grau completo, portanto isoladamente o nível de escolaridade não pode ser considerado contribuinte para a mortalidade das empresas.

Tabela 13 - Escolaridade dos Empreendedores

NÍVEIS DE ESCOLARIDADE	FREQUÊNCIA	%
Nenhum estudo.	1	1
1º grau completo.	27	27
2º grau completo.	28	28
Superior completo.	43	43
Pós graduação completa.	1	1
Total	100	100

Em complementação a estes dados, de acordo com a tabela 14, pode-se perceber que conforme aumenta o nível de escolaridade, tende a aumentar a quantidade de empresários que fazem cursos de gestão empresarial como forma de compensar a falta de experiência e para aumentar sua competência gerencial. Esta tendência mostra também uma conscientização dos empresários com mais anos de estudo para a necessidade de fazer cursos de gestão.

Tabela 14 - Nível de Escolaridade x Treinamento Gerencial

Sem estudo			1º grau			2º grau			Superior			Pós		
CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%	CATEGORIA	FREQ	%
Fez curso de Gestão	0	0	Fez curso de Gestão	1	4	Fez curso de Gestão	6	21	Fez curso de Gestão	18	42	Fez curso de Gestão	1	100
Não fez	1	100	Não fez	26	96	Não fez	22	79	Não fez	25	58	Não fez	0	0
Total	1	100	Total	27	100	Total	28	100	Total	43	100	Total	1	100

É interessante constatar que, de acordo com os dados coletados e organizados na tabela 15, os empresários que tinham nível superior em administração, informática e engenharia tiveram mais sucesso do que os formados em áreas não relacionadas, o que mostra uma tendência de que a formação nestas áreas proporciona maior base para gerenciar uma micro ou pequena empresa e mostra também que nenhum dos empresários que tinham nível superior encerrou as atividades da empresa com menos de 1 ano.

Tabela 15 - Área de formação de nível superior

Área	Quantidade	Situação de sobrevivência
Administração	18	14 sobreviveram 3 anos e 4 sobreviveram 2 anos
Informática	6	5 sobreviveram 3 anos e 1 sobreviveu 2 anos
Engenharia	5	4 sobreviveram 3 anos 1 sobreviveram 2 anos
Direito	3	2 sobreviveram 3 anos e 1 sobreviveu 2 anos
Psicologia	2	2 sobreviveram 2 anos
Arquitetura	2	1 sobreviveu 3 anos e 1 sobreviveram 2 anos
Economia	2	1 sobreviveu 3 anos e 1 sobreviveram 2 anos
Contabilidade	2	2 sobreviveram 3 anos
Jornalismo	1	1 sobreviveu 2 anos
Moda	1	1 sobreviveu 3 anos
Veterinária	1	1 sobreviveu 3 anos
Total	43	43

Além disso, a tabela 16 demonstra que nas empresas que duraram mais tempo, ou seja, até 3 anos, 47% dos empreendedores tinham superior completo, e nas empresas que duraram até 2 anos, 42% tinham superior completo, enquanto nas empresas que morreram mais cedo, ou seja, as que duraram até 1 ano, 67% dos empresários não tinham nenhum estudo ou tinham até 1º grau completo e nenhum tinha escolaridade acima do 2º grau completo, o que mostra uma tendência de que as empresas que duram mais tempo tem como sócios empresários com maior nível de escolaridade, refutando assim a hipótese nula $H_{0,3}$, que afirma que o baixo nível de escolaridade não contribui para a morte precoce das empresas.

Tabela 16 - Nível de Escolaridade x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
sem estudo	0	0	sem estudo	0	0	sem estudo	1	34
1º grau	19	30	1º grau	6	18	1º grau	1	33
2º grau	15	23	2º grau	12	36	2º grau	1	33
Superior	30	47	Superior	13	43	Superior	0	0
Pós- grad	0	0	Pós- grad	1	3	Pós- grad	0	0
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

4.1.4 Hipótese H_{0,4} - Relação com Sócios

A falta de profissionalismo do empresário na relação com sócios não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa foi utilizada a seguinte definição operacional para a variável profissionalismo do empresário na relação com sócios: uma sociedade baseada em experiência, competência técnica e gerencial comprovada independente de amizade ou vínculo familiar.

A análise da tabela 17 demonstra uma característica típica das micro e pequenas empresas, onde 44% dos empresários preferiram abrir suas empresas sem sócios, o que pode mostrar individualismo e tendência a auto-suficiência dos empresários. Ainda de acordo com a tabela 12, pode ser observado que apenas 5% dos empresários afirmam que o relacionamento com seus sócios era ruim ou muito ruim, enquanto 51% afirmam que o relacionamento com os sócios era bom ou muito bom.

Tabela 17 - Relacionamento dos Empreendedores com os Sócios

RELACIONAMENTO COM OS SÓCIOS	FREQUÊNCIA	%
Não tinham sócios.	44	44
Tinham um relacionamento muito ruim com o sócio.	3	3
Tinham um relacionamento ruim com o sócio.	2	2
Tinham um relacionamento bom com o sócio.	31	31
Tinham um relacionamento muito bom com o sócio.	20	20
Total	100	100

Já a tabela 18, evidencia uma tendência a escolher sócios com vínculos de família, visto que este tipo de relação aparece em 31% dos casos, sendo que 21% têm relação de amizade e apenas 4% tinham escolhido seus sócios com base em competência profissional.

Tabela 18 - Vínculo com os Sócios

VÍNCULO COM OS SÓCIOS	FREQUÊNCIA	%
<u>Não</u> tinham sócios.	44	44
Tinham vínculo familiar com o sócio.	31	31
Tinham vínculo de amizade com o sócio.	21	21
Tinham vínculo profissional com o sócio.	4	4
Total	100	100

A tabela 19 mostra que apenas 4% dos empresários têm vínculo profissional com os sócios, mas estes afirmam que tiveram um relacionamento bom enquanto a empresa durou. Dos 31 que montaram negócio com família, 30, ou seja, 97% tiveram relacionamento bom ou muito bom. Dos 21 que montaram negócios com amigos, 17, ou seja, 71% tiveram relacionamento bom ou muito bom.

Tabela 19 - Relacionamento com Sócios x Vínculo com Sócios

Sem sócios			Muito ruim			Ruim			Bom			Muito bom		
CATEG.	FREQ.	%	CATEG.	FREQ.	%	CATEG.	FREQ.	%	CATEG.	FREQ.	%	CATEG.	FREQ.	%
Sem sócios	44	100	Sem sócios	0	0	Sem sócios	0	0	Sem sócios	0	0	Sem sócios	0	0
Família	0	0	Família	0	0	Família	1	50	Família	12	39	Família	18	90
Amizade	0	0	Amizade	3	100	Amizade	1	50	Amizade	15	48	Amizade	2	10
Profissional	0	0	Profissional	0	0	Profissional	0	0	Profissional	4	13	Profissional	0	0
Total	44	100	Total	3	100	Total	2	100	Total	31	100	Total	20	100

Entretanto, os dados mais relevantes aparecem na tabela 20, onde fica evidente que 51% das empresas que duraram mais tempo, ou seja, até 3 anos, tinham sócios com vínculo familiar ou de amizade, e apenas 5% tinham vínculo profissional, o que confirma a hipótese nula $H_{0,4}$ cujo enunciado afirma que a falta de profissionalismo na relação com os sócios não pode ser considerado um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Tabela 20 - Vínculo com Sócio x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
VÍNCULO	FREQ.	%	VÍNCULO	FREQ.	%	VÍNCULO	FREQ.	%
Sem sócio	28	44	Sem sócio	14	42	Sem sócio	2	67
Familiar	22	34	Familiar	8	24	Familiar	1	33
Amizade	11	17	Amizade	9	27	Amizade	0	0
Profissional	3	5	Profissional	2	6	Profissional	0	0
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

4.1.5 Hipótese H_{0,5}. Acesso ao Crédito

A dificuldade de acesso ao crédito não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável acesso ao crédito: a facilidade ou a complexidade de regras e exigências para empréstimo exigidas do empresário pelas instituições financeiras.

Analisando a tabela 21, constata-se que 99% dos empresários entrevistados afirmaram ter criado seu negócio com recursos próprios e apenas 1 pegou empréstimo com terceiros para financiar a abertura empresa, o que explica os resultados da tabela 22, que mostra que 100% dos empresários dizem não ter tido dificuldades para conseguir empréstimo, porque em sua grande maioria nem tentaram ou pleitearam conseguir estes recursos.

Tabela 21 - Fontes de financiamento da Empresa

FONTES DE FINANCIAMENTO	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que dizem ter aberto a empresa com capital próprio.	99	99
Entrevistados que pegaram empréstimo com terceiros.	1	1
Total	100	100

Tabela 22 - Acesso ao Crédito da Empresa

DIFICULDADES PARA CONSEGUIR EMPRÉSTIMO	FREQUÊNCIA	%
Dizem ter tido dificuldades para conseguir empréstimo	0	0
Dizem <u>não</u> ter tido dificuldades para conseguir empréstimo	100	100
Total	100	100

Na parte aberta das questões sobre acesso ao crédito à totalidade dos empresários afirmou que nem tentaram pegar empréstimos e que os principais motivos para não terem realizado empréstimos foram:

- os juros altos,
- as dificuldades em dar garantias e comprovação de renda e
- a burocracia das instituições financeiras.

Os empreendedores afirmaram ainda que abriram a empresa com recursos de poupança pessoal, fundo de garantia e venda de bens, o que em muitos casos não foi suficiente para manter o capital de giro necessário aos primeiros meses de atividade da empresa.

Dadas as informações colhidas acima fica rejeitada a hipótese nula $H_{0,5}$, visto que estes dados indicam que a dificuldade de acesso ao crédito é de fato um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

4.1.6 Hipótese H_{0,6}. Mão de Obra

A dificuldade na manutenção de mão de obra qualificada não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável mão de obra qualificada: capacidade de contratar e remunerar profissionais com experiência comprovada de pelo menos um ano na área de atuação nas atividades nas quais irão atuar.

Boa parte dos empresários, ao todo 49% como pode ser visto na tabela 23 não contratou funcionários para ajudar a operacionalizar o negócio, 10% contratou funcionários sem experiência, 22% contratou funcionários com menos de 1 ano de experiência e apenas 19% contratou funcionários com 1 ano ou mais de experiência.

Tabela 23 - Mão de Obra da Empresa

MÃO DE OBRA QUALIFICADA	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que não tinham funcionários.	49	49
Entrevistados que dizem que contrataram funcionários sem experiência.	10	10
Entrevistados que contrataram funcionários com 1 a 6 meses de experiência.	7	7
Entrevistados que contrataram funcionários com 6 meses a 1 ano de experiência.	15	15
Entrevistados que contrataram funcionários com 1 ano ou mais de experiência.	19	19
Total	100	100

As causas alegadas para não contratar funcionários foram, em primeiro lugar, a crença por parte dos empresários de que poderiam sozinhos desempenhar todas as tarefas e atividades da empresa, o que pode ter gerado acúmulo de atividades para o sócio do negócio e o afastando das tarefas mais estratégicas de prospecção de clientes e melhoria dos produtos e serviços oferecidos. Além disso, os empresários afirmaram que a baixa rentabilidade do negócio não permitia gerar lucro suficiente para pagar salários a funcionários e com isso ou não contratavam ou contratavam profissionais com pouca ou nenhuma experiência.

Para reforçar a avaliação sobre a influência da mão de obra na mortalidade da empresa, foi realizado o cruzamento das informações descritas na tabela 24, que mostra que nas empresas que duraram mais tempo, ou seja, até 3 anos, 32% dos empresários contrataram funcionários com pelo menos 6 meses de experiência, nas empresas que duraram até 2 anos, 39% contrataram funcionários com pelo menos 6 meses de experiência e nas empresas que encerraram atividades antes de completar 1 ano, 67% não tinham funcionários, 33% tinham menos de 1 ano de experiência.

Tabela 24 - Mão de obra qualificada x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Sem func	36	56	Sem func	13	39	Sem func	2	67
Sem exper.	5	8	Sem exper.	4	12	Sem exper.	0	0
Exp. 1 a 6 meses	3	5	Exp. 1 a 6 meses	3	9	Exp. 1 a 6 meses	0	0
Exp. 6 m a 1 ano	8	13	Exp. 6 m a 1 ano	5	15	Exp. 6 m a 1 ano	1	33
Exp. > 1 ano	12	19	Exp. > 1 ano	8	24	Exp. > 1 ano	0	0
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Estes dados indicam uma tendência das empresas que contam com funcionários com maior tempo de experiência sobrevivem mais tempo, o que indica que a hipótese nula $H_{0,6}$ deve ser rejeitada visto que a dificuldade na manutenção de mão de obra qualificada pode ser considerada um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

4.1.7 Hipótese H_{0,7}. Apoio Jurídico e Contábil

A falta de apoio jurídico e contábil especializado não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável apoio jurídico e contábil especializado: utilização de assessoria de profissionais na área jurídica e contábil.

Analisando a tabela 25, verifica-se que 91% dos entrevistados afirmam ter contratado apoio jurídico e contábil e apenas 9% dos empresários dizem não ter contratado tal apoio, o que mostra que apesar da quase totalidade dos empresários contratarem este apoio, não conseguiram uma sobrevivência maior.

Tabela 25 - Apoio Jurídico e Contábil à Empresa

APOIO JURÍDICO E CONTÁBIL	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que dizem ter contratado apoio jurídico e contábil.	91	91
Entrevistados que dizem não ter contratado apoio jurídico e contábil.	9	9
Total	100	100

Os resultados da tabela 26 mostram resultados que contrariam o senso comum, onde entre as empresas que duraram mais tempo, ou seja, até 3 anos, 86% dos empresários contrataram apoio jurídico e contábil, sendo que 14% não contratou, das empresas que duraram até 2 anos estes números são de 97% que tiveram apoio e 3% não tiveram apoio, e nas que duraram menos, ou seja, até 1 ano, 100% teve apoio jurídico e contábil.

Tabela 26 - Apoio Jurídico e Contábil x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
C/ Apoio Jur e Cont	55	86	C/ Apoio Jur e Cont	32	97	C/ Apoio Jur e Cont	3	100
S/ Apoio Jur e Cont	9	14	S/ Apoio Jur e Cont	1	3	S/ Apoio Jur e Cont	0	0
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Os motivos citados pelos entrevistados que não contrataram apoio jurídico e contábil é que estes profissionais muitas vezes não são confiáveis, deixam de orientá-los sobre seus direitos e deveres como empresários e deixam de pagar os impostos e outras obrigações necessárias à sobrevivência do negócio, levando-os a pagar multas e em alguns casos extremos a ter que fechar o negócio.

As constatações retiradas das entrevistas indicam que a hipótese nula $H_{0,7}$ foi confirmada, ou seja, a falta de apoio jurídico e contábil realmente não contribui para a mortalidade precoce das empresas.

4.1.8 Hipótese $H_{0,8}$ - Qualidade dos Produtos e Serviços

A falta de qualidade dos produtos e serviços não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável qualidade dos produtos e serviços: capacidade de oferecer aos clientes produtos e serviços padronizados e que atendam suas demandas.

Na tabela 27 observa-se que 92% dos empresários afirmam que seus produtos e serviços possuíam qualidade e padronização e que apenas 8% afirmam que seus produtos e serviços não possuíam qualidade e padronização.

Tabela 27 - Qualidade e Padronização dos produtos e serviços

QUALIDADE E PADRONIZAÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados dizem que os produtos/serviços da empresa tinham qualidade e padronização.	92	92
Entrevistados dizem que os produtos/serviços da empresa não tinham qualidade e padronização.	8	8
Total	100	100

Os resultados da tabela 28 demonstram que nas empresas que sobreviveram por mais tempo, ou seja, até 3 anos, 92% dos empresários afirmam que seus produtos tinham características de qualidade e padronização, sendo que apenas 8% afirmam não possuir tais características. Das empresas que duraram até 2 anos estes números são de 88% que afirmam ter qualidade e padronização de produtos e serviços e 12% não, e nas que duraram menos, ou seja, até 1 ano, apenas 67% afirmam que seus produtos tinham características de qualidade e padronização e 33% admitiram que seus produtos e serviços não tinham qualidade e padronização de seus produtos e serviços.

Tabela 28 - Qualidade Produtos/Serviços x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
C/ Qualidade	59	92	C/ Qualidade	29	88	C/ Qualidade	2	67
S/ Qualidade	5	8	S/ Qualidade	4	12	S/ Qualidade	1	33
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Os empresários que afirmaram não ter qualidade e padronização em seus produtos alegam que manter a qualidade não é o mais difícil, mas como não investiam em tecnologia e trabalhavam sozinhos, um produto não ficava igual ao outro e isto comprometia a padronização.

Os dados extraídos da pesquisa apontam para a rejeição da hipótese nula $H_{0,8}$, uma vez que o enunciado desta afirma que a falta de qualidade e padronização dos produtos e serviços não contribui para a mortalidade das empresas.

4.1.9 Hipótese H_{0,9}. Inovação dos Produtos e Serviços

A falta de inovação dos produtos e serviços não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável inovação dos produtos e serviços: capacidade de produzir produtos e serviços que possuam diferenciais que possam ser considerados como vantagem competitiva.

Na tabela 29 constata-se que apenas 28% dos empresários afirmam que seus produtos e serviços possuíam características de inovação e a grande maioria, ou seja, 72% afirmam que seus produtos e serviços não possuíam inovação.

Tabela 29 - Inovação dos produtos e serviços da Empresa

INOVAÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que dizem que os produtos/serviços da empresa tinham características de inovação.	28	28
Entrevistados que dizem que os produtos/serviços da empresa não tinham características de inovação.	72	72
Total	100	100

Os resultados da tabela 30 demonstram que nas empresas que sobreviveram por mais tempo, ou seja, até 3 anos, 34% dos empresários afirmam que seus produtos tinham características de inovação. Das empresas que duraram até 2 anos este percentual cai para 18% e nas que duraram menos, ou seja, até 1 ano, nenhum empresário entrevistado afirma que seus produtos tinham características de inovação.

Tabela 30 - Inovação Produtos e Serviços x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Com inovação	22	34	Com inovação	6	18	Com inovação	0	0
Sem inovação	42	66	Sem inovação	27	82	Sem inovação	3	100
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Dados como os descritos acima indicam que as empresas que investem mais em inovação dos produtos e serviços aumentam consideravelmente suas possibilidades de sobrevivência e as que não investiram tem uma forte tendência a encerrar suas atividades mais cedo.

As justificativas dos empresários para não investir em inovação são o medo de inovar e não agradar o cliente, optando por produtos tradicionais, muitas vezes copiando o que os concorrentes líderes de mercado vendem. Os empresários citaram também a falta de flexibilidade das franquias como barreira à inovação o que limitou sua possibilidade de inovar, visto que deveria seguir as normas do franqueador.

Estes dados demonstram que a falta de inovação dos produtos e serviços contribui para a mortalidade das empresas, rejeitando assim a hipótese nula $H_{0,9}$.

4.1.10 Hipótese H_{0,10}. Planejamento Estratégico

A falta de planejamento estratégico não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável planejamento estratégico: elaboração de um plano de negócios anterior à abertura do negócio e sua efetiva implementação durante o período de existência da empresa.

Na tabela 31 pode-se verificar que apenas 19% dos empresários afirmam ter realizado algum tipo de planejamento antes de abrir a empresa e a grande maioria, ou seja, 81% afirmam que não realizaram nenhum tipo de planejamento antes de abrir a empresa.

Tabela 31 - Realização de Planejamento da Empresa

REALIZAÇÃO DE PLANEJAMENTO	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que dizem que realizaram algum tipo de planejamento da empresa antes de abrir o negócio.	19	19
Entrevistados que dizem que <u>não</u> realizaram nenhum tipo de planejamento da empresa antes de abrir o negócio.	81	81
Total	100	100

De acordo com a tabela 32, é possível notar que 19% das empresas de maior tempo de vida, ou seja, que duraram até 3 anos, realizaram algum tipo de planejamento. Nas empresas que duraram até 2 anos, 18% das empresas realizaram planejamento. Já nas que duraram menos, ou seja, até 1 ano, nenhum empresário entrevistado afirma ter realizado algum tipo de planejamento, o que indica que as empresas que realizaram algum tipo de planejamento duraram mais tempo e as que não realizaram nenhum tipo de planejamento tem uma tendência a encerrar suas atividades mais cedo.

Tabela 32 - Planejamento x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
C/ Planejamento	12	19	C/ Planejamento	6	18	C/ Planejamento	0	0
S/ Planejamento	52	81	S/ Planejamento	27	82	S/ Planejamento	3	100
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Os principais motivos declarados pelos entrevistados para não realizar planejamento foram os seguintes:

- Confiam mais na experiência e na prática;
- O contador fazia tudo, não precisava planejar nem acompanhar nada;
- Foi atrás de uma oportunidade;
- Não se importa com isso, não acredita muito em planejamento;
- Acredita mais na fé, na raça e na coragem;
- Acredita mais na intuição;
- Agiu por impulso e não teve tempo de planejar.

Com base nos dados acima, identificou-se que as empresas que tiveram mais planejamento duraram mais tempo, o que define a rejeição da hipótese nula $H_{0,10}$ que enuncia que a falta de planejamento estratégico não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

4.1.11 Hipótese H_{0,11}. Exigências Fiscais, Legais e Tributárias

A dificuldade em satisfazer as exigências fiscais, legais e tributárias exigidas das novas empresas não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável satisfação das exigências fiscais, legais e tributárias: cumprimento dos procedimentos fiscais, legais e tributários necessários para abrir e manter uma empresa em conformidade com as leis.

Com base na tabela 33 verifica-se que 25% dos empresários afirmam ter tido dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias e que uma maioria expressiva, ou seja, 75% afirmam que não tiveram dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias durante a existência da empresa.

Tabela 33 - Exigências fiscais, legais e tributárias

DIFICULDADE COM EXIGÊNCIAS FISCAIS, LEGAIS E TRIBUTÁRIAS	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que afirmam que tiveram dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias.	25	25
Entrevistados que afirmam que não tiveram dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias.	75	75
Total	100	100

Para reforçar a avaliação sobre a dificuldade exigências fiscais, legais e tributárias, foi realizado um cruzamento com a variável planejamento estratégico que gerou o resultado descrito na tabela 34, que identifica que em 84% das empresas que realizaram planejamento os empresários declararam não ter tido dificuldades com tais exigências,

ao passo que em 54% das empresas que não realizaram planejamento, os entrevistados disseram ter tido dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias, demonstrando que o ato de planejar reduz de maneira relevante problemas com tais exigências.

Tabela 34 - Planejamento x Dificuldade com exigências fiscais, legais e tributárias

Planejaram			Não Planejaram		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Dif. c/ exigências	3	16	Dif. c/ exigências	44	54
Sem dif. c/ exigências	16	84	Sem dif. c/ exigências	37	46
Total	19	100	Total	81	100

Estes resultados demonstram que a maioria das micro e pequenas empresas que encerraram suas atividades de maneira precoce não tiveram dificuldade com exigências fiscais, legais e tributárias, o que, portanto permite confirmar a hipótese nula $H_{0,11}$ cujo enunciado ressalta que a dificuldade em satisfazer as exigências fiscais, legais e tributárias não contribui para a morte precoce das empresas estudadas.

4.1.12 Hipótese H_{0,12}. Manutenção de Clientes

A dificuldade na manutenção de clientes não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável manutenção de clientes: competência para gerenciar uma carteira de clientes, através de ferramentas de prospecção, divulgação, comunicação e satisfação de suas necessidades.

De acordo com a tabela 35, a maioria dos empresários entrevistados, ou seja, 55% afirmam ter tido dificuldade em conquistar e manter clientes, e o restante, ou seja, 45% afirmam que não tiveram dificuldades em conquistar e manter clientes.

Tabela 35 - Conquista e Manutenção de Clientes

DIFICULDADE EM CONQUISTAR E MANTER CLIENTES	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que afirmaram ter tido dificuldades em conquistar e manter clientes.	55	55
Entrevistados que afirmaram não ter tido dificuldades em conquistar e manter clientes.	45	45
Total	100	100

Buscando aprofundar a avaliação sobre a dificuldade em conquistar e manter clientes foi realizado um cruzamento com o setor da economia a qual a empresa pertencia, o que gerou o resultado descrito na tabela 36. A tabela em questão sugere que o setor de serviços é o que sofre mais com as dificuldades em conquistar e manter clientes, visto que 59% das empresas deste setor afirmaram ter tido dificuldades com clientes, percentual que cai para 52% nas empresas do setor de comércio.

Tabela 36 - Setor da economia x Dificuldade com clientes

Comércio			Serviços			Indústria		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Dif. c/ clientes	30	52	Dif. c/ clientes	24	59	Dif. c/ clientes	0	0
Sem dif. c/ clientes	28	48	Sem dif. c/ clientes	17	41	Sem dif. c/ clientes	1	100
Total	58	100	Total	41	100	Total	1	100

Além disso, foi possível identificar a ligação entre a dificuldade na manutenção de clientes e o planejamento realizado pelos empreendedores antes de abrir a empresa, ilustrado através da tabela 37, que mostra que em 53% das empresas que planejaram tiveram dificuldades em conquistar e manter clientes, percentual que sobe ligeiramente para 56% nas empresas que não planejaram.

Tabela 37 - Planejamento x Dificuldade com clientes

Planejaram			Não Planejaram		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Dif. c/ clientes	10	53	Dif. c/ clientes	45	56
Sem dif. c/ clientes	9	47	Sem dif. c/ clientes	36	44
Total	19	100	Total	81	100

As principais dificuldades declaradas pelos entrevistados na conquista e manutenção dos clientes foram as seguintes:

- Tinham apenas um cliente e em muitos casos exclusividade;
- Clientes só se importam com preço e não tem fidelidade;
- Montaram o negócio no ponto errado, pouco movimento;
- Não tinham funcionários e os clientes não queriam esperar pelo atendimento;
- Alta inadimplência dos clientes;
- Baixo poder aquisitivo dos clientes;
- Montou negócio para clientes de classe alta numa região de clientes de classe média/baixa;
- Não realizaram nenhum tipo de propaganda ou atividades de marketing;
- Não tinham cadastro de clientes organizado.

Em síntese, as informações acima mostram que, independente do setor da economia ou de ter sido realizado planejamento ou não, a dificuldade na manutenção dos clientes é bastante elevada e indica a rejeição da hipótese nula $H_{0,12}$ porque sem dúvida a manutenção de clientes pode ser considerada um fator contribuinte para a morte precoce das micro e pequenas empresas.

4.1.13 Hipótese H_{0,13}. Relação com Parceiros Comerciais

A dificuldade na profissionalização da relação com parceiros comerciais não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável profissionalização da relação com parceiros comerciais: organização e o controle da relação com os parceiros comerciais da empresa, como fornecedores, distribuidores e representantes comerciais.

Como insumo para análise foi possível observar os dados da tabela 38 onde a grande maioria dos empresários entrevistados, ou seja, 66% afirmam ter contratado parceiros com base na competência e critérios profissionais de escolha, e 34% afirmam que escolheram seus parceiros comerciais com base na amizade e na confiança, o que indica uma tendência a considerar critérios de competência como base para a decisão de contratar parceiros como fornecedores, distribuidores e representantes.

Tabela 38 - Relação com os Parceiros

RELAÇÃO COM OS PARCEIROS	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que afirmaram ter escolhido seus parceiros comerciais com base na competência profissional.	66	66
Entrevistados que afirmaram ter escolhido seus parceiros comerciais com base na amizade.	34	34
Total	100	100

Buscando aprofundar a avaliação sobre o impacto da gestão do relacionamento com os parceiros comerciais, foi feito um questionamento sobre a utilização de contratos e instrumentos legais para formalizar as relações com os parceiros, ao qual a maioria dos entrevistados, 79%, respondeu que não, e apenas 21% disse ter utilizado tais

documentos para formalizar a relação, como pode ser visto na tabela 39. Essa informação mostra que, apesar da maior parte dos entrevistados ter escolhido parceiros de forma criteriosa e profissional, a gestão da parceria durante sua vigência era feita de maneira informal, sem muito controle e sem instrumentos que determinassem as condições comerciais a serem seguidas.

Tabela 39 - Contratos e Instrumentos com os Parceiros

CONTRATOS E INSTRUMENTOS LEGAIS	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que afirmaram ter utilizado contratos e instrumentos legais para definir as relações comerciais com seus parceiros.	21	21
Entrevistados que afirmaram não ter utilizado contratos e instrumentos legais para definir as relações comerciais com seus parceiros.	79	79
Total	100	100

Além disso, foi possível identificar através das informações da tabela 40, que apesar de 60 a 70 % dos empresários, independente do ano de constituição da empresa, terem afirmado que buscaram uma relação com os parceiros comerciais com base em critérios racionais e profissionais, suas empresas foram extintas, o que aponta para a confirmação da hipótese nula $H_{0,13}$ que afirma que a profissionalização das relações com os parceiros não contribui para a mortalidade das empresas.

Tabela 40 - Relação com os Parceiros x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Relação profissional	40	63	Relação profissional	23	70	Relação profissional	2	67
Relação amizade	24	37	Relação amizade	10	30	Relação amizade	1	33
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

4.1.14 Hipótese $H_{0,14}$. Manutenção dos Impostos e Tributos

A dificuldade da manutenção dos impostos e tributos não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável manutenção dos impostos e tributos: competência para manter em dia as obrigações com relação a impostos e tributos.

Com base na tabela 41 verifica-se que 25% dos empresários afirmam ter tido dificuldades com a manutenção dos impostos e tributos, mas também foi possível constatar que a maioria expressiva, ou seja, 75% afirmam que não tiveram dificuldades com a manutenção dos impostos e tributos durante a existência da empresa.

Tabela 41 - Impostos e Tributos

DIFICULDADE COM IMPOSTOS E TRIBUTOS	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que afirmam que teve dificuldades com impostos e tributos.	25	25
Entrevistados que afirmam que não teve dificuldades com impostos e tributos.	75	75
Total	100	100

Os entrevistados reclamaram do impacto dos impostos na margem de lucro e da quantidade de impostos, porém afirmaram não ter tido dificuldades de pagar os impostos enquanto suas empresas estiveram em atividade. Tais resultados demonstram que a maior parte das micro e pequenas empresas que encerraram suas atividades de maneira precoce não tiveram dificuldade com a manutenção dos impostos e tributos, o que portanto, confirma a hipótese nula $H_{0,14}$ de que a dificuldade da manutenção dos impostos e tributos não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

4.1.15 Hipótese H_{0,15}. Concorrentes

A falta de competitividade com relação aos concorrentes não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável relação com os concorrentes: competência de oferecer produtos e serviços com características semelhantes ou superiores às dos concorrentes do mercado de atuação da empresa.

Com base na tabela 42 foi possível verificar que 66% dos empresários afirmam ter tido dificuldades com a concorrência e que apenas 34% afirmam que não tiveram dificuldades com a concorrência durante a existência da empresa.

Tabela 42 - Dificuldades com a Concorrência

DIFICULDADE EM ENFRENTAR A CONCORRÊNCIA	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que dizem ter tido dificuldade em enfrentar a concorrência.	66	66
Entrevistados que dizem não ter tido dificuldade em enfrentar a concorrência.	34	34
Total	100	100

Uma análise complementar pode ser feita estudando-se a tabela 43, onde fica claro que o setor que enfrenta as maiores dificuldades com a concorrência é o setor de comércio, visto que 71% dos entrevistados deste setor afirmam ter tido dificuldades com concorrentes. Já no setor de serviços a pressão da concorrência parece ser menor, pois, este percentual cai para 59% nas empresas no setor de serviços.

Tabela 43 - Setor da Economia x Dificuldades com a Concorrência

Comércio			Serviços			Indústria		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Dif. c/ concorrentes	41	71	Dif. c/ concorrentes	24	59	Dif. c/ concorrentes	0	0
Sem dif. c/ conc.	17	29	Sem dif. c/ conc.	17	41	Sem dif. c/ conc.	1	100
Total	58	100	Total	41	100	Total	1	100

Os dados acima indicam que a escolha do setor da economia onde se vai abrir uma empresa faz uma diferença significativa e demonstra que no setor de comércio a concorrência é um ponto a ser estudado, e que nos demais setores a influência da concorrência no desempenho da empresa parece ser amenizada.

Os principais motivos e as justificativas para as dificuldades citadas pelos empreendedores entrevistados foram as seguintes:

- Concorrentes tinham melhor preço;
- Concorrentes com produtos inovadores;
- Concorrentes eram mais organizados;
- Concorrentes eram maiores e com maior poder de barganha;
- Concorrentes investiam em tecnologia;
- Concorrentes com maior experiência no ramo;
- Concorrentes desleais e antiéticos, sonegando impostos e tributos;
- Concorrentes faziam cartel;
- Concorrentes demais fazendo a mesma coisa, ou seja, mercado está saturado;
- A empresa não realizou planejamento;
- A empresa não estava regularizada;
- A empresa não realizou pesquisa de mercado.

Estes resultados demonstram que a maior parte das micro e pequenas empresas que encerraram suas atividades de maneira precoce tiveram dificuldades com a concorrência, o que, portanto rejeita a hipótese nula $H_{0,15}$ de que a falta de competitividade com relação aos concorrentes não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

4.1.16 Hipótese H_{0,16}. Mudanças no Ambiente Externo

A dificuldade de adequação da empresa às mudanças no ambiente externo não foi um fator contribuinte para a mortalidade precoce das empresas estudadas.

Para efeito desta pesquisa se utilizou a seguinte definição operacional para a variável adequação da empresa às mudanças no ambiente externo: competência para explorar as tendências da área de atividade da empresa e adaptar sua estratégia de atuação.

Com base na tabela 44, foi possível observar que 31% dos empresários afirmam ter tido dificuldades com as mudanças do ambiente externo e que 69% afirmam que não tiveram dificuldades com as mudanças do ambiente externo durante a existência da empresa.

Tabela 44 - Fatores do Ambiente Externo

DIFICULDADE COM MUDANÇAS DO AMBIENTE EXTERNO	FREQUÊNCIA	%
Entrevistados que dizem ter tido dificuldade em se adaptar às mudanças do ambiente.	31	31
Entrevistados que dizem não ter tido dificuldade em se adaptar às mudanças do ambiente.	69	69
Total	100	100

De maneira complementar, foi realizado um cruzamento com a variável planejamento e os resultados descritos na tabela 45 demonstram que apenas 11% das empresas que planejaram tiveram dificuldades com a o ambiente externo e que este percentual sobe para 36% nas empresas que não planejaram, o que mostra que o planejamento ameniza as dificuldades com os fatores do ambiente externo.

Tabela 45 - Planejamento x Fatores do Ambiente Externo

Planejaram = 19%			Não Planejaram = 81%		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
Dif. c/ amb.externo	2	11	Dif. c/ amb.externo	29	36
Sem dif. c/ amb.ext.	17	89	Sem dif. c/ amb.ext.	52	64
Total	19	100	Total	81	100

A tabela 46 demonstra que 59 % das empresas que duraram até 3 anos, ou seja, de maior tempo de vida, são do setor de comércio. 39 % das empresas que duraram até 3 anos, ou seja, de maior tempo de vida, são do setor de serviços. Das 58 empresas de comércio 66% duraram até 3 anos, 31% duraram até 2 anos e 3% duraram menos de 1 ano.

Tabela 46 - Setor da Economia x Ano de Constituição

Ano 2003			Ano 2004			Ano 2005		
CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%	CATEGORIA	FREQ.	%
comércio	38	59	comércio	18	55	comércio	2	67
serviço	25	39	serviço	15	45	serviço	1	33
indústria	1	2	indústria	0	0	indústria	0	0
Total	64	100	Total	33	100	Total	3	100

Das 41 empresas de serviços, 61% duraram até 3 anos, 37% duraram até 2 anos e 2% duraram menos de 1 ano. Há uma tendência às empresas de comércio durarem mais tempo que as dos outros setores. Entre as micro e pequenas empresas pesquisadas só foi identificada 1 indústria que durou até 3 anos.

Estes resultados demonstram que a maior parte das micro e pequenas empresas que encerraram suas atividades de maneira precoce não tiveram dificuldade com fatores do ambiente externo, o que, portanto confirma a hipótese nula $H_{0,16}$ de que esta variável não contribui para a morte precoce das empresas estudadas.

4.2 Análise Qualitativa

Nesta dimensão de análise buscaram-se inferências possíveis analisando os dados obtidos nas respostas das questões abertas da terceira parte do questionário. A forma de análise buscou organizar as respostas dos entrevistados em grandes blocos, privilegiando a manutenção das informações na íntegra, ou seja, da forma como foram expressadas pelos entrevistados, sem manipular palavras ou o sentido das frases para que se tenha a idéia real da opinião dos entrevistados e para que isso possa subsidiar conclusões mais completas.

Por este motivo muitas vezes são feitas declarações muito semelhantes, visto que foram citadas por entrevistados diferentes, o que reforça a opinião sobre aquela determinada informação.

A partir da análise da parte qualitativa da entrevista, junto à amostra de 100 empresários entrevistados, foi possível identificar as características das empresas que foram extintas de maneira precoce, assim como dos seus ex-proprietários, que serão apresentadas nesta seção. Os resultados qualitativos extraídos da pesquisa estão descritos a seguir.

4.2.1 Dados sobre origem da empresa

A tabela 47 apresenta os motivos declarados para a abertura da empresa. Os motivos de fonte de renda e de independência financeira foram os mais citados pelos entrevistados, aparecendo em 12% dos casos, junto com a exigência do empregador e a necessidade de emitir notas fiscais que também foi citado por 12% dos entrevistados e com a vontade de arriscar que igualmente aparece em 12% das vezes.

A indicação de amigos, conhecidos e família é apontada como o segundo motivo mais citado somando 9% dos entrevistados, seguida do motivo de desemprego também com 9%. Já a vontade ou a necessidade de legalizar a empresa motivou 7% dos empresários, sendo que a experiência influenciou na decisão de abrir a empresa para 5% dos entrevistados, e a descoberta de uma oportunidade também foi o ponto de origem para

5%. O tempo disponível da aposentadoria foi a motivação para 2% e também 2% abriram a empresa para colocar em prática o que aprenderam em cursos que realizaram.

Vale ressaltar que alguns motivos que representam disfunções sérias da economia como a abertura de empresas para dar notas fiscais ao antigo empregador, visando reduzir os encargos sociais do emprego formal, e abrir empresas como alternativa ao desemprego, aparecem entre os motivos mais citados como origem da criação das empresas como pode ser visto no gráfico 2 abaixo.

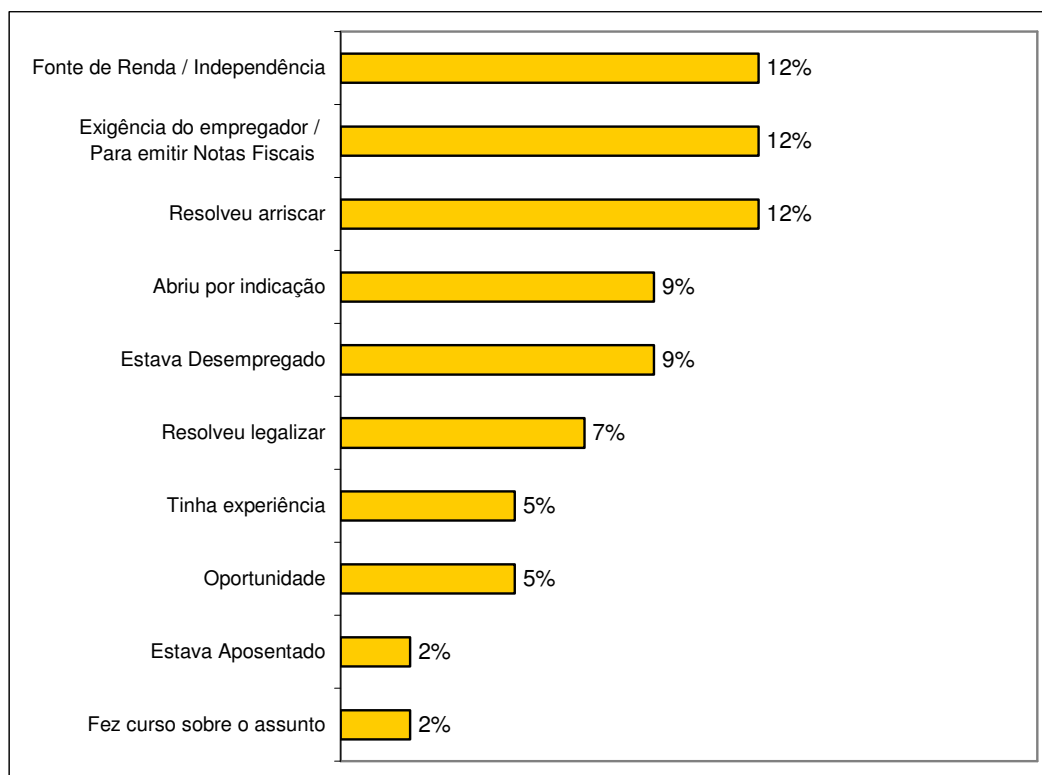


Gráfico 2 - Motivos para abertura da empresa

Nota: A soma das respostas pode não ser 100% porque a questão admitia mais de uma resposta.

Tabela 47 - Origem da Empresa

Motivos para abrir empresa	Declarações dos entrevistados
<p style="text-align: center;">Fonte de Renda / Independência = 12%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fonte de renda e independência financeira. 2. Fonte de renda. Já conhecia o ramo de ouvir falar. 3. Sempre trabalhou como secretária do marido que também tinha sua própria empresa, então resolveu arriscar e ter sua independência. 4. Queria ser empresário e se livrar do patrão. 5. Queria deixar de ser funcionária. 6. A habilidade do marido e a vontade de terem o próprio negócio. 7. Não agüentava mais trabalhar para outras pessoas. 8. Por ter mais chance de ganhar dinheiro do que como empregado. 9. Terminou a faculdade e como não precisava investir muita grana, resolveu abrir empresa. Detesta ser empregado. 10. Trabalhava em um banco, mas não na área que gostava, então resolveu sair e investir num negócio próprio para ter sua independência financeira. Hoje trabalha na sua área. 11. Trabalhou como funcionária por 12 anos numa representação de papel off-set, saiu há 2 meses para montar a empresa, pois prefere ser dona do que empregada. 12. Vontade de aumentar a receita. Já tinha outros 2 estacionamentos, mas a renda era baixa.
<p style="text-align: center;">Exigência do empregador / Para emitir Notas Fiscais = 12%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abriu para dar Notas Fiscais para seu empregador. 2. Precisava emitir Nota Fiscal para 1 cliente. 3. Precisava emitir Nota Fiscal. 4. Precisava emitir Nota Fiscal para 1 cliente. 5. Precisava emitir Notas Fiscais. 6. Precisava emitir nota fiscal para a construtora. 7. Precisava emitir Nota Fiscal para a empresa onde trabalhava. 8. Queria trabalhar para o governo, obras maiores. Precisava dar Notas Fiscais, queria crescer. 9. Abriu para prestar serviço ao empregador. Para prestar serviço ao patrão.

	<ol style="list-style-type: none"> 10. Tinha que dar Notas Fiscais abriu para ter um CNPJ e para cumprir exigência do patrão. 11. O empregador pediu para abrir. 12. Foi contratado para terceirizar o comércio de peças para uma concessionária, depois foi convidado a trabalhar lá.
<p style="text-align: center;">Resolveu arriscar = 12%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fechou uma padaria que não dava lucro e investiu neste negócio. 2. Comprou o carro resolveu abrir a empresa. 3. Falta de expectativa de crescimento no emprego. 4. Já teve outros tipos de comércio e resolveu investir na drogaria. Não tem medo de arriscar. 5. Encontraram o lugar e começaram a trabalhar. 6. Era dona do imóvel e o inquilino tinha um restaurante, ele se divorciou e não teve como continuar o negócio e proprietária assumiu o negócio por falta de pagamento do aluguel. 7. Saiu de uma empresa em que trabalhava, analisou o mercado e achou que valia a pena pelo baixo custo e retorno rápido. 8. Viu que onde trabalhava dava dinheiro e resolveu abrir um negócio igual. 9. Tinha dinheiro e resolveu investir. 10. Resolveu abrir para ver se ganhava dinheiro. 11. O filho trabalha nisso, ela viu que dava dinheiro e então resolveu abrir. 12. Um ramo que apreciava achava que dava dinheiro e glamour.
<p style="text-align: center;">Abriu por indicação = 9%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saiu de uma empresa e abriu o negócio, tinha 30 anos de lavoura e seguiu a indicação de um amigo. 2. Foi o pai que deu força. 3. Tinha experiência na área, indicação de amigos. 4. Não tinha grana e resolveu investir no negócio por causa da irmã. 5. A amiga tinha empresa de turismo e ela se animou a abrir também. 6. Passou por problemas e teve que fazer uma cirurgia. Estava em depressão e os amigos e família

	<p>incentivaram a abrir a empresa.</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. O amigo era sócio. Foi na força de vontade. 8. Tinha 3 amigos que já tinham trabalhado na área e o motivaram e assessoraram. 9. Filho da sócia namorava menina que o avô tinha uma empresa de gesso no Ceará.
<p style="text-align: center;">Estava Desempregado = 9%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estava desempregado resolveu abrir para trabalhar. 2. Abriu a empresa porque já está com 50 anos e não consegue mais emprego. 3. Havia sido mandado embora e com o FGTS resolveu abrir a papelaria, mas foi chamado de volta para trabalhar como consultor de informática. 4. Resolveu pegar um trabalho. 5. Para ajudar o irmão que estava desempregado. 6. Foi mandado embora, não arrumou outro emprego e resolveu abrir seu próprio negócio. 7. Terminou a faculdade e o pai resolveu abrir um negócio já que estava difícil arrumar um emprego. 8. Precisava se manter e sempre trabalhou com comércio, então resolveu arriscar, já tinha trabalhado com lotérica. 9. Era empregado da tesouraria de uma empresa e foi mandado embora. Usou o FGTS para investir.
<p style="text-align: center;">Resolveu legalizar = 7%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabalhava com isso e resolveu legalizar. 2. Abriu para ficar na legalidade. Sair da informalidade, baixar a tributação. 3. A oportunidade de legalizar o negócio e não precisar mais ficar nadando de um lado para o outro. 4. Conheceu a sócia pela irmã e resolveu ajudar na administração, logo o salão cresceu e legalizaram. 5. Criava as bolsas e vendia para as amigas, daí resolveu investir. 6. Começou vendendo para lojas, vendia em casa, ela mesmo fazia, depois o negócio cresceu. 7. Já tinham 1 cliente e pensaram que abrindo teriam mais.

<p style="text-align: center;">Tinha experiência = 5%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Já tinha trabalhado em pizzeria e quis abrir a sua lanchonete. 2. Já tinha uma fábrica e resolveu ampliar. 3. Porque gosta desta área já trabalha há bastante tempo e resolveu abrir empresa. 4. Já trabalhava com o pai e resolveu abrir a própria empresa. 5. Já teve uma empresa há alguns anos atrás com o ex-noivo, mas fechou assim que terminou o namoro.
<p style="text-align: center;">Oportunidade = 5%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mora perto de um colégio daí vislumbrou a oportunidade de ter um comércio por ali. 2. Tinha uma grana sobrando e estava terminando a faculdade resolveu investir no negócio próprio, tendo em vista o sucesso da empresa na qual trabalhava. 3. Trabalhava como pedreiro e foi chamado para trabalhar numa loja e acabou comprando a loja do antigo patrão. 4. Trabalhava com o marido, daí apareceu uma oportunidade de adquirir uma loja próxima ao mercadinho que não tinha açougue. 5. Queria ganhar dinheiro. Já foi empregado, mas não gosta de ser mandado, tem 10 empresas abertas e aproveita as oportunidades.
<p style="text-align: center;">Estava Aposentado = 2%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estava aposentado com tempo ocioso. 2. Era aposentado e o genro estava parado e conhecia o ramo. Então resolveram abrir.
<p style="text-align: center;">Fez curso sobre o assunto = 2%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprendeu a fazer produtos de material reciclável, gostou e resolveu investir. 2. O irmão voltou de viagem onde havia feito um curso de <i>somelier</i>. Daí resolveram abrir a adega.

4.2.2 Dados sobre motivos da extinção

4.2.2.1 Dados sobre motivos da extinção ligados ao empreendedor

Com a finalidade de um melhor entendimento dos motivos que levaram as empresas a encerrar suas atividades de maneira precoce, a análise deste tópico foi dividida em três blocos seguindo metodologia descrita no capítulo 2, buscando classificar os motivos ligados ao empreendedor, à empresa e ao ambiente externo.

Entre as causas ligadas ao empreendedor citadas espontaneamente pelos entrevistados para o fechamento da empresa, a mais citada foi a decisão de voltar a ser empregado, citada por 13% dos ex-empresários que fecharam. Neste caso foi considerado decidir arrumar um emprego ou receber convite para voltar a ser empregado e aceitar, como pode ser observado na tabela 48.

Outros fatores que também foram citados como razões para o encerramento dos negócios foram: os problemas de saúde apontados como causa por 7% dos entrevistados e a falta de experiência por 1% dos ex-empresários ouvidos na pesquisa, como pode ser visto no gráfico 3.

Observa-se que um número considerável de empresários sucumbiu à tentação de voltar a ser empregado, em parte pela estabilidade e maior segurança que um emprego proporciona, inadimplência, a concorrência e em parte pela descoberta da ausência de perfil e espírito empreendedor de enfrentar os desafios de gerir um negócio.

Outro dado curioso é o fato de apenas 1% acreditar que a falta de experiência foi o fator decisivo para fechar a empresa, visto que os dados quantitativos da pesquisa, apresentados anteriormente, demonstram que este fator está diretamente associado à mortalidade precoce das empresas, o que demonstra uma certa miopia empresarial.

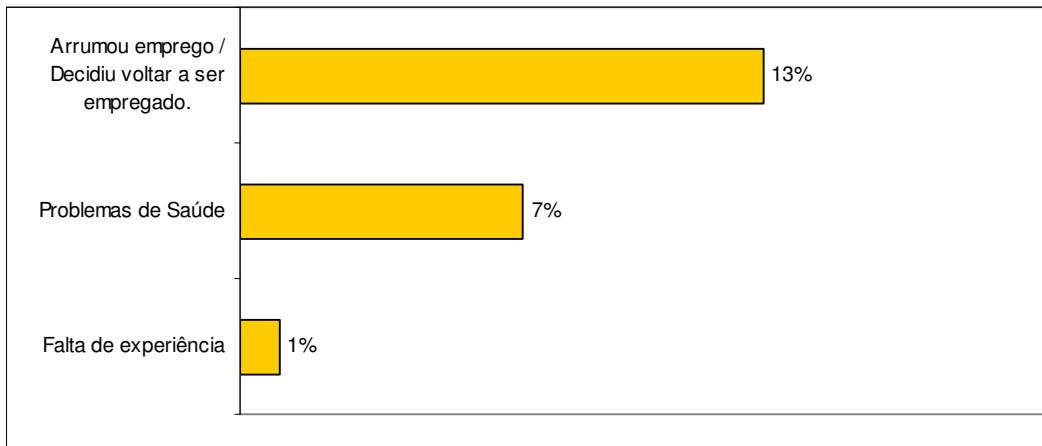


Gráfico 3 - Motivos que levaram a empresa à extinção (empreendedor)

Nota: A soma das respostas pode não ser 100% porque a questão admitia mais de uma resposta.

Tabela 48 - Motivos para a extinção da empresa ligados ao empreendedor

Motivos ligados ao empreendedor	Declarações dos entrevistados
<p style="text-align: center;">Arrumou emprego / Decidiu voltar a ser empregado. = 13%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arrumou emprego e acabou fechando. O governo piorou as condições. 2. Voltou ao antigo emprego. 3. Arrumou um emprego e prefere ser empregado, ser empresário dá muita dor de cabeça. 4. O empregador exigiu que ele abrisse uma sociedade para emissão de nota fiscal e ele só tinha uma empresa individual. Não nasceu para ser empresário, não tem perfil, não gosta de responsabilidades. Prefere ser empregado. 5. Arrumou emprego e acabou fechando. Os impostos atrapalham muito. 6. Conseguiu emprego que dava uma boa remuneração e benefícios e valia mais a pena. 7. Fechou porque assinou carteira de trabalho. 8. Assinou a carteira. 9. Conseguiu emprego e saiu da sociedade. 10. Foi contratado pela empresa para a qual trabalhava como prestador de serviços. 11. Voltou a ser empregado da Volkswagen. 12. Foi contratado pela empresa para a qual trabalhava como prestador de serviços. 13. Preferiu ficar como pessoa física.
<p style="text-align: center;">Problemas de Saúde = 7%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivos de Saúde. Teve que passar por uma cirurgia e não poderia ficar em pé para trabalhar. 2. A esposa ficou doente, depois morreu. 3. Estava com problemas de coluna e o médico recomendou que ele não trabalhasse mais em pé. Porém, o material continua lá e assim que melhorar pretende voltar a trabalhar com isso. 4. Cansou de trabalhar atrás do balcão, está muito velha para isso. 5. A esposa já apresentava problemas de saúde por não se alimentar bem e trabalhar demais. 6. Doença do marido e viagem da filha.

	7. Ficou grávida e a mãe não deu conta do açougue sozinha.
Falta de experiência = 1%	1. Não tinha experiência para gerir o negócio e nem experiência profissional. Atualmente está trabalhando com um outro profissional que já está no mercado há muitos anos.

4.2.2.2 Dados sobre motivos da extinção ligados à empresa

Dentre os motivos citados pelos entrevistados que levaram à extinção do negócio ligados diretamente à empresa, figuram o baixo lucro e o pouco faturamento como os fatores mais apontados como culpados por este fenômeno somando 11% das respostas. Outras situações que tiveram frequência alta de respostas foram falta de dinheiro para investir e de capital de giro, além de problemas com os sócios, ambas citadas por 7% dos entrevistados.

Um dado interessante e estimulante é o fato de 8% dos entrevistados ter fechado sua empresa para abrir uma maior, o que demonstra que nem todos que fecharam ficaram em situação pior do que antes de abrir.

Os problemas com mão de obra responderam por 5% dos casos, seguidos por problemas de contabilidade e documentação e de mudança de ramo que aparecem com 4% das respostas. Para 3% dos ex-empresários o grande problema foi ter apenas um cliente e, portanto, se tornar dependente exclusivo deste e para 2% o problema foi a falta de planejamento.

Torna-se relevante ressaltar que o foco central dos problemas indicados como responsáveis pela extinção da empresa estão ligados à escolha do capital intelectual da empresa, ou seja, a qualidade de seu componente humano, incluindo os sócios, a mão de obra, o apoio contábil e jurídico, ou seja, pessoas ligadas diretamente ao negócio que ao que parece não foram muito bem escolhidas.

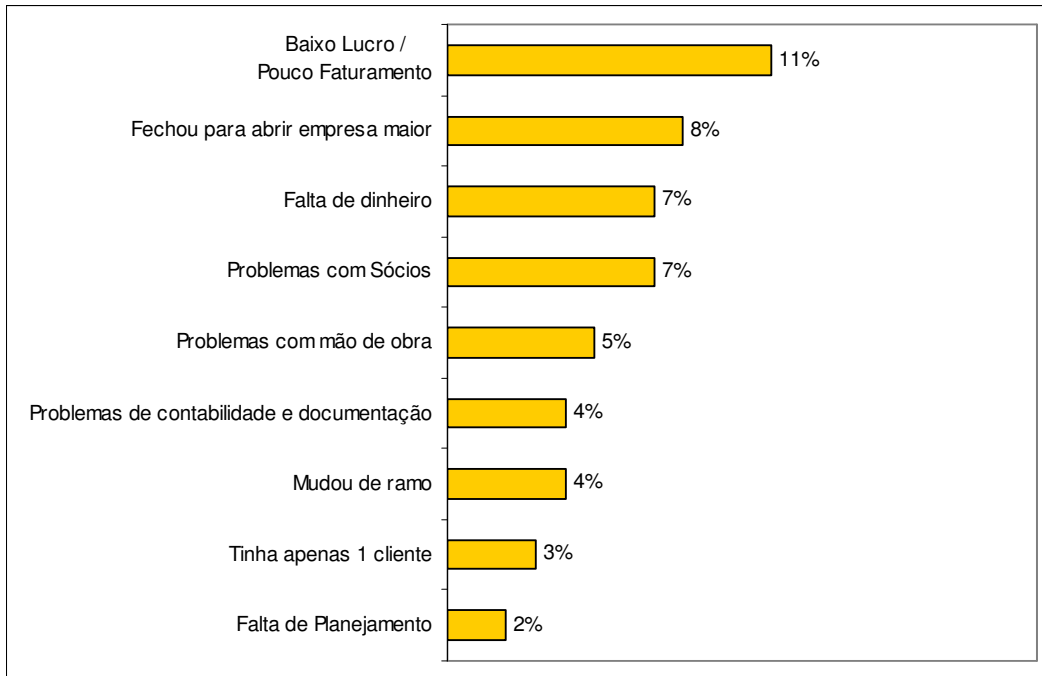


Gráfico 4 - Motivos que levaram a empresa à extinção (empresa)

Nota: A soma das respostas pode não ser 100% porque a questão admitia mais de uma resposta.

Tabela 49 - Motivos para a extinção da empresa ligados à empresa

Motivos ligados à empresa	Declarações dos entrevistados
<p align="center">Baixo Lucro / Pouco Faturamento = 11%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. O faturamento líquido era baixo, em torno de R\$400,00 e não compensava nem continuar e nem contratar funcionários. Foi assaltado. 2. Não valia a pena manter a empresa aberta porque quase não tinha lucro e paga imposto e contador. 3. Não tinha faturamento suficiente. 4. Não teve faturamento porque não tinha movimento 5. Dava prejuízo. Não vendia, está abrindo uma loja do mesmo ramo. 6. Os custos eram maiores que os lucros e também resolveu mudar de ramo. 7. Preço estava baixo não teve lucro. 8. Não tinha lucro, produtos mais caros não vendiam. 9. Financeiramente não valeu a pena, secretaria de saúde exigia demais. 10. Rentabilidade baixa, espaço pequeno e tributos inviabilizam. 11. Viagens muito pequenas e que não davam muito retorno, baixa margem de lucro.
<p align="center">Fechou para abrir empresa maior = 8%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fechou para abrir uma empresa maior no mesmo ramo. Empresa de Pequeno Porte - EPP 2. Fechou para abrir com outro nome. 3. Fechou para abrir uma maior. EPP 4. Fechou para abrir maior. EPP 5. Fechou para abrir uma maior. 6. A empresa cresceu e fechou para abrir EPP. 7. Abriu para prestar serviço para outras transportadoras maiores. Mudou para Ltda. 8. Queria abrir Micro Empresa e não conseguiu encaixar no simples como ME. Então teve que abrir EPP.
<p align="center">Problemas com Sócios = 7%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desentendimento com sócio na gestão. 2. Brigas com sócio. Era irresponsável, não era pontual com clientes e isso é o mais importante na entrega

	<p>pontualidade.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Problemas sérios com sócios, principalmente financeiros. 4. Problema de sociedade. 5. Brigas com sócio. 6. A sócia responsável pelas compras comprava demais e errado. 7. Inocência empresarial, sócio muito inexperiente.
<p>Falta de dinheiro = 7%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de capital de giro, muitos impostos e não tinha como manter os compromissos com os funcionários. 2. Falta de Capital de giro, vendia pouco e não tinha retorno. 3. Não tinha capital de giro. 4. Falta de capital de giro, apesar de investir bastante grana da divulgação, não investiu em tecnologia e novos tratamentos. 5. Falta de dinheiro para investir. 6. Dificuldades financeiras. 7. Falta de capital de giro, falta de preparo do sócio.
<p>Problemas com mão de obra = 5%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Funcionárias que oneravam o quiosque porque ele não podia ficar lá o dia inteiro. 2. Vendeu sua parte, para a sócia porque ela não queria contratar funcionários, cansou de trabalhar em salão não tem descanso. 3. Assalto na região e saída da irmã da sociedade. 4. Má administração funcionários mal contratados, desorganização. 5. Dois mecânicos ineficientes.
<p>Problemas de contabilidade e documentação = 4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A empresa funcionou por pouco tempo, fechou por falta de organização dos documentos e da contabilidade. Ainda está com pendências. 2. Foi enrolado pelo contador e acabou se enrolando no pagamento dos impostos. 3. Problemas com documentos e contabilidade. Erro do contador. Fechou e abriu outra em seguida. 4. Problemas de documentação e licença da prefeitura e com contador.

<p style="text-align: center;">Mudou de ramo = 4%</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Quis mudar de ramo, pois achava que poderia ganhar mais em outra área e disse que pagava muitos impostos.2. Fechou para abrir em outra atividade.3. Mudou de segmento por causa da concorrência grande. Agora trabalha como terceirizado de grandes marcas.4. Fechou o curso para abrir uma consultoria. Ganha mais e as despesas operacionais são muito menores.
<p style="text-align: center;">Tinha apenas um cliente = 3%</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Um cliente só que era o empregador, não sabia de nada, não procurou expandir e ter outros clientes.2. Acabou o contrato ele fechou.3. Deixou de prestar serviço a empresa contratante.
<p style="text-align: center;">Falta de Planejamento = 2%</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Mal organizado mal planejado, comprou funcionando.2. Falta de planejamento, nada deu certo.

4.2.2.3 Dados sobre motivos da extinção ligados ao ambiente externo

Dos dados ligados ao ambiente externo que foram citados como causa para o encerramento das atividades, o peso dos impostos e a carga tributária foram citados como os grandes responsáveis por tornar inviável o negócio, aparecendo como resposta em 16% das entrevistas.

Os problemas ligados ao cliente, como inadimplência e falta de clientes foram citados por 13% dos entrevistados. Já o fato de existir muita concorrência e com produtos melhores e mais baratos foi apontado por 10% dos ex-empresários como fato que contribuiu para fechar a empresa.

A localização inadequada da empresa foi colocada como principal motivo para 4% dos entrevistados, que apontaram problemas com estacionamento e falta de identidade de seu *mix* de produtos com o perfil da clientela local.

Estes fatores aparecem com bastante frequência nas pesquisas dos principais institutos de pesquisa, portanto não chegam a ser uma surpresa e apenas reforçam o fato de que os impostos e tributos são realmente muito altos, principalmente se comparados com o que se tem de contrapartida, e que lidar com clientes e concorrentes é extremamente complexo e exige muita destreza do empreendedor.

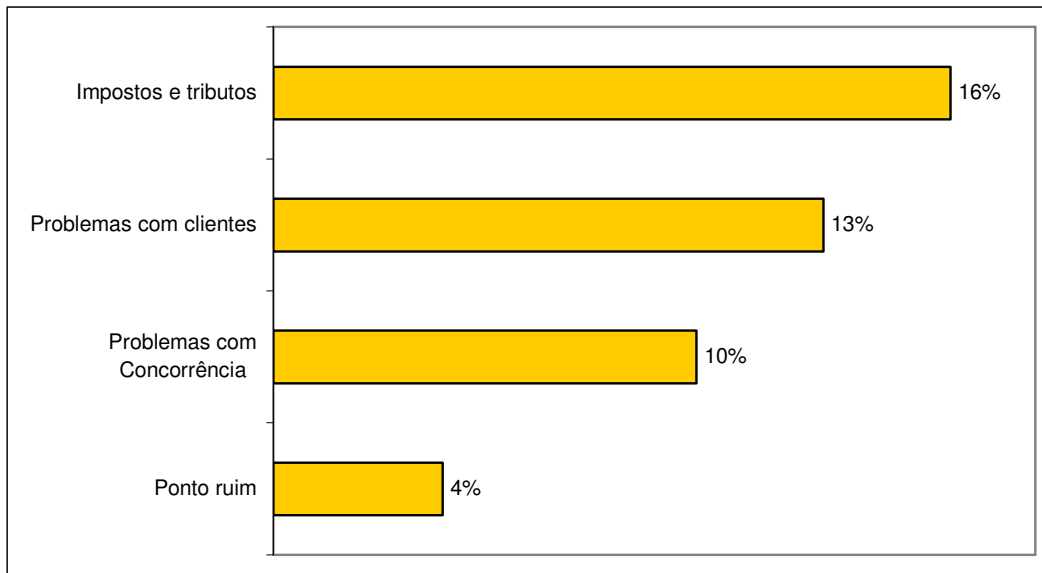


Gráfico 5 - Motivos que levaram a empresa à extinção (ambiente externo)

Nota: A soma das respostas pode não ser 100% porque a questão admitia mais de uma resposta.

Tabela 50 - Motivos para a extinção da empresa ligados ao ambiente externo

Motivos ligados ao ambiente	Declarações dos entrevistados
<p style="text-align: center;">Impostos e tributos = 16%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muitos impostos e burocracia. 2. Muito imposto para pagar, não compensa. 1. Pagava muitos impostos e não tinha produção. 2. Muito imposto e poucos clientes. 3. Os custos muito altos, impostos, encargos trabalhistas. 4. Faturamento baixo, não vendia o suficiente para pagar os impostos e não tinha lucro. 5. A quantidade de impostos a serem pagos não compensa o trabalho. 6. O prejuízo e os impostos. 7. Muitos impostos poucos clientes. 8. Ter que pagar impostos demais, muito dinheiro que sai e pouco que entra. 9. Carga tributária alta, pouco lucro e muito trabalho. 10. Muito encargo, muita dor de cabeça. 11. Dificuldades são os impostos e relacionamento interno. 12. Não conseguiu pagar impostos e aluguel muito caro, custos altos. 13. Custo operacional, imposto, tudo é muito caro. 14. Pagava muitos impostos e propinas aos fiscais. Não concordava com isso. 15. Cansou de trabalhar para pagar propina. Sindicato, advogada, muita burocracia e fiscais demais. 16. Muitas taxas para os representantes na área comercial.
<p style="text-align: center;">Problemas com clientes = 13%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de clientes. 2. Falta de clientes, banalização do mercado contábil, clientes querem preço baixo e não valorizam a qualidade. 3. Muito difícil se manter no mercado dificuldade de conquistar clientes. 4. Má administração, falta de clientes e falta de capital. 5. Tinham poucos clientes, ambiente muito sofisticado e não se mantinha sozinho. Fechou e abriu um bar para aproveitar o estoque.

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Principal problema inadimplência e cheques sem fundos. 7. Falta de clientes. 8. Falta de clientes, e de planejamento. 9. Falta de clientes, não conseguiram cobrir os gastos. 12. A moda das bijuterias passou e ela deixou de ter clientes. Agora que a moda voltou aprendeu a comprar Notas Fiscais. 13. Volume de pessoas pequeno, baixo poder aquisitivo.
<p style="text-align: center;">Problemas com Concorrência = 10%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tinha muita concorrência. 2. Fechou por causa da concorrência. 3. Muita concorrência de mercados grandes. 4. Concorrência de grandes empresas. 5. Não tinha lucro, concorrência desleal. 6. Cliente sem dinheiro, muita concorrência. 7. A concorrência entrou com produtos de qualidade baixa e preço baixo e ficou difícil competir. 8. Muita concorrência e baixa fidelidade do cliente. 9. Muita concorrência. 10. A concorrência com preço baixo e maior acesso ao crédito.
<p style="text-align: center;">Ponto ruim = 4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ponto muito ruim e preços não competitivos. 2. O ponto era ruim e as pessoas naquele bairro não tinham o hábito de lavar roupa em lavanderia. 3. O lugar era ruim e ficava longe da residência e como trabalhava em outro lugar ficava difícil conciliar. Houve desinteresse da sócia, pouco lucro. 4. O ponto era ruim para casa de utilidades doméstica. Não tinha estacionamento, loja com produtos bons, caros em local onde pessoas esperavam preços mais baratos.

4.2.3 Dados sobre os conselhos aos novos empreendedores

O processo de abertura e a gestão de uma pequena empresa é uma experiência extremamente rica mesmo quando o empresário não logra sucesso na empreitada aprende muitas coisas, passa por diversas situações típicas desta realidade e colhe inúmeras vivências.

Em busca desta vivência e do compartilhamento deste conhecimento adquirido na prática é que foi inserida uma questão, cujo resultado pode ser visto na tabela 46, sobre quais os conselhos que o ex-empresário poderia passar para quem porventura resolvesse abrir uma empresa nos dias de hoje.

Pesquisar e estudar detalhadamente o mercado da área de negócio onde pretende montar a empresa foi a indicação mais sugerida pelos entrevistados, somando 32% dos entrevistados como pode ser visto no gráfico 6. O conselho para não abrir uma empresa ou voltar a ter um emprego foi citado por 20% dos ex-empresários ouvidos, afirmando entre outras coisas que o governo atrapalha demais, que é muito complicado e que se não tiver outro jeito, abra a empresa mas sonegue os impostos.

Ter dedicação e força de vontade foi a principal dica a ser lembrada para 17% dos entrevistados e realizar planejamento foi o conselho mais importante para 11%. Um bom ponto para a empresa e capital suficiente para investir e para o giro do negócio foram citados como preocupação primordial por 10% dos respondentes.

Cuidados com os sócios, com a gestão e com os clientes, foram os aconselhamentos dados por 8%, 6% e 5% dos entrevistados respectivamente. A busca pela inovação e por diferenciais competitivos, a experiência no ramo, a busca por oportunidades de negócio e os cuidados com o contador representam as maiores preocupações para 4% dos entrevistados que indicam estes cuidados como conselho para quem quer abrir uma empresa.

Cabe observar que depois de uma experiência que causou danos pessoais e financeiros aos empresários é natural que se tenha opiniões negativas acerca da abertura de uma empresa e que este fato causou profundo desencantamento com a ação de criar e de gerir

uma empresa, fato que deve ser analisado pelos órgãos públicos que formulam as políticas econômicas e tributárias no país.

Alguns entrevistados alegaram que abrir negócio é uma questão de sorte quando, ao contrário, seu perfil demonstra falta de experiência, de planejamento, de recursos e principalmente de perseverança, conforme foi visto nas seções anteriores deste trabalho, o que em muito contribui para a extinção precoce das empresas.

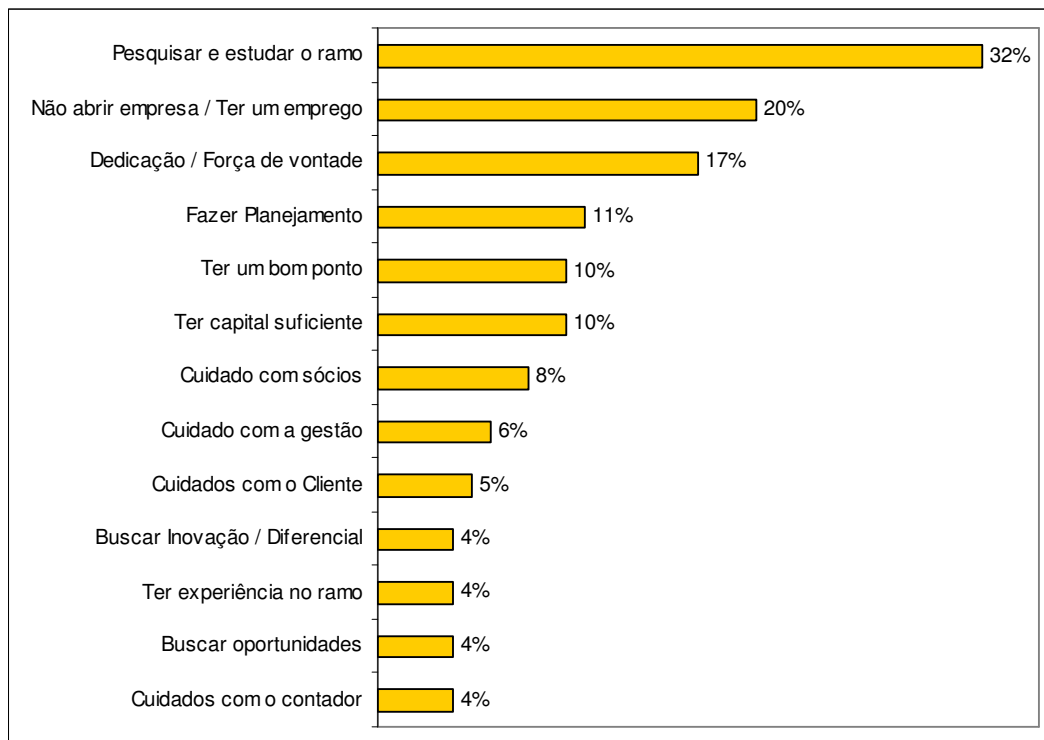


Gráfico 6 - Conselhos que daria para novos empreendedores

Nota: A soma das respostas pode não ser 100% porque a questão admitia mais de uma resposta.

Tabela 51 - Conselhos para novos empreendedores

Conselhos que daria	Declarações dos entrevistados
<p>Pesquisar e estudar o ramo = 32%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conhecer, estudar e ver se vale a pena arcar com os custos do negócio. 2. Pesquisar o mercado e regular os preços com os da concorrência. 3. Pesquisar a concorrência, o mercado e produzir bastante para pagar muito imposto. 4. Estudar os fornecedores e os clientes. 5. Planejar e fazer pesquisa. Tem que gostar do negócio que vai investir. 6. Pesquisar bem o mercado. 7. Pesquisar o mercado, com a pesquisa é difícil sobreviver imagina sem. Procurar o SEBRAE e se informar sobre o negócio, ler revistas, conversar com profissionais da área que dão certo e aprender com os que não deram certo também. Procurar saber a taxa e o tempo de retorno e ter a noção de que franqueado que não tem informação também quebra. 8. Pensar bem, pesquisar o mercado, verificar se o investimento vale a pena. Procurar bons cursos relacionados ao negócio e à sua administração, como o SEBRAE e manter os pés no chão. Não achar que se ganha dinheiro de uma hora para outra. E muito mais caro fechar do que abrir uma empresa. 9. Se informar bem pesquisar muito e ter muito capital. 10. Fazer pesquisa e planejamento, ter custo baixo. 11. Pensar bem antes, tomar mais informações e cuidado com os documentos. 12. Pesquisar o ramo. Se informar sobre o mercado. 13. Ter conhecimento do ramo de negócio. 14. Conhecer o público alvo, fazer pesquisa de mercado. Superar as expectativas dos clientes. 15. Pesquisar bastante começar com capital próprio. 16. Analisar o mercado. Clientes procuram preço ao invés de qualidade. 17. Se informar bem sobre o mercado. 18. Pesquisar a concorrência

	<ol style="list-style-type: none"> 19. Pesquisa de mercado conhecer o ramo. 20. Pesquisar bem o mercado. Calcular bem os custos que vai ter e prever os lucros e a relação dos dois. 21. Estudar muito o ramo, ter experiência na área e força de vontade. 22. Tenha idéia real do mercado, conversar com especialistas do mercado. 23. Saber se vale a pena, se o que vai ganhar vai cobrir os custos. Informar-se sobre os impostos que tem que pagar. 24. Estudar muito o ramo, ter experiência na área. 25. Ouvir um consultor SENAC, SEBRAE, fazer pesquisa de mercado, ter experiência, planejar. 26. Tem que fazer pesquisa Mercado, conhecer o ramo mercado. 27. Análise criteriosa gostar tanto do intelectual quanto do financeiro. 28. Não arriscar o dinheiro todo num só empreendimento, pesquisar bem a necessidade do mercado. 29. Estudar o ramo, experiência é importante. 30. Avaliar a relação custo-benefício. 31. Colocar os pés no chão, analisar o mercado. Fazer bem o trabalho. 32. Escolher bem o nicho de mercado, pois é muito difícil concorrer com os grandes.
<p style="text-align: center;">Não abrir empresa / Ter um emprego = 20%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não abrir a empresa, os impostos são muito altos. 2. Não abrir uma empresa, problemas com funcionários, governo, impostos, clientes e fornecedores. 3. Não legalizar a empresa. O governo não ajuda, você só perde dinheiro e o cliente nem faz tanta questão de Nota Fiscal. 4. Não abrir empresa. Dá muito trabalho. 5. Não legalizar a empresa. Se esconder o quanto puder porque só assim se consegue guardar um dinheirinho em São Paulo. 6. Não abrir empresa. Se abrir que não seja novo no ramo. Tem que ter conhecimento e relacionamento. 7. Não abrir empresa, somente se for muito necessário.

	<ol style="list-style-type: none"> 8. Não abrir empresa. Ser empregado é bem melhor, no fim do mês você sabe quanto vai entrar na sua conta. 9. Não abrir empresa. Ser empregado é bem mais estável. Mas se abrir não trabalhar com parente. 10. Faça tudo para não abrir empresa. Carga tributária elevada, o governo não ajuda. Procurar mercado com pouca concorrência. Não deve lançar todo o faturamento, deve sonegar impostos senão não terá lucro. 11. Não abrir empresa. Não há estímulo, muitas dificuldades, melhor ser empregado por causa dos benefícios. 12. Não abrir franquias, pois não se tem autonomia, só querem vender a franquias e depois cada um pro seu lado. 13. Não abrir empresa dá muito trabalho e muita dor de cabeça. 14. Não abrir a empresa. Se precisar de nota fiscal compre sai muito mais barato. O governo só atrapalha. 15. Não abrir empresa. O governo atrapalha demais. Mas se for abrir estudar o mercado e ter experiência. 16. Para continuar informal, ganha-se muito mais. 17. Ter certeza que quer abrir. Se não tiver, não abrir. Prefere ser comandado, pois não tem perfil de líder. 18. Ter um emprego fixo antes da empresa dar certo para se manter. Não pegar empréstimo. 19. Um emprego é muito mais garantido, porém mais chato. 20. Arrumar um bom emprego, é muito melhor.
<p>Dedicação / Força de vontade = 17%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter tempo disponível para dedicar ao negócio, a presença do dono muda tudo, não pode ter outra atividade. 2. Saber que vai trabalhar muito sem recompensa. 3. Para ter os pés no chão, porque dá muito trabalho e requer muita responsabilidade. Mas é muito bom construir algo que você possa deixar como valor para seus filhos. 4. Ser bastante responsável, e ter muita força de

	<p>vontade, pois o dono mais que todos juntos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Ser honesto e não ter medo de trabalho. 6. Determinação, força de vontade e coragem. Porque o resto é só correr atrás. 7. Se preparar bem para enfrentar o mercado e prever problemas e dificuldades. Começar cedo é bom. 8. Ver se é isso que quer, pois dá muito trabalho e pouco retorno. 9. Abrir empresa lutar, saber administrar o dinheiro nem tudo é lucro. 10. Saber dar a volta por cima se algo ruim acontecer. 11. Perseverança, dedicação e não ter medo de trabalho apesar das dificuldades e da concorrência. 12. Arriscar, mas ter atenção no que faz, não pegar empréstimo. Trabalhar muito. 13. Para ter certeza se é isso o que quer, por que é muito difícil, muito prejuízo, nunca sabe se vai conseguir pagar as contas. 14. Para abrir, mas saber que vai trabalhar muito se preparar tecnicamente e pagar impostos em dia. 15. Ter muita disposição, se informar bastante sobre o que vai ter que pagar. 16. Se dedicar bastante e acreditar que vai dar certo. 17. Se preparar para pagar muito imposto e não desistir fácil.
<p style="text-align: center;">Fazer Planejamento = 11 %</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planejamento é fundamental. 2. Planejar bem, escolher um bom ponto e realizar um estudo de custo benefício para saber se é válida a abertura da empresa. 3. Antes de abrir, fazer planejamento. 4. Planejar, fazer pesquisa, Ter competência técnica e administrativa. Fazer cursos SEBRAE. 5. Planejar bem, escolher um bom ponto. 6. Não entrar de cabeça, planejar bem e só legalizar quando conquistar clientes suficientes para manter o negócio. 7. Planejar e tentar antecipar os problemas. 8. Diria para abrir a empresa, apesar de tudo é melhor do que ser empregado. Não pode dar o passo maior do que a perna. Organizar e planejar. 9. Ouvir os conselhos dos mais experientes, planejar bem. Estudar os costumes dos clientes. 10. Planejar mais, focar mais no negócio. 11. Planejamento é fundamental.

<p style="text-align: center;">Ter um bom ponto = 10%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. O ponto tem que ser bom, aplicar no lugar certo, 80% está no ponto e ter vontade de trabalhar. 2. Ter um bom ponto e ter sorte. 3. Ver o ponto, produto competitivo, público alvo. Se puder entrar no simples é bom. 4. Ter informação, ponto tem que ser bom. 5. Procurar um bom ponto. Atuar em um mercado menos competitivo. Buscar menores custos e menores preços. 6. Tem que ter bom ponto, muita gente passando. 7. Procurar um bom ponto. 8. Verificar se o ponto é bom. 9. Ver o ponto, uma franquia, que ter capital, conhecer o negócio, fazer pesquisa. 10. Ter um bom ponto e pagar impostos em dia.
<p style="text-align: center;">Ter capital suficiente = 10%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter capital suficiente, planejamento financeiro, um bom ponto e menos impostos. 2. Tem que ter capital para se manter. 3. Ter capital de giro e saber onde está pisando. 4. Ter capital de giro e estratégias para conquistar e manter clientes. Pretende ter uma franquia e conciliar com seu atual emprego. 5. Ter capital de giro conhecer exigências da área. É melhor ter negócio do que ser empregado. 6. Tem que ter capital para se manter 1 a 2 anos. 7. O custo tem que ser baixo. 8. Ter grana p/ investir e conhecer do negócio p/ apanhar menos. 9. Ver se tem capital de giro suficiente. Analisar os riscos. 10. Ter fundo de caixa e dinheiro para investir estar bem preparado para gerir uma empresa.
<p style="text-align: center;">Cuidado com sócios = 8%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Não ter sócio porque o resto dá para levar. 2. Cuidado com sócios, consultar um advogado. Se for franquia consulte a Associação Brasileira de Franquias. 3. Tomar cuidado com sócios e alinhar os objetivos. Abriria de novo, mas sem a sócia. 4. Não ter sócio da própria família. 5. Não ter sócios. É muito ruim e complicado. O filho perdeu o FGTS que juntou por muitos anos. 6. Escolher bem o sócio, trabalhar muito e ter experiência no mercado. 7. Não ter sócio. 8. Relação com sócio mais profissional do que amizade. O melhor é não ter sócios.
<p style="text-align: center;">Cuidado com a gestão = 6%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ver os impostos e se possível fazer cursos de administração. 2. Muita burocracia. 3. Saber administrar muito bem. 4. Fazer cursos se capacitar. 5. Se dedicar integralmente a empresa e, montar uma equipe dedicada. 6. Ter cuidado com a má administração.
<p style="text-align: center;">Cuidados com o Cliente = 5%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter bom relacionamento com os clientes. 2. Se preparar para trabalhar muito para conquistar

	<p>clientes e saber administrar bem o dinheiro.</p> <ol style="list-style-type: none"> Trabalhar muito, conquistar primeiro os clientes. Para ter clientes certos ou então saber onde procurar. Mas é muito bom ter seu negócio e não ter chefe. Produtos adequados para o público certo, começar pequeno e ir crescendo.
<p>Cuidados com o contador = 4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> Escolher bem o contador que vai contratar, deve ser de confiança. Os donos devem sempre se interar do que ele está fazendo e tomar conhecimento de todos os impostos que tem que pagar. Cuidado com documentos procurar mercado com pouca competição. Ter um contador competente. Divulgar bem a empresa contratar bom contador, Ponto tem que ser bom. Ver o valor dos impostos e se estão sendo pagos pelo contador, não confiar.
<p>Ter experiência no ramo = 4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ter experiência no ramo, pois no início tiveram muito prejuízo pela falta de experiência. Trabalhar muito sem ter medo. Entrar num mercado onde tenha experiência e planejar bem o que for fazer. Ter experiência na área aprender com os erros dos outros. Ter experiência no ramo.
<p>Buscar Inovação / Diferencial = 4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> O mercado muda muito. Tem que procurar novidades e inovação. Tem que se atualizar. Ter bastante diferencial encantar o cliente porque é ele quem manda. Ter vários clientes e diversificar. Ter diferencial, valor agregado, uma boa equipe e boa tecnologia.
<p>Buscar oportunidades 4%</p>	<ol style="list-style-type: none"> Tem que ir atrás da oportunidade. Desenhar um cenário e ver as oportunidades. Tem que ter os pés no chão, mas perfil arrojado para identificar novas oportunidades e arriscar. Saber aproveitar as oportunidades.

5 CONCLUSÕES

Este capítulo tem como finalidade apresentar as conclusões desta tese tendo como referências a questão de pesquisa e os objetivos propostos.

É importante relembrar a questão central da pesquisa:

- a) É possível identificar e caracterizar um conjunto de fatores contribuintes para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas estudadas?

Cabe relembrar também os objetivos desta pesquisa:

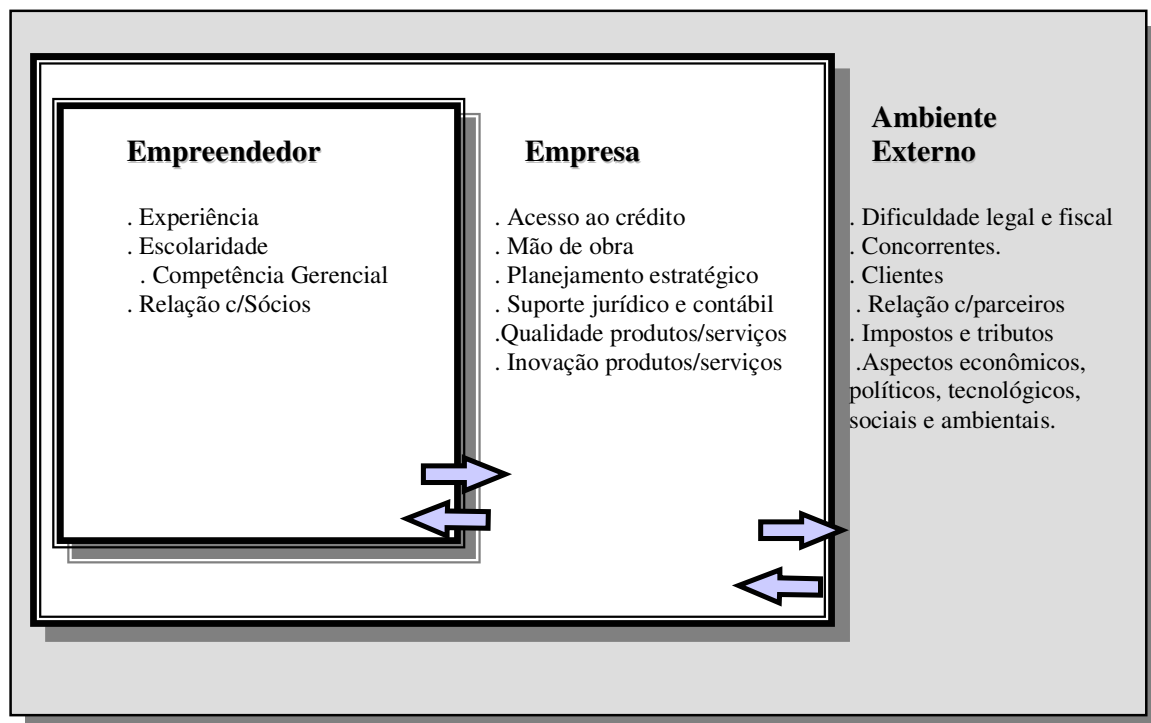
- a) Identificar, caracterizar e analisar os fatores contribuintes para a mortalidade precoce das micro e pequenas empresas na cidade de São Paulo;
- b) Compilar e sistematizar informações sobre as empresas extintas na cidade de São Paulo, no ano de 2005, buscando testar as hipóteses definidas sobre os fatores contribuintes para a mortalidade precoce destas empresas;
- c) Caracterizar os empresários e os grupos de empresas que foram extintas, buscando aspectos que permitam apontar aspectos comuns às empresas que morreram precocemente;
- d) Identificar e descrever a presença de fatores que de alguma forma contribuíram para o processo de mortalidade precoce das empresas estudadas;
- e) Propor um conjunto de recomendações conjunturais e gerenciais destinadas a reduzir a mortalidade precoce das empresas, com base nas informações coletadas junto aos empresários entrevistados.

Estes objetivos foram trabalhados através do teste das hipóteses formuladas, e as conclusões que se pode extrair da pesquisa são apresentadas a seguir.

5.1 Quanto à caracterização dos fatores contribuintes para a mortalidade precoce

Os resultados deste estudo permitiram que fossem enumeradas algumas conclusões e com base na extensa literatura pesquisada, foi possível identificar e caracterizar diversos fatores contribuintes para a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas, conforme dados do quadro 3.

Quadro 3 - Caracterização dos fatores contribuintes para a mortalidade



Conclui-se pelos estudos realizados que não existe um fator específico que possa ser responsabilizado isoladamente pelo encerramento precoce das atividades de uma empresa, entretanto é possível perceber que os fatores contribuintes para a mortalidade são bastante interligados e dependem em grande parte da atuação do empreendedor, que tem uma tendência a influenciar sobremaneira no desempenho da empresa e sua eventual sobrevivência ou morte, como ilustra o quadro 3 acima.

Esta influência ocorre na medida em que ele é o principal responsável por pesquisar o mercado que deseja explorar, seus clientes e concorrentes, escolher os sócios, funcionários e parceiros que o irão auxiliar no esforço de abrir e gerenciar a empresa, escolher o ponto onde instalar sua empresa, definir as características dos produtos e serviços que irá comercializar e preparar a empresa para enfrentar os desafios do ambiente externo no qual está inserida.

A pesquisa gerou resultados que permitem afirmar a existência de contribuição significativa com a mortalidade precoce de 10 das 16 variáveis testadas pelas hipóteses, conforme o quadro 4 a seguir:

Quadro 4 - Resultado das variáveis testadas

Variáveis testadas	Resultado
V01 - falta de competência na gestão empresarial	Contribui
V02 - falta de experiência anterior do empresário no ramo de negócio	Contribui
V03 - baixo nível de escolaridade do empresário	Contribui
V04 - falta de profissionalismo do empresário na relação com sócios	Não contribui
V05 - dificuldade de acesso ao crédito	Contribui
V06 - dificuldade na manutenção de mão de obra qualificada	Contribui
V07 - falta de apoio jurídico e contábil especializado	Não contribui
V08 - falta de qualidade dos produtos e serviços	Contribui
V09 - falta de inovação dos produtos e serviços	Contribui
V10 - falta de planejamento estratégico	Contribui
V11 - dificuldade em satisfazer as exigências fiscais, legais e tributárias	Não contribui
V12 - dificuldade na manutenção de clientes	Contribui
V13 - dificuldade na profissionalização da relação com parceiros comerciais	Não contribui
V14 - dificuldade da manutenção dos impostos e tributos	Não contribui
V15 - falta de competitividade com relação aos concorrentes	Contribui
V16 - dificuldade de adequação da empresa às mudanças no ambiente externo	Não contribui

5.2 Quanto ao perfil do empreendedor e da empresa

Nesta parte serão apresentadas as conclusões relativas ao empreendedor e à empresa visto que o nível de integração entre seus aspectos é praticamente indissociável.

A respeito dos aspectos ligados ao perfil do empreendedor descritos através dos resultados desta pesquisa foi possível constatar uma predominância de empreendedores que não possuem sócios nem funcionários, ficando assim o peso de todas as ações por conta do empresário que muitas vezes não tem tempo nem preparo para cuidar de todas as tarefas da empresa sozinho, o que certamente vem contribuindo para a mortalidade elevada de empresas neste segmento.

Conclui-se que estes indivíduos têm como característica comum um nível de escolaridade que pode ser considerado alto, principalmente se comparado à média brasileira, visto que a grande maioria dos empreendedores considerados (72%) possui pelo menos o 2º grau completo.

Foi possível verificar que os empreendedores que tem maior nível de escolaridade, também buscam realizar cursos de gestão empresarial como forma de compensar a falta de experiência, e para aumentar sua competência gerencial. Esta tendência mostra também uma conscientização dos empresários com mais anos de estudo para a necessidade de fazer cursos de gestão.

Outra conclusão interessante é que não existe uma uniformidade com relação à formação superior dos empreendedores, mas é possível concluir que os empresários formados em administração, informática e engenharia tiveram melhor desempenho a frente de suas respectivas empresas do que os formados em áreas não correlatas. Com base nestas informações e nos testes de hipótese se chega à constatação de que a formação nestas áreas proporciona maior base para gerenciar uma micro ou pequena empresa e que as empresas que duram mais tempo têm como sócios empresários com maior nível de escolaridade.

Com relação à experiência, constatou-se que os empreendedores (50%) costumam abrir a empresa sem nenhuma experiência ou com muito pouca experiência no ramo de

negócio que desejam desenvolver e, que quanto menor é a experiência anterior do empresário, maior é a sua escolaridade, mostrando uma ligação inversamente proporcional entre estes dois aspectos que indicam que os empresários que estudam mais buscam substituir a falta de experiência. Foi verificado também que conforme aumenta a experiência, há uma queda na escolaridade, mostrando uma tendência a substituição também do estudo pela prática.

A conclusão que foi possível extrair destes dados é que nas empresas que sobreviveram mais tempo, os empresários tinham mais de 1 ano de experiência anterior no ramo de negócio e nas empresas que sobreviveram menos os empresários tinham menos de 1 ano de experiência anterior no ramo de negócio.

Quanto à competência gerencial a maioria significativa (75%) dos indivíduos nunca havia trabalhado em nível de gerência ou diretoria antes de abrir a empresa, e apenas 25% haviam trabalhado na gestão de algum empreendimento, não necessariamente ligado ao ramo de negócio, antes de montar sua própria empresa.

Sobre o treinamento em gestão empresarial, que pode ser considerado parte da competência em gestão, os resultados apresentados confirmaram que os empresários também não procuraram se desenvolver na gestão empresarial através de treinamento, visto que apenas 26% dos entrevistados fizeram algum tipo de curso de gestão empresarial e que uma parte considerável da amostra estudada, que soma 74%, não participou de nenhum curso de gestão empresarial. Portanto, além de nunca terem trabalhado na gestão de empresas anteriormente, também não procuraram se capacitar através de cursos de gestão, de onde se conclui que o perfil dos empreendedores analisados possui baixa competência na gestão empresarial.

Completando as informações sobre competência gerencial foi possível observar que os empreendedores acreditam que a prática é mais importante do que a teoria e que gestão de empresas é uma arte e não uma ferramenta que se aprende e se desenvolve, reforçando assim a visão amadora e aventureira que os indivíduos que abrem micro e pequenos empreendimentos têm da gestão de um negócio.

Pode-se concluir que, nas empresas que duraram mais tempo, 16% dos sócios tinham mais experiência gerencial, e as que duraram menos tempo, nenhum sócio tinha experiência gerencial anterior à abertura da empresa. Tais informações demonstram também um traço comum entre as empresas que encerraram suas atividades de maneira precoce, que é o fato de que a competência na gestão empresarial dos empreendedores pode ser considerada muito baixa, pois grande parte dos micro e pequenos empresários nunca havia trabalhado em gerência ou diretoria e também nunca realizou cursos de gestão de empresas para compensar a pouca experiência e desenvolver sua competência em gestão.

Uma característica típica das micro e pequenas empresas que pôde ser constatada foi o fato de que boa parte dos empreendedores (44%) resolveu abrir sua empresa sem sócios, o que pode mostrar individualismo e tendência a auto-suficiência dos empresários. Ainda sobre a questão da sociedade pode ser verificado que apenas 5% dos empresários afirmam que o relacionamento com seus sócios era ruim ou muito ruim, enquanto 51% afirmam que o relacionamento com os sócios era bom ou muito bom.

Além disso, há evidências que confirmam que os empreendedores costumam preferir colocar como sócios membros de sua família, visto que este tipo de vínculo aparece em 31% dos casos, sendo que outros 21% têm vínculo de amizade e apenas 4% escolheram seus sócios com base em competência profissional.

Já sobre o relacionamento entre os sócios, a conclusão a que se chega é que o relacionamento entre sócios da família ou amigos costuma ser melhor, visto que apenas 4% dos empresários têm vínculo profissional com os sócios, mas estes afirmam que tiveram um relacionamento bom enquanto a empresa durou, enquanto dos 21 que montaram negócios com amigos, 17, ou seja, 71% tiveram relacionamento bom ou muito bom e dos 31 que montaram negócio com família, 30, ou seja, 97% tiveram relacionamento bom ou muito bom.

Entretanto, ficou evidente na pesquisa que na maior parte das empresas que duraram mais tempo (51%), os sócios tinham vínculo familiar ou de amizade, e apenas uma minoria (5%) tinha vínculo profissional.

Analisando o segmento de micro e pequenas empresas observamos que os empreendimentos (99%) são montados com recursos próprios advindos de poupança pessoal, fundo de garantia e venda de bens, o que explica os resultados que mostram que os empresários dizem não ter tido dificuldades para conseguir empréstimo.

A conclusão a que se chega sobre este aspecto é a de que os empresários não contraem empréstimos não porque possuam todo o capital de que precisam, muito pelo contrário, normalmente começam o negócio sem ter recursos suficientes. O que os afasta do financiamento de terceiros são basicamente 3 fatores, que são: os juros altos, a dificuldade em dar garantias e comprovação de renda e a burocracia das instituições financeiras.

Outra constatação é a de que boa parte dos empresários (49%) não contratou funcionários para ajudar a operacionalizar o negócio, 10% contratou funcionários sem experiência, 22% contratou funcionários com menos de 1 ano de experiência e apenas 19% contratou funcionários com 1 ano ou mais de experiência.

A conclusão a que se chega é que os empreendedores não contrataram funcionários porque acreditavam que poderiam absorver sozinhos todas as tarefas e atividades da empresa, o que pode ter gerado acúmulo de atividades para o sócio do negócio e o afastando das tarefas mais estratégicas de prospecção de clientes e melhoria dos produtos e serviços oferecidos.

Além disso, os empresários afirmaram que a baixa rentabilidade do negócio não permitiria gerar lucro suficiente para pagar salários a funcionários e isso leva à conclusão do motivo pelo qual não contratavam ou contratavam profissionais com pouca ou nenhuma experiência.

Para reforçar as conclusões sobre a influência da mão de obra na mortalidade da empresa, foi realizado o cruzamento das informações que mostra que nas empresas que duraram mais tempo, 32% dos empresários contrataram funcionários com pelo menos 6 meses de experiência, e nas empresas que encerraram atividades antes de completar 1 ano, 67% não tinham funcionários, 33% tinham menos de 1 ano de experiência. Estes

dados apontam para a conclusão de que nas empresas que contam com funcionários com maior tempo de experiência sobrevivem mais tempo.

O perfil das empresas consideradas neste estudo revela um fator comum que a quase totalidade delas (91%) contou com apoio jurídico e contábil o que mostra que este fator não foi determinante na mortalidade das empresas, pois mesmo as que contaram com este apoio não conseguiram uma sobrevivência maior.

Os motivos citados pelos entrevistados que não contrataram apoio jurídico e contábil é que estes profissionais muitas vezes não são confiáveis, deixam de orientá-los sobre seus direitos e deveres como empresários e deixam de pagar os impostos e outras obrigações necessárias à sobrevivência do negócio, levando-os a pagar multas e a em alguns casos extremos a ter que fechar o negócio.

Pode se afirmar, conclusivamente, que a qualidade e a padronização dos produtos e serviços está diretamente associada à mortalidade das empresas, visto que nas empresas que sobreviveram por mais tempo, os produtos e serviços tinham características de qualidade e padronização e, nas que duraram menos tempo, boa parte dos empreendedores admitiram que seus produtos e serviços não tinham qualidade e padronização de seus produtos e serviços.

Os empreendedores que afirmaram não ter qualidade e padronização em seus produtos alegam que manter a qualidade não é o mais difícil, mas como não investiam em tecnologia e trabalhavam sozinhos um produto não ficava igual ao outro e isto comprometia a padronização.

Já com relação à inovação, também foi possível constatar associação com a mortalidade, posto que nas empresas que sobreviveram por mais tempo, ou seja, até 3 anos, 34% dos empresários afirmam que seus produtos agregavam inovação e nas que duraram menos, ou seja, até 1 ano, nenhum empresário entrevistado afirma que seus produtos tinham características de inovação.

Dados como os descritos acima apontaram para a conclusão de que as empresas que investem mais em inovação dos produtos e serviços aumentam consideravelmente suas

possibilidade de sobrevivência e as que não investiram tem uma forte tendência a encerrar suas atividades mais cedo.

As justificativas dos empresários para não investir em inovação foram o medo de inovar e não agradar o cliente, optando por produtos tradicionais, muitas vezes copiando o que os concorrentes líderes de mercado vendem. Os empresários citaram também a falta de flexibilidade das franquias como barreira à inovação o que limitou sua possibilidade de inovar, visto que deveria seguir as normas do franqueador.

No que diz respeito ao planejamento as empresas apresentaram um perfil comum, pois a imensa maioria (81%) não realizou nenhum tipo de planejamento antes da abertura, porém daquelas empresas de maior tempo de vida podemos, 19% realizaram algum tipo de planejamento. Já nas que duraram menos nenhuma realizou planejamento, o que reforça a conclusão de que as empresas que realizaram algum tipo de planejamento duraram mais tempo e as que não realizaram nenhum tipo de planejamento têm uma tendência a encerrar suas atividades de maneira mais precoce.

Os empreendedores declararam que não realizaram planejamento porque confiam mais na experiência e na prática, “o contador fazia tudo”, “não precisava planejar nem acompanhar nada”, “foi atrás de uma oportunidade”, “não se importa com isso”, “não acredita muito em planejamento, acredita mais na fé, na raça, na coragem e na intuição” e “agiu por impulso e não teve tempo de planejar”, o que permite afirmar que o empreendedor não age de maneira profissional em relação à empresa que criou e que não avalia apropriadamente os riscos e oportunidades inerentes ao negócio com antecedência.

Foi possível constatar que uma pequena parte (25%) das empresas tiveram dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias e uma maioria expressiva (75%) não tiveram dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias durante sua existência, o que reforça a conclusão de que este aspecto não está associado à mortalidade precoce de empresas.

Para reforçar a avaliação sobre a dificuldade de cumprir com as exigências fiscais, legais e tributárias, foi realizado um cruzamento com a variável planejamento

estratégico que gerou como resultado o fato de que em 84% das empresas que realizaram planejamento, os empresários declararam não ter tido dificuldades com tais exigências, ao passo que em 54% das empresas que não realizaram planejamento, tiveram dificuldades com exigências fiscais, legais e tributárias, o que leva à conclusão de que o ato de planejar reduz de maneira relevante problemas com tais exigências.

Com relação aos clientes conclui-se que a dificuldade em conquistar e gerenciar clientes contribuiu para a mortalidade, visto que a maioria das empresas (55%) teve dificuldade em conquistar e manter clientes e um estudo mais aprofundado da questão mostra que o setor de serviços é o que sofre mais com as dificuldades em conquistar e manter clientes, visto que 59% das empresas deste setor afirmaram ter tido dificuldades em conquistar ou manter clientes, percentual que cai para 52% nas empresas do setor de comércio, de acordo com cruzamento realizado.

Os principais problemas detectados com os clientes são que as empresas tinham apenas um cliente e em muitos casos exclusividade, os clientes só se importam com preço e não tem fidelidade, o ponto era inadequado, a falta de empregados para dar atendimento fez com que os clientes não quisessem esperar pelo mesmo. Outros problemas como a alta inadimplência e o baixo poder aquisitivo dos clientes, a não realização pela empresa de nenhum tipo de propaganda ou atividades de marketing e a cadastro de clientes organizado.

A partir destas informações pode-se concluir que a relação entre as empresas e seus clientes ficou em grande parte prejudicada e comprometida pela ineficácia e ineficiência de gestão do empreendedor.

Pode se afirmar, conclusivamente, que a relação com os parceiros da empresa não contribuiu para a mortalidade precoce, pelo fato de que 60 à 70 % dos empresários, independente do ano de constituição da empresa, terem afirmado que buscaram uma relação com os parceiros comerciais com base em critérios racionais e profissionais, suas empresas foram extintas, o que mostra esta relação não afeta a sobrevivência ou mortalidade da empresa.

Outra conclusão que pode ser extraída da pesquisa a respeito da relação com os parceiros é que a grande maioria (79%) das empresas não utiliza contratos e instrumentos legais para formalizar as relações com os parceiros, o que demonstra que a gestão da parceria durante sua vigência era feita de maneira informal, sem muito controle, nem organização e sem instrumentos que determinassem as condições comerciais a serem seguidas.

Sobre os impostos e tributos foi possível constatar que a maioria expressiva das empresas (75%) não teve dificuldades com a manutenção dos impostos e tributos durante a existência da empresa. Na verdade os entrevistados se queixaram do peso dos impostos na lucratividade da empresa e da quantidade de impostos, entretanto afirmaram não ter tido dificuldades de pagar os impostos enquanto suas empresas estiveram em atividade.

Cabe ressaltar que os resultados descritos acima contrariam a maior parte dos estudos que indicam que a carga tributária inviabiliza as micro e pequenas empresas, além de ir contra o senso comum e as reclamações dos empresários.

A concorrência foi um ponto em que grande parte das empresas (66%) alegou ter tido dificuldades. Levando em consideração os dados extraídos da pesquisa ficou claro que o setor que enfrenta as maiores dificuldades com a concorrência é o setor de comércio, onde 71% dos entrevistados afirmam ter tido dificuldades com concorrentes. Já no setor de serviços a pressão da concorrência parece ser menor, visto que apenas 59% nas empresas afirmam ter tido dificuldades no setor de serviços, o que indica, conclusivamente, que a concorrência está associada à mortalidade precoce e que a escolha do setor da economia da empresa faz diferença significativa.

Naturalmente a concorrência se mostra como um fator bastante associado a mortalidade precoce, ou seja, apenas empresas bem geridas sobrevivem, como é esperado numa economia capitalista de livre mercado e concorrência.

Os principais motivos e as justificativas para as dificuldades citadas pelos empreendedores foram que os concorrentes tinham melhores preços, produtos inovadores, eram maiores, com maior poder de barganha e mais organizados, investiram

mais em tecnologia, tinham maior experiência no ramo, mas também eram desleais e antiéticos, sonegavam impostos e tributos e faziam cartel.

Com relação às mudanças do ambiente externo que as empresas, em sua maioria (69%), alegam não ter tido dificuldades durante a existência da empresa. Foi possível verificar de maneira complementar, através do cruzamento com a variável planejamento, que apenas 11% das empresas que planejaram tiveram dificuldades com o ambiente externo e que este percentual sobe para 36% nas empresas que não planejaram, o que leva à conclusão de que empresas que planejam tem menos dificuldades com os fatores do ambiente externo.

5.3 Conclusões Gerais

No intuito de descrever com maior riqueza de detalhes o perfil do empreendedor e da empresa foi possível concluir de maneira bastante clara que os interesses que levam os empreendedores a abrir empresas muitas vezes têm uma motivação de origem desvinculada da realidade do mercado e buscam na verdade a realização do sonho da independência financeira e do aumento de renda ou uma alternativa para a situação de ociosidade em que se encontravam em virtude de desemprego ou aposentadoria.

Foi possível constatar através da pesquisa que os indivíduos têm em comum o fato de que, em sua grande maioria, não abrem empresas por critérios racionais, nem por que vislumbraram uma oportunidade, nem porque fizeram uma pesquisa de mercado. Há uma enorme anomalia na abertura das micro e pequenas empresas, posto que mais de 30% dos empreendedores estudados constituíram suas empresas como alternativa ao desemprego ou à baixa remuneração da aposentadoria, foram atrás de uma indicação que, muitas vezes, não passava de uma ilusão, abriram o negócio para beneficiar o patrão que não queria pagar encargos sociais como férias, 13^o e FGTS e passaram a emitir notas fiscais perdendo todos estes benefícios.

É interessante notar que no teste das hipóteses nulas todas aquelas ligadas ao empreendedor foram refutadas, ou seja, realmente os fatores de experiência, escolaridade, competência na gestão empresarial contribuíram de forma relevante para a mortalidade precoce das empresas.

A conclusão principal a que se chega é que a maior parte dos empreendedores abre suas empresas sem experiência no ramo, sem competência gerencial, sem capital suficiente, sem funcionários para ajudar, sem ter feito uma pesquisa ou planejamento e acredita que apenas através da força de vontade e do esforço pessoal a empresa irá funcionar, ou seja, irá sobreviver a todas as dificuldades e ter sucesso.

Pode-se afirmar que os empreendedores costumam colocar a culpa dos insucessos nos aspectos externos, como: burocracia, impostos altos, concorrentes, governo e clientes, mas na verdade suas próprias competências é que são de baixa qualidade, baixa

competência gerencial, falta de experiência no ramo e pouca força de vontade para enfrentar por mais tempo as dificuldades, o que fica claro quando aparece um emprego e uma parte dos empreendedores desiste da empresa pela segurança do salário e da pouca responsabilidade.

Outra conclusão a que se pode chegar é que, em grande parte, o que leva uma empresa à morte é a forma como ela é criada, ou seja, está ligada aos defeitos de sua origem, aos motivos de sua criação, a não existência de uma oportunidade de negócio, a falta de qualidade gerencial e técnica dos seus sócios e funcionários, a escolha equivocada do ramo de negócio a explorar e ao insuficiente montante de capital disponível para investir e desenvolver a empresa nos primeiros meses de vida.

Verifica-se que não é só a atuação do empresário durante a gestão da empresa, mas sim e principalmente, como ele pensa a empresa antes de abrir, como ele concebe a idéia, como a planeja até virar uma oportunidade e depois transforma em negócio. É possível perceber que a sobrevivência das micro e pequenas empresas está muito relacionada com: a experiência do empreendedor adquirida antes da criação da mesma e à sua capacidade de dedicar tempo e energia nos primeiros anos de vida do empreendimento.

Com referência aos dados extraídos da pesquisa, é possível concluir que os micros e pequenos empresários em geral não sabem escolher as pessoas da empresa, ou seja, seu capital humano, pois citam como problemas a dinâmica com os sócios, a baixa qualidade da mão de obra, problemas com o contador e com outros profissionais que dão suporte ao negócio. Isso mostra incompetência na atração e retenção do capital humano necessário para construir um negócio seguro e duradouro.

Esses descuidos presentes nas empresas extintas analisadas levam a crer que, caso fizessem um planejamento prévio à abertura mais adequado, se tivessem tido mais cuidado com a escolha do capital humano e com o relacionamento com clientes e parceiros comerciais, as empresas poderiam ter sido mais bem sucedidas e talvez aumentassem suas chances de sobrevivência ou ainda, seus proprietários, talvez, nem chegassem a abrir seu negócio se constatassem previamente que o mesmo seria inviável.

Para finalizar as conclusões segue abaixo o quadro 5 que compara alguns resultados de ações com relação aos fatores estudados nesta pesquisa:

Quadro 5 - Síntese de Resultados

Fator	Empresa com maior chance de extinção	Empresa com maior chance de sucesso
Inovação dos produtos/serviços	Produtos e serviços sem inovação e diferenciais competitivos.	Produtos e serviços com inovação e diferenciais competitivos.
Planejamento	Falta de planejamento.	Planejar as atividades com maior riqueza de detalhes possível.
Exigências Fiscais/Legais/Tribut	Não conhecer as leis, tributos e regras de fiscalização às quais a empresa se submete.	Conhecer as leis, tributos e regras de fiscalização às quais a empresa se submete.
Relação com clientes	Oferece aos clientes produtos e atendimento medíocres.	Oferece aos clientes produtos e atendimento inovadores.
Relação com concorrentes	Praticam qualidade e preços semelhantes ou mais altos.	Praticam qualidade e preços melhores.
Parceiros comerciais	Relação amadora e desorganizada.	Relação profissional e formalizada.
Impostos e tributos	Não conhecer os impostos que a empresa precisará pagar.	Conhecer os impostos e as formas de se adequar na legislação contábil que tragam mais benefícios.
Aspectos Externos	Não conhecer e não se preparar para os riscos políticos, econômicos, sociais e tecnológicos do mercado.	Conhecer e se atualizar sobre os riscos políticos, econômicos, sociais e tecnológicos do mercado.

6 RECOMENDAÇÕES

Esta pesquisa buscou contribuir para a discussão dos fatores que levam novos negócios ao insucesso, analisando os principais aspectos e buscando formas para reduzir os índices de mortalidade das novas empresas no Brasil, sem, contudo, ter a pretensão de esgotar o assunto.

Com base nos dados extraídos da presente pesquisa, revela-se claramente que a vocação para o empreendedorismo no Brasil se mostra muito mais quantitativa do que qualitativa, visto que um grande número de novas empresas é criado todos os anos, mas a maioria não se sustenta e tem a sobrevivência comprometida principalmente pela origem da motivação do empreendedor, voltada mais para a sua necessidade pessoal do que para a identificação de uma oportunidade de negócio.

No decorrer da pesquisa, cada empreendedor teve a oportunidade de dar sugestões e conselhos para tornar mais fácil o processo de criação e gestão de um empreendimento para outras pessoas que, eventualmente, tenham interesse em constituir empresas de micro ou pequeno porte.

Estas proposições serão apresentadas, a seguir, em forma de recomendações com o objetivo de eliminar ou reduzir os fatores que causam a morte precoce de muitas empresas no Brasil, buscando dar subsídios para que as empresas dos futuros empreendedores possam ter um destino melhor do que as analisadas neste estudo gerando mais emprego e renda para todos os envolvidos e dinamizando a economia brasileira.

6.1 Recomendações para o período anterior à abertura da empresa

A primeira recomendação é que o empreendedor não crie a empresa apenas por motivos pessoais de fonte de renda e de independência financeira, e sim que procure identificar uma real oportunidade de negócio dentre as idéias que surgirem.

Outro ponto que deve ser considerado é que um empreendedor não deve abrir empresa por exigência do empregador, apenas para emitir notas fiscais, e para prestar serviços exclusivos a este, uma vez que esta prática é considerada fora da lei trabalhista que rege as relações de trabalho no país, e pode gerar problemas no futuro, principalmente porque o dono da pequena empresa pode ficar sem os benefícios que tinha quando era empregado e ao final do projeto para o qual foi contratado ficar sem serviço, ser descartado e ter que fechar a empresa por não ter mais clientes.

As idéias e oportunidades de negócio indicadas por amigos, conhecidos e pessoas da família devem ser estudadas com muito cuidado para não se deixar levar pela euforia e depois passar pela desilusão de ver que a oportunidade não era tão atraente, perdendo muitas vezes economias de uma vida inteira.

Criar uma empresa por que está desempregado ou aposentado é desaconselhado pelos empreendedores que foram ouvidos nesta pesquisa, visto que a abertura de uma empresa pressupõe como base que o empreendedor tenha perfil para abrir a empresa e queira desenvolver um negócio e não que ele faça isso por falta de outra opção ou alternativa, sob pena de desistir da empresa na primeira oportunidade de emprego que surgir.

É preciso ter a consciência que vai trabalhar mais como empresário do que trabalharia em termos de hora em qualquer emprego regular, vai ter mais pressões e responsabilidades, e durante os primeiros anos da empresa não terá um retorno muito alto financeiramente, ou seja, é um investimento de longo prazo.

Outra recomendação importante aponta para que os empreendedores antes de abrir a empresa façam as contas do investimento inicial que terão que desembolsar com a compra de equipamentos, máquinas, móveis, eventuais obras de adequação do imóvel

onde irão instalar sua empresa, levantem os custos com a constituição da empresa e que reservem também capital suficiente para manter o capital de giro por pelo menos 6 meses após a abertura do negócio.

Pesquisar e estudar detalhadamente o mercado da área de negócio onde pretende montar a empresa e planejar os primeiros passos da empresa foram conselhos dados pelos entrevistados, de preferência realizar uma pesquisa de mercado para descobrir quem é seu público alvo, que produtos ou serviços irá comercializar, como se destacar da concorrência, qual o melhor ponto para estabelecer o negócio e fazer uma previsão de vendas, entre outras informações importantes.

Cabe lembrar que os empreendedores nunca devem tomar nenhuma providência de instalação como obras, letreiros, cartões de visita, anúncios entre outros antes de ter toda a documentação aprovada pelos órgãos oficiais, sob pena de ter gastos com o ponto escolhido e depois ter que mudar de ponto, porque algo na documentação não foi aprovado ou alguma exigência não pôde ser cumprida.

A localização inadequada da empresa foi colocada como principal motivo para boa parte dos entrevistados, que apontaram problemas como: falta ou proibição de estacionamento e dificuldades de adequar a identidade de seu *mix* de produtos com o perfil da clientela local.

Torna-se relevante ressaltar que o foco central dos problemas indicados como responsáveis pela extinção da empresa estão ligados à escolha do capital intelectual da empresa, ou seja, a qualidade de seu componente humano, incluindo os sócios, a mão de obra, o apoio contábil, ou seja, pessoas ligadas diretamente ao negócio que ao que parece não foram muito bem escolhidas.

Conversar com especialistas do mercado, ouvir consultores do SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial e do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Assistência Empresarial, também, são recomendações muito interessantes de serem seguidas, visto que dão uma visão mais realista da realidade atual do mercado.

Ter dedicação, perseverança e força de vontade também são sugestões a serem lembradas, pois, para os empreendedores entrevistados, ter tempo disponível para dedicar ao negócio, e a presença do dono fazem muita diferença no desempenho da empresa, ou seja, o empreendedor não deve ter outra atividade e tem que gostar muito do negócio em que deseja investir.

Um estudo importante a ser sugerido e pouco realizado pelos empreendedores é um levantamento de quais são os impostos que a empresa irá pagar e em qual regime contábil poder se adequar buscando a melhor opção para a empresa em vista da atividade escolhida para explorar. Tal preocupação serve para evitar futuras surpresas com relação à carga tributária à qual a empresa está sujeita e serve também para fazer um estudo de viabilidade financeira.

Entretanto, as principais recomendações para o período anterior à abertura da empresa são as de que o empreendedor se prepare, estude, e se possível trabalhe por algum tempo, pelo menos 1 ano, em atividades semelhantes às que ele irá desenvolver no negócio que pretende montar. É importante que ele realize cursos de gestão de empresas, e principalmente que escolha o capital humano da empresa com muito critério, ou seja, desde os sócios, passando pelos funcionários e até os profissionais terceirizados, todos devem ter compromisso com o negócio, devem ter as competências necessárias para a tarefa para a qual estão sendo contratados, além de buscar parceiros externos, como contadores, fornecedores, distribuidores e representantes que sejam confiáveis e eficientes.

Cabe ao empreendedor conscientizar as pessoas ligadas ao negócio, antes de constituir a empresa, que o sucesso do empreendimento depende em grande parte dos fatores descritos acima.

6.2 Recomendações para o período de abertura e desenvolvimento da empresa

Vencida a fase de planejamento e pesquisa e cumpridas as etapas necessárias a garantir uma base sólida para a empresa, torna-se imprescindível saber que numa micro ou pequena empresa, a vida da empresa se confunde muito com a do dono e qualquer problema pessoal mais relevante que ocorre com o dono da empresa, ou com seus sócios, pode ser determinante para o futuro da empresa.

É desejável que, sempre que possível, haja uma separação da vida pessoal e econômica do empreendedor da vida da empresa, principalmente a parte financeira, é importante o esforço de profissionalização da gestão, ou seja, alocar as pessoas nas funções adequadas com base na competência e na capacidade.

A contratação da mão de obra para a empresa deve ser estudada com critério, visto que se não contratar muitas vezes poderá ter sua capacidade produtiva limitada o que pode levar à perda de clientes, entretanto se contratar funcionários demais pode ter custos fixos desnecessários e incompatíveis com o volume de receita da empresa, o que pode inviabilizar o negócio.

Ainda com relação aos funcionários, o empreendedor deve ter em mente que a qualidade da mão de obra é fundamental, e isto deve ser uma preocupação constante não só no momento da contratação, mas também durante a vigência do contrato do funcionário, oferecendo aos seus colaboradores treinamentos e atualização nas tarefas sob sua responsabilidade.

A gestão do relacionamento com o cliente deve ser uma preocupação constante e deve ser feita de maneira profissional. Por exemplo, os critérios para dar crédito ao cliente, aceitar pagamentos à prazo e outras vantagens devem ser estudadas de acordo com critérios rigorosos que classifiquem os clientes por perfil e capacidade de pagamento, para que se possa reduzir um dos principais problemas que é a inadimplência.

Encantar o cliente buscando oferecer produtos com qualidade, padronização e algum tipo de diferencial também é uma recomendação bastante aplicável, visto que a

concorrência é intensa na imensa maioria dos mercados e os detalhes muitas vezes fazem a diferença entre a sobrevivência e a morte de uma empresa.

É de importância capital entender e acompanhar as atividades dos advogados e contadores que dão apoio técnico à empresa, cobrando recibos de pagamentos de taxas, impostos e documentos, solicitando relatórios freqüentes e conferindo os livros fiscais para a certificação de que todas as exigências legais estão sendo cumpridas.

Cuidados com os sócios também devem ser tomados, especialmente quanto às suas competências, experiência, responsabilidade, compromisso, pontualidade e honestidade, visto que estas características afetam diretamente a visão que os clientes e o mercado têm da empresa.

Outra recomendação é a de buscar ter controles internos e externos na gestão do negócio, ou seja, internamente procurar controlar despesas e receitas, estoque, organização de tarefas, padronizar e inovar sempre seus produtos e serviços, e externamente procurar mensurar a satisfação dos clientes através de pesquisas, mesmo que sejam simples e baseadas em técnicas como o boca a boca, buscando também estar sempre atualizado às novidades do seu ramo de negócio quanto à tecnologia, embalagens, materiais e atendimento.

6.3 Recomendações Gerais

Nesta seção pretende-se oferecer recomendações de caráter mais geral com a finalidade de fazer refletir sobre alguns tópicos que podem e precisam ser desenvolvidos para fortalecer a dinâmica do mercado e o fenômeno do empreendedorismo no Brasil.

Uma das carências mais marcantes se encontra no setor educacional, demonstrada pelo despreparo do empreendedor para montar e operar uma empresa, que apesar de ter diversos órgãos de apoio à disposição, como SEBRAE, SENAC e outras instituições, não procuram se capacitar para abrir uma empresa.

Este fato se torna particularmente crítico em consequência do modelo educacional em vigor nas escolas e universidades, tanto na qualificação da mão-de-obra quanto para o desenvolvimento do espírito e das habilidades do empreendedorismo nos estudantes do ensino básico e fundamental.

Cabe recomendar a introdução no currículo escolar básico nos níveis fundamentais e no nível superior de disciplinas de introdução à gestão de empresas, noções de empreendedorismo.

Outra sugestão que surge seria que as Juntas Comerciais de todos os estados, em parceria com o SEBRAE, oferecessem de maneira gratuita, ou com custo acessível, cursos de capacitação para todos os empreendedores que iniciassem o processo de abertura de uma empresa. As áreas de interesse dos cursos poderiam ser aspectos contábeis e jurídicos de micro e pequenas empresas, legislação trabalhista, introdução a finanças, marketing, estratégias de diferenciação de produtos e serviços e responsabilidade social e ambiental.

Seria algo equivalente aos treinamentos realizados pelas auto-escolas pelas quais todo motorista é obrigado a passar antes de receber sua habilitação para guiar veículos. Certamente se obteria um resultado mais positivo na gestão das MPEs, fortalecendo as competências do empresário no processo de abertura e reduzindo a mortalidade precoce por conta de uma maior capacitação dos empreendedores.

Outra recomendação chave seria a redução da distância entre a produção da ciência e sua aplicação na inovação tecnológica nas empresas nascentes e nas novas empresas, fato este que contribui para o aumento da taxa de mortalidade pela incapacidade de diferenciação da concorrência estabelecida e de criação de novos nichos de mercado.

Recomenda-se também o fortalecimento do movimento das incubadoras de empresas, visto que os resultados de sobrevivência das empresas dentro deste regime vêm se solidificando positivamente, reduzindo as taxas de mortalidade das empresas que passam pelos processos de incubação.

De forma resumida, pode-se dizer que as conclusões resultantes desta pesquisa sobre demografia de empresas no Brasil não são muito favoráveis, pois revelam o retrato de um país que carece de uma visão mais moderna em relação ao pequeno negócio.

A agilidade se mostra como fator determinante e o ideal seria reduzir o número de obrigações do micro e pequeno empresário, tanto para abrir uma nova empresa, quanto para fechá-la, revendo itens como regras de acesso a financiamento, reforma tributária, infra-estrutura e logística de apoio às empresas, pesando ainda o fato de que quanto mais rigorosas as leis, menos interesse na formalidade os empreendedores demonstram.

Torna-se claro, portanto, que a prioridade deve ser dada para o fortalecimento das condições estruturais que dão sustentação à criação e consolidação de novas empresas, através de uma reavaliação dos excessos burocráticos e regulatórios no processo de abertura de empresas, do aumento da disponibilidade e maior facilidade de acesso ao capital, da redução das taxas de juros, da formulação de políticas e programas mais consistentes e adaptados à realidade do empreendedor brasileiro, da revisão da carga tributária e exigências legais, da redução dos encargos trabalhistas, além da criação de mecanismos para facilitar o acesso a novas tecnologias e, principalmente, da capacitação dos empreendedores para a gestão de novos negócios.

Todavia, várias dessas condições que representam barreiras ao desenvolvimento das novas empresas, somadas à criatividade do empreendedor brasileiro para responder a situações difíceis, podem ser vistas como oportunidades em face às demandas a serem

atendidas em uma sociedade ainda distante da afluência de capitais e com considerável potencial de consumo.

Ao final deste estudo, pode-se concluir que a implementação por parte dos governos federal, estadual e municipal de algumas das sugestões propostas, aliada a um crescente envolvimento das empresas privadas e da sociedade civil como agentes empreendedores e capacitadores, pode contribuir para que o índice de mortalidade precoce de empresas nascentes e de novas empresas seja reduzido e mantido em níveis baixos, estimulando novos empreendedores a montar negócios, explorando as diversas oportunidades existentes e contribuindo assim não apenas como alternativa para a solução do desemprego, mas principalmente como mecanismo de crescimento econômico do país.

7 SUGESTÕES PARA PESQUISAS COMPLEMENTARES

Ao final de um trabalho de pesquisa sempre surgem sugestões e recomendações de pesquisas complementares, temas e questões em aberto, e cabe ao pesquisador indicar os caminhos para futuras pesquisas com a finalidade de expandir as descobertas sobre o assunto tratado.

Segue abaixo uma lista de indicações para novas pesquisas sobre o tema:

- Seria interessante estender esta pesquisa a outros estados do país visto que os aspectos culturais, sociais e econômicos diferem muito num país com as características de diversidades encontradas no Brasil;
- Outro campo de interesse seria a comparação dos fatores avaliados nesta pesquisa com empresas que ainda estão em atividade, visto que poderiam ser extraídas conclusões complementares;
- Por fim, segue a sugestão de aplicar esta pesquisa a empresas de outros países que tenham características semelhantes ou diversas, especialmente os países emergentes, buscando comparar os resultados obtidos.

REFERÊNCIAS

ADIZES, Ichak. **Corporate Lifecycles: how and why corporations grow and die and what to do about it.** Adizes Institute. Santa Monica Califórnia, 1990.

ANPROTEC. http://www.universia.com.br/html/materia/materia_iede.html : acesso em 09/08/2006.

AUDRETSCH, David B. **Innovation and Industry Evolution.** Massachusetts, MIT-Press, USA, 1995.

AZEVEDO, João H. **Como iniciar uma empresa de sucesso.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.

BATES, Timothy. **Analysis of Survival Rates Among Franchise and Independent Small Business Startups.** Journal of Small Business Management, Apr. 1995, V.33, Issue 2, p26, 11p.

BIRLEY, Sue & NIKTARI, Niki. **Reasons for Business Failure.** Leadership & Organization Development Journal, March, 1996, V.17, n2, p52 (2).

BARROW, Colin. **The essence of small business.** Hertfordshire, UK, Prentice Hall, 1993.

BNDES, **Firmas e Emprego: Demografia de Firms Brasileiras.** Informe-se, nº 50, Jan. 2003.

BUSSAB, Wilton O. MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica** - SP, Editora Saraiva, 2004.

CASTROGIOVANNI, Gary J. **Pre-Startup Planning and the Survival of New Small Business: Theoretical Linkages.** Journal of Management, 1996, Vol.22, Nº6, p.801-822.

CAVALCANTI, M., FARAH, O E. & MEILO, A. **A Diagnóstico organizacional: uma metodologia para pequenas e médias empresas.** SP: edições Loyola, 1981.

CERTO S. C. & PETER. J **Administração Estratégica.** SP: MAKRON Books, 1993.

CHÉR, R. **A gerência das Pequenas e médias empresas.** SP: Maltese, 1991.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos - Fundamentos Básicos.** São Paulo: Editora Atlas, 5ª Edição, 2003.

CLEVERLY, William O. **Who is responsible for business failures?** Healthcare Financial Management Review, Westchester, Illinois, USA, Oct.2002. pp. 45-51.

COCHRAN, A. B. **Small Business Mortality Rates: A Review of the Literature.** Journal of Small Business Management, Oct. 1981, V.19, p 50 (10).

COOPER, Donald R. e SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração.** Tradução: Luciana de Oliveira da Rocha. 7ª edição – Porto Alegre: Bookman, 2003, 640 pp. ISBN 85-363-0117-1.

CRUZ, Maria das Graças. **Cuidados ao abrir e fechar uma firma.** O Globo. Caderno Boa Chance, p.3. Rio de Janeiro, 8 jun. 2003.

DAVIS, Horace. **Business Mortality: The Shoe Manufacturing Industry.** Harvard Business Review, Spring, 1939, Vol.17, Issue3, p.331, 8p.

DEGEN, R **O empreendedor.** SP. Mc Graw Hill, 1989.

DELOITTE T. TOHMATSU. **Empreendedor não pensa no longo prazo.** Valor Econômico. Caderno Empresas, São Paulo, p. B8. 4 Jan. 2001.

DICIONÁRIO AURÉLIO. Editora Nova Fronteira, São Paulo, 2004.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa.** São Paulo, Ed. Cultura, 1999.

DORNELAS, Jose Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.

EDMISTER, Robert O. **An Empirical Test of Financial Ratio Analysis for Small Business Failure Prediction**. Journal of Financial and Quantitative Analysis, March, 1972, 7 (2): 1477-93.

FIESP. **Fiesp atesta longevidade das incubadas**. Gazeta Mercantil, São Paulo, p.4, 25 out.2002.

FILARDI, Fernando e SANTOS, Silvio A. **Fatores determinantes da mortalidade precoce de pequenas empresas no Brasil: uma análise da literatura**. Encontro Brasileiro de Administração, Natal, RN, 9 a 11 de out. 2004.

FILARDI, Fernando. **Empreendedorismo Sustentável: A Experiência do Programa Iniciativa Jovem**. VI SEMEAD/USP. São Paulo, 26 mar. 2003.

FILARDI, Fernando. **Os primeiros resultados do novo modelo de regulação do setor elétrico. A experiência da Light serviços de eletricidade**. Revista de Administração Pública, FGV. Rio de Janeiro: Vol.34, N°2, p. 153-170. Mar/abr 2000.

FISCHMANN, A & ALMEIDA, M.I.R. **Planejamento estratégico na prática**. São Paulo: Ed. Atlas, 1991.

FGV/IBGE. **Empresários Nânicos driblam a formalidade**. O Globo, Caderno Economia, p.44 e 45. Rio de Janeiro, 15 Fev. 2004.

FGV. <http://www.fgv.br/>: acesso em 19/04/2004.

FGV. http://www.fgv.br/principal/idx_principal.asp: acesso em 08/06/2005.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Ed. Atlas, 1987.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 1999.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 2000.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 2001.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 2002.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 2003.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. <http://www.gemconsortium.org>: acesso em 15/04/2004.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 2004.

GLOBAL ENTERPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**, Babson College Press, 2005.

HAIR, J.F., ANDERSON, R.E., TATHAM, R.L., BLACK, W.C. **Análise multivariada de dados**. Tradução Adonai Schlup Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto. – 5ª ed., Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOLMES, Scott & HASWELL, Stephen. **Estimating the business failure rate: a reappraisal**. Journal of Small Business Management. July, 1989, V.27, n3, p68 (7).

IBGE. **Estatísticas do Cadastro Central de Empresas**, Brasília, 2002.

IBGE. **Estatísticas do Cadastro Central de Empresas**, Brasília, 2001.

IBGE. <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/26082002cadastroempresa.shtml>: acesso em 29/03/2004.

IBGE. <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida>: acesso em 11/03/2005.

JUCEMG. <http://www.jucemg.mg.gov.br/perfil2004.htm>/Estatística: acesso em 16/02/2005.

JUCERJA. <http://www.jucerja.rj.gov.br/servicos.html>: acesso em 16/02/2005.

JUCESP. <http://www.jucesp.sp.gov.br/servicos.html>: acesso em 16/02/2005.

KERLINGER, Fred Nichols. **Metodologia da Pesquisa em Ciências Sociais: Um tratamento conceitual**. São Paulo, EPU, 1980.

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, administração e controle**. São Paulo: Ed. Atlas, 5ª edição, 1998.

KRUSKAL, W.H. & WALLIS, W.A. **Use of ranks in one-criterion analyses of variance**. Journal of the American Statistics Association 47, pag.583/621, 1952.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas**. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 1978.

LAROUSSE. **Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: Ed. Ática, 2002.

LONGENECKER, J.G. MOORE, C.W. & PETTY, J.W. **Administração de pequenas**

empresas. São Paulo: Makron Books, 1997.

MAGER, Richard A. **Avoiding the Four Deadly Sins of Business Failure.** Entrepreneurs Resource Guide, Advertising Supplement – San Diego Business Journal, June 10, 2002.

MANLY, Bryan F. **Multivariate Statistical Methods: A Primer.** Boca Raton: Chapman & Hall/CRC, 2000.

MINISTÉRIO DA CULTURA. <http://www.mct.gov.br/Pesquisa/query.asp>: acesso em 17/06/2005.

MINTZBERG, Henry. **Safári de Estratégia.** São Paulo: Ed. Bookman , 2000.

OECD - ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. **Fostering the Entrepreneurship: A Thematic Review,** 1998. Disponível em <http://www.oecd.org>: acesso em 15 abr. 2004.

PERRY, Stephen. **The Relationship between Written Business Plans and the Failure of Small Business in the U.S.** Journal of Small Business Management, 2001, 39(3), p. 201-208.

POPPER, Karl Rudolf. **Autobiografia Intelectual.** São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1977.

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** Rio de Janeiro: Campus, 1986.

RAIS. **Relação Anual de Informações Sociais.** IBGE/TEM, 2001. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>: acesso em 22 mar. 2004.

RIFKIN, Jeremy. **O fim do emprego.** São Paulo: Ed. Campus, 1996.

RIQUELME, Hernán & WATSON, John. **Do Venture Capitalists' Implicit Theories on New Business Success/Failure have Empirical Validity?** International Small Business Journal. Nov, 2002, Vol.20(4), p.395-420.

SANTOS, Silvio A. & PEREIRA, Heitor J. **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor.** Brasília: Ed. SEBRAE, 1995.

SEBRAE. **Indicadores da mortalidade das MPEs Paulistas.** Relatório preliminar da região metropolitana de São Paulo. Pesquisas econômicas, São Paulo, 1998.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas.** Brasília: Sebrae, out.1999.

SEBRAE. <http://www.sebrae.com.br/br/ued/index.htm>: acesso em 22/03/2004.

SEBRAE. **Fatores Condicionantes e taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil.** Relatório de Pesquisa, Brasília, Ago.2004.

SEBRAE-SP. **Estudo da mortalidade das empresas paulistas.** Relatório final, São Paulo, dez. 1999.

SEBRAE-SP. **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos.** Marco Aurélio Bedê, (coordenador). – São Paulo : SEBRAE, 2005.

SEGEV, E. **How to use environmental analysis in strategy making.** Management Review, mar 1977 in Certo S.C. & Peter. J. P. Administração Estratégica. São Paulo: MAKRON Books, 1993.

SILVA, Nilza Nunes da **Amostragem Probabilística: Um Curso Introdutório** – SP, EDUSP, 1998.

TACHIZAWA, Takeshy. **Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

TIMMONS, J.A. **New venture creation, entrepreneurship for the 21st century.** Irwin, 4th edition.1994.

TRIOLA, Mario F. **Introdução à Estatística** - RJ, LTC Editora, 1999.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987, 175p.

TUCKMAN, B.W. **Conducting Educational Research.** New York: Hacourt Brace Jovanovich, Inc., 1972.

Universidade de São Paulo. Sistema integrado de bibliotecas. **Manual do mestrando e doutorando da fea.** Coordenação Prof. Dr. Gilberto de Andrade Martins [et. al.] - São Paulo: SIBi- USP, Jul. 2004.

VIAPIANA, Claudio. **Fatores de Sucesso e Fracasso da Micro e Pequena Empresa.** Anais do II EGEPE, p.505-525, Londrina, Paraná, Novembro, 2001.

WEBER, Max. Ensaio de sociologia. Rio de Janeiro, Zahar, 1971.

WATSON, John & EVERETT, Jim. **Small Business Failure Rates: Choice of Definition and the Size Effect.** Journal of Entrepreneurial & Small Business Finance. 1996, V.5, Issue3, p271, 15p.

WATSON, John & EVERETT, Jim. **Small Business Failure Rates: Choice of Definition and the Industry Effects.** International Small Business Journal. Jan 1999, V.17, Issue2, p4 (1).

WORLD BANK. **Doing Business.** Disponível em <<http://www.worldbank.com>>. Acesso em 15 abr. 2004.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos.** Tradução: Daniel Grassi. 2^a edição – Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 pp. ISBN 85-7307-852-9.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS162

Apêndice 1 - Instrumento de Coleta de Dados

Nome: _____ Cargo: _____
 Empresa: _____ Data: _____
 Horário de início da entrevista: _____ Horário de término da entrevista: _____

I – CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDEDOR

1. Quanto tempo de experiência o empreendedor ou sócio do negócio tem no negócio ou em atividade semelhante à que abriu empresa?
 nenhuma experiência 6m a 1 ano 1 a 5 anos 5 anos ou mais
2. Qual o nível de escolaridade do empreendedor ou sócio do negócio?
 Sem estudo 1º grau completo 2º grau completo Superior Completo Pós-grad. Completa
3. O empreendedor ou sócio do negócio trabalhou em nível de gerência ou diretoria por pelo menos 1 ano antes de abrir o negócio?
 Sim Não.
4. O empreendedor/dono do negócio fez algum curso de gestão empresarial?
 Sim Não. Detalhes (Duração, Instituição, Nível) _____.
5. Como era o relacionamento com seus sócios?
 Sem sócios Muito Ruim Ruim Bom Muito Bom
6. Qual era o vínculo entre os sócios?
 Sem sócios Familiar Amizade Profissional
7. O sócio do negócio tinha o hábito de organizar seu dia-a-dia, cumprir horários, compromissos, tarefas, informações, documentos e sistematizar processos para as atividades da empresa?
 Sim. Como? Agenda Secretária Eletrônica Arquivo Computador Outros.
 Não. Porque? Explique em detalhes: _____

II - CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

8. Qual o Ano de constituição da empresa?
 2003 2004 2005
9. Qual o setor da empresa?
 Comércio Serviços Indústria
10. Quais eram os principais produtos /serviços? _____
11. Qual era o número de funcionários?
 1 a 9 10 a 19 20 ou mais
12. A Empresa dispunha dos recursos financeiros necessários para financiar o investimento inicial seja através de bancos, agências de fomento, capital de terceiros ou capital próprio?
 Sim Não. Obs. Se **sim** pular próxima pergunta.
13. Se **não** quais foram as dificuldades para conseguir empréstimo?
 Regras para empréstimo Falta de garantias Juros altos Outros. _____.
14. Os profissionais contratados pela empresa possuíam experiência comprovada ou curso técnico de pelo menos 1 ano na área de atuação?
 Sem experiência 1 a 6 meses 6m a 1 ano 1 ano ou mais
15. A empresa teve assessoramento com relação aos aspectos jurídicos e contábeis, com o objetivo de otimizar a administração da empresa?
 Sim Não
16. Os produtos/serviços da empresa possuíam características de qualidade e padronização?
 Sim Não. Quais? _____

17. Os produtos/serviços da empresa possuíam diferenciais em termos de inovação, design, desempenho ou algo que os diferenciavam dos concorrentes?

Sim Não. Quais?

18. A empresa escreveu um Plano de Negócios ou planejamento antes da abertura do negócio e o utilizou como ferramenta de gestão?

Sim Não. Como foi o processo?

III - CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE EXTERNO

19. A empresa teve dificuldade de pagar os impostos e cumprir as exigências fiscais, legais e tributárias exigidas para abrir e manter uma empresa de acordo com as leis?

Sim Não. Quais?

20. A empresa teve dificuldade de conquistar e manter clientes?

Sim Não. Por quê?

21. Como era feita a escolha de parceiros, fornecedores, distribuidores e representantes?

com base em competência com base na amizade

22. A empresa contava com a presença contratos e instrumentos legais definindo a relação entre as partes?

Sim Não. Quais?

23. A empresa teve dificuldade de enfrentar a concorrência?

Sim Não. Por quê?

24. A empresa teve dificuldade de se adequar às mudanças no ambiente externo no que tange aos aspectos econômicos, políticos, tecnológicos, sociais ou ambientais?

Sim Não. Quais?

IV - PERGUNTAS ABERTAS

1. O que o levou a abrir a empresa, qual foi a origem do negócio?

2. Em resumo, o que levou sua empresa a ser extinta?

3. Que conselhos você daria para alguém que está abrindo uma empresa hoje?
