

A alta taxa de mortalidade das microempresas: Fatores que impactam a sobrevivência dos pequenos negócios.

Jorge Willian da Silva Cardozo¹

Resumo

Este trabalho pretende identificar os fatores que levam quase metade das microempresas à mortalidade nos primeiros dois anos de existência. É realizada uma revisão teórica no intuito de verificar a relação entre a utilização da ferramenta benchmarking e a possível redução da mortalidade com sua utilização. É estudado o ambiente onde as microempresas estão inseridas, os fatores que motivam os empreendedores, o perfil destes empreendedores e o seu processo de tomada de decisão.

Empreendedorismo, Gestão de Pequenos Negócios, Microempresa, Mortalidade de empresas.

Summary

This paper aims to identify the factors that lead almost half of microenterprises to mortality in the first two years of existence. A theoretical review is carried out in order to verify the relationship between the use of the benchmarking tool and the possible reduction of mortality with its use. It is studied the environment where the microenterprises are inserted, the factors that motivate the entrepreneurs, the profile of these entrepreneurs and their decision making process.

Entrepreneurship, Small Business Management, Micro enterprise, Mortality of companies.

1. Introdução

Os pequenos negócios no Brasil têm exigido cada vez mais estudos por parte da academia com o objetivo de compreender suas peculiaridades e movimentos. Isto se deve ao fato de que 99% dos estabelecimentos brasileiros são micro ou pequenas empresas e correspondem por 52% dos empregos com carteira assinada (SEBRAE, 2018).

Dado o tamanho do impacto econômico e social das empresas destes portes no país, destaca-se a alta taxa de mortalidade das microempresas. De acordo com estudo do SEBRAE (2016) as microempresas possuem uma taxa de mortalidade muito superior a outras empresas de porte menor, como os microempreendedores individuais e as empresas de pequeno porte.

Com o intuito de compreender o cenário onde esses empreendedores se encontram, o objetivo deste trabalho é investigar as possíveis causas para estas mortalidades verificando o que trata a bibliografia a respeito do comportamento dos proprietários destes negócios, os

¹ Bacharel em Administração pela Centro Universitário da Serra dos Órgãos - UNIFESO, pós graduado em Marketing pela Universidade Cândido Mendes – UCAM e pós graduado em Planejamento, Implementação e Gestão da EaD pela Universidade Federal Fluminense - UFF. jorgewilliansc@hotmail.com

estudos existentes do Sebrae e como se dá o processo de tomada de decisão destes frente aos desafios.

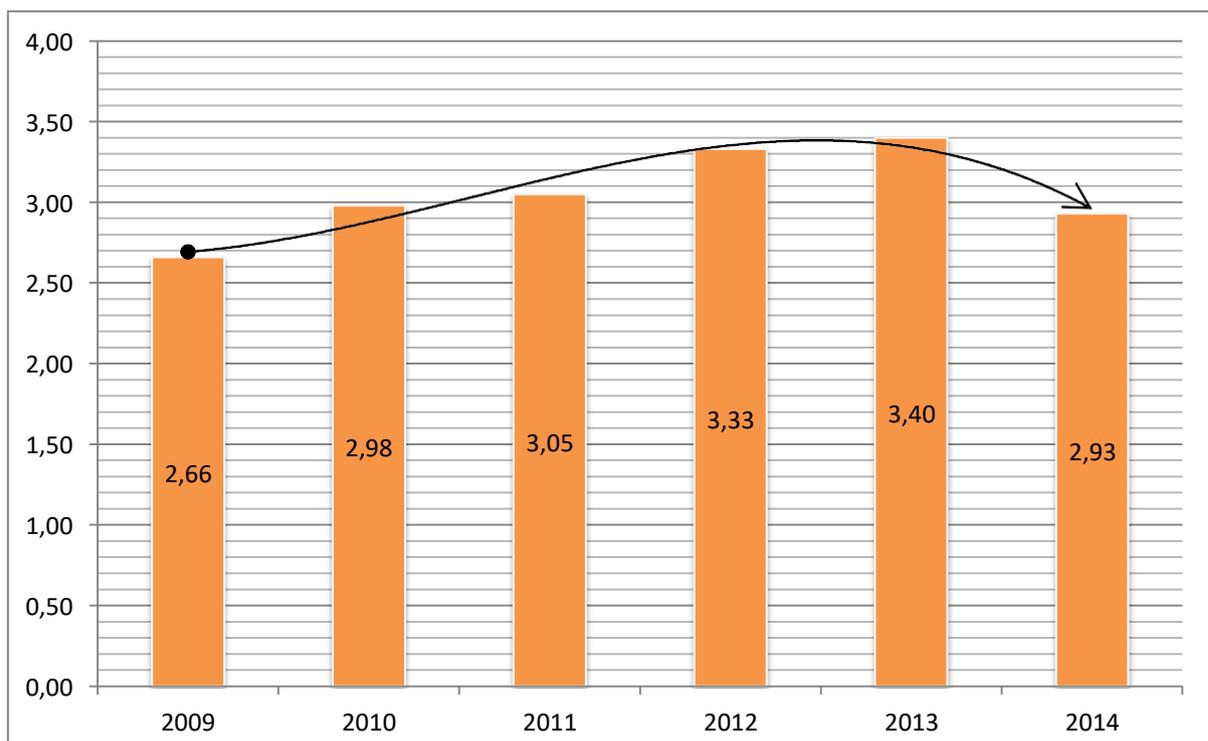
Este trabalho buscará responder se a utilização de conhecimento empírico como pilar fundamental para as tomadas de decisão interferem na taxa de mortalidade dos pequenos negócios. Será investigado também o contexto das tomadas de decisão, a utilização do benchmarking e quais são as competências necessárias ao perfil do empreendedor de um pequeno negócio.

2. Microempresas, surgimento do microempreendedor e taxa de mortalidade

A Lei Complementar 123/06, art. 3º, define as microempresas (MEs) como aquelas que auferem, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00, e as empresas de pequeno porte (EPPs) as que auferem acima disto até o limite de R\$ 3.600.000,00. (BRASIL, 2006)

No Brasil, em 2014, existiam 2,93 milhões de microempresas, de acordo com o Data Sebrae (2016). Contudo, nota-se que este número de 2014 foi o primeiro a decrescer desde 2009, levando a um número de microempresas menor do que de 2010. A linha de tendência polinomial de ordem 3 demonstra esse movimento e pode ser observada no Gráfico 1.

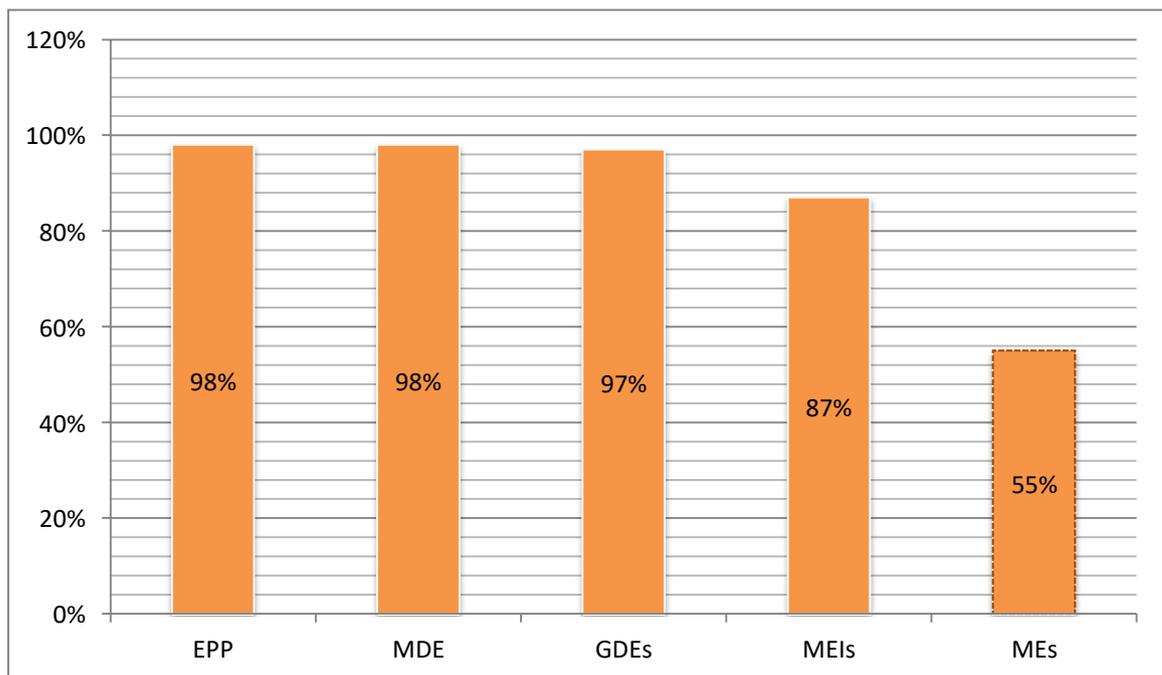
Gráfico 1 – Número de microempresas existentes por ano (em milhões)



Fonte: Elaborado a partir dos dados do Sebrae (2016).

Enquanto a taxa de sobrevivência das EPPs e as MDEs (empresas de médio porte) foi de 98% em 2012, a das GDEs (empresas de grande porte) foi de 97% e a dos MEIs (microempreendedores individuais) foi de 87%, contrasta a taxa das MEs que registraram apenas 55% no mesmo ano. (SEBRAE, 2016, p. 23)

Gráfico 2 – Taxa de sobrevivência após 2 anos de existência (por porte)



Fonte: Elaborado a partir dos dados do Sebrae (2016)

“Esses resultados mostram que as MEs constituem o grupo que tem maior peso no fechamento dos pequenos negócios, seja pelo elevado número de empresas deste porte no grupo dos pequenos negócios, seja porque é o segmento com maior taxa de mortalidade. Esses resultados parecem indicar que, no caso das empresas maiores (EPP, MDE e GDE), que já possuem uma estrutura mais organizada e maior capital, ou seja, já adquiriram suficiente “musculatura”, estas tendem a ter maior chance de sobrevivência.”(SEBRAE, 2016, p. 23)

Há de se levar em consideração o crescimento do número de microempreendedores individuais desde 2009, como mostra o Gráfico 3. A pouca burocracia e o baixo custo para formalização e manutenção do MEI, associados à possibilidade de regularização de pequenos negócios, às vezes de uma pessoa só, sem funcionários, também ajudam a criar uma espécie de “nano” negócio com grandes chances de sobrevivência. (SEBRAE, 2016)

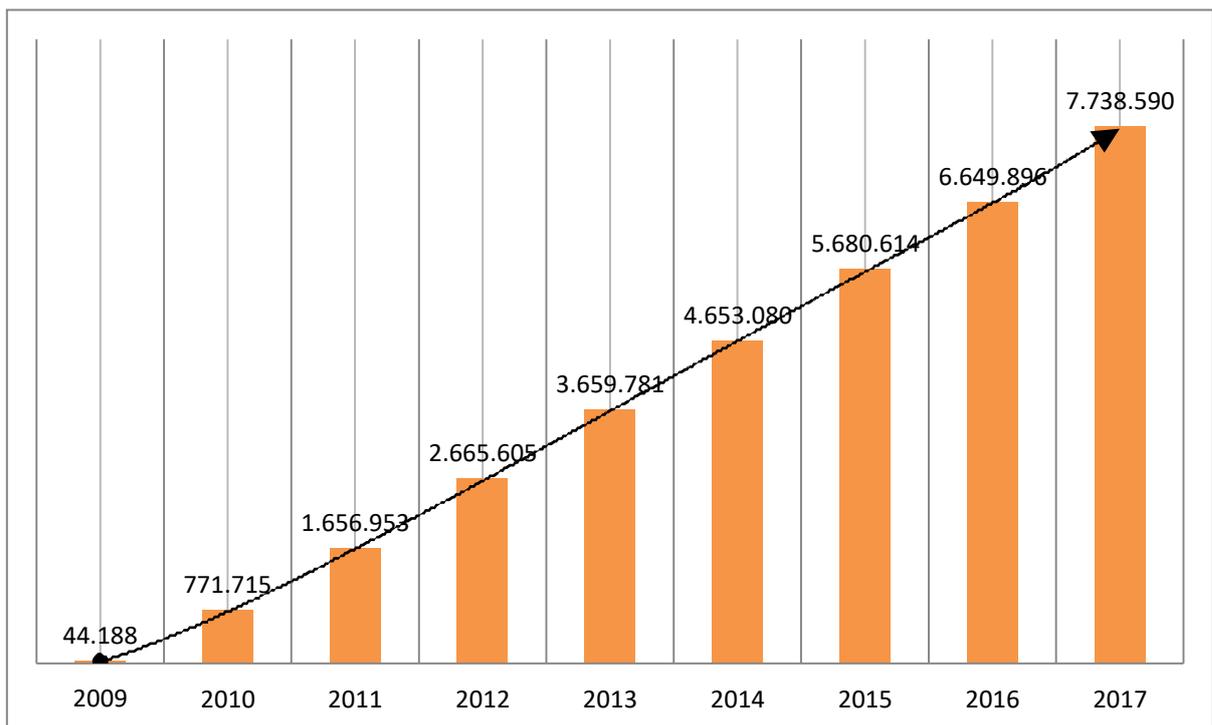
A tributação da microempresa somada aos custos com contador é em média 300% superior a do microempreendedor individual, fator esse que faz com que diversos MEIs não

escalem ao porte de microempresa. (CARRANÇA, 2017). Do mesmo modo, o movimento de migração de microempresa para MEI também se acelera.

O movimento de migração de microempresas para o Microempreendedor Individual deve obedecer a algumas regras, como por exemplo, o faturamento anual não pode exceder a R\$ 81.000,00; o limite de apenas um funcionário e; não ser sócio, administrador ou titular de outra empresa. (BRASIL, 2006).

Proprietários de microempresas, mas que não possuíam mais de um funcionário e se enquadravam nas demais limitações, puderam fazer essa migração para o MEI e diminuir sua carga tributária e complexidade de obrigações acessórias para a manutenção do negócio. (SEBRAE, 2016). No Gráfico 3 é possível observar o crescimento do número de microempreendedores individuais desde a sua implantação.

Gráfico 3 – Número de microempreendedores individuais por ano

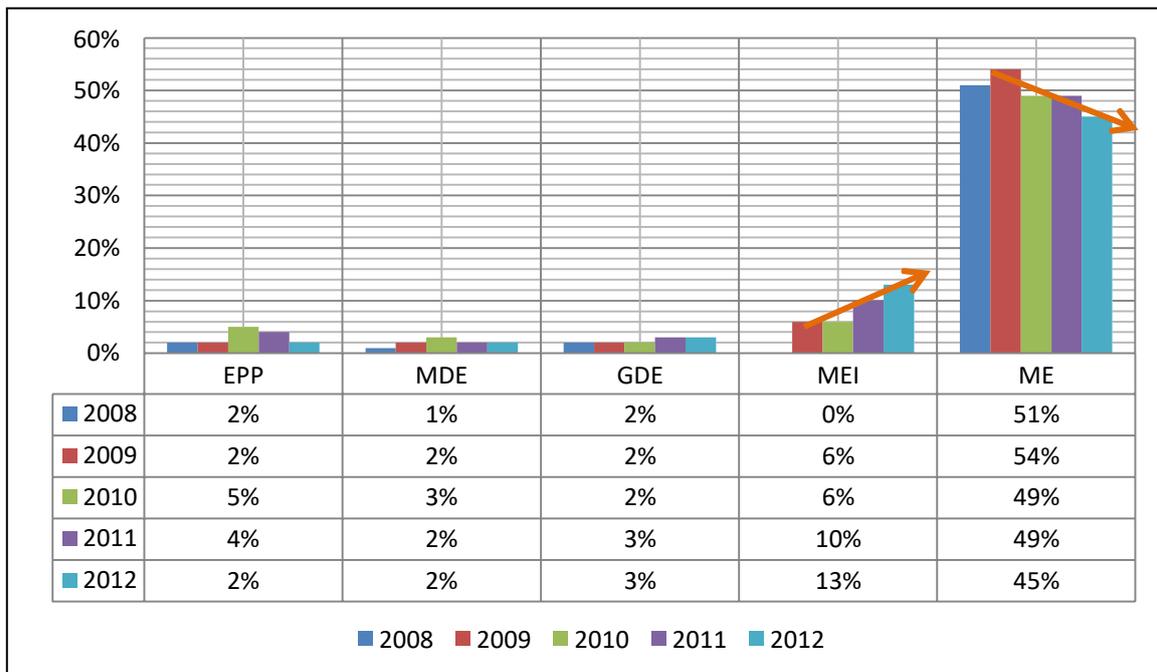


Fonte: Elaborado a partir dos dados do Portal do Empreendedor (2018)

De certo, não foi apenas a migração de microempresas para o microempreendedor individual que fez com que o número de MEs diminuísse em 2014 pela primeira vez na série apresentada. É possível ver no Gráfico 4 que de 2009 para 2012 o MEI teve um crescimento acentuado na taxa de mortalidade e as MEs tiveram uma diminuição no mesmo período. Deste modo, compreende-se que outros fatores contribuem para a taxa de mortalidade dos pequenos

negócios, não estando relacionada apenas, neste caso, à migração de porte. Neste mesmo gráfico também é possível visualizar que os outros portes também tiveram flutuações em suas taxas, mas não sendo tão expressivas quanto as que ocorreram com a microempresas e os microempreendedores individuais.

Gráfico 4 – Evolução da taxa de mortalidade de empresas (por porte)¹



Fonte: Elaborado a partir dos dados do Sebrae (2016)

3. Tomada de decisão nos pequenos negócios

O estudo do Sebrae (2016) demonstrou três fatores que particularizam as MEs frente às empresas de outros portes e que podem ser determinantes para a sua sobrevivência: O elevado número de empresas no setor, a organização estrutural e a quantidade de capital.

“A sobrevivência das empresas depende cada vez mais de uma gestão subsidiada de informações gerenciais eficientes e precisas para o desempenho das mesmas, que tornem o processo de tomada de decisão o mais racional possível, proporcionando a maximização da lucratividade e da rentabilidade do negócio.” (MONTEIRO e BARBOSA, 2011, p. 2)

Essa tomada de decisão mais racional proposta por Monteiro e Barbosa vem ao encontro do que Simon (apud PEREIRA e FONSECA, 2009, p. 8) caracteriza como racionalidade. Simon defende que para ser interpretada com clareza, a palavra racionalidade precisa estar acoplada por um adjetivo que dê a ela uma melhor definição. Dentro do contexto

¹ O registro oficial de MEI teve início em 2009, razão pela qual a taxa de sobrevivência para o MEI só é calculada a partir deste ano.

dos pequenos negócios, foram destacados dois dentre os seis dos tipos de racionalidade propostos pelo autor (objetiva e subjetiva), onde se verifica que os decisores baseiam-se em fatos e dados mensuráveis ou prescritos (objetiva), *ou* baseiam-se em informações e conhecimentos reais, filtrados pelos valores e experiências pessoais (subjetiva). (PEREIRA e FONSECA, 2009)

Observa-se, portanto, que as tomadas de decisão, inclusive para a abertura ou não do negócio, carecem de informações, dados, conhecimentos técnicos, experiências, pesquisas e tudo mais que possa subsidiar uma escolha mais assertiva. Martens (2007, p. 131) reforça isto à ideia dos novos produtos ao dizer que “ouvir as pessoas que podem contribuir com os inputs certos, saber quem ouvir e a quem ignorar, tudo isso pode fazer seu novo produto nascer ou morrer.”

Um estudo do Sebrae com micros e pequenas empresas identificou que 54% dos empresários não tinham informações sobre quem eram os seus clientes antes de abrir o negócio; 38% não sabiam quantos e quem eram os seus concorrentes e; 23% dos empresários entrevistados, antes de abrir o negócio, não tinham ideia de quem seriam seus fornecedores. (MACHADO, 2005, p. 5)

Encontra-se neste ponto uma concordância entre os autores de que a baixa capacidade de gestão dos empreendedores de micros negócios contribuem diretamente para tomadas de decisão ruins, e consequências fundamentais para a não sequência do negócio.

Politis (2005, apud ZAMPIER e TAKAHASHI, 2011) identificou que existem três fatores que podem auxiliar a compreender o modo predominante pelo qual os empreendedores transformam experiência em conhecimento empreendedor: a) resultados de empreendimentos prévios, tanto bem quanto mal sucedidos; b) lógica ou racionalidade dominante e; c) orientação da carreira do empreendedor.

Filion (1999, p. 12) faz uma interessante abordagem ao afirmar que “os melhores elementos para prever o sucesso de um empreendedor são o valor, a diversidade da experiência e das qualificações adquiridas por ele no setor em que pretende operar.”

Tanto Filion (1999) quanto Politis (2005, apud ZAMPIER e TAKAHASHI, 2011) realçam a experiência da pessoa empreendedora como fator de importante influência no sucesso do empreendimento.

Tavares et al (2009, p. 12) critica as técnicas existentes e que são propostas para a gestão das microempresas no Brasil dizendo que estas são “resultado de adaptações simplificadas de métodos similares voltados para a realidade das grandes empresas, não considerando as particularidades nem a real utilidade que terão no contexto da pequena empresa brasileira.”

Diante disso, observa-se que a singularidade das microempresas exige a aplicação de técnicas de gestão próprias para este porte de negócio, não sendo suficientes e perfeitos os mesmos métodos utilizados nas grandes empresas, dado que estas possuem outra realidade.

De todo modo, avaliar o desempenho do próprio negócio e melhorar a própria atuação a partir de comparação com sua concorrência direta pode ajudar, como diretriz, a organizar os passos mais assertivos possíveis para a sua gestão.

Como Machado (2005) abordou o estudo do Sebrae alertando atitudes prévias a serem tomadas, cabe ressaltar a necessidade de no plano de negócio: conhecer os concorrentes, os seus fornecedores e principalmente os seus clientes. Surge, nesse ponto, a possibilidade da utilização da ferramenta de benchmarking para antecipar-se a possíveis cenários que possa encontrar, assim, eliminando tempo e custos financeiros desnecessários com a relação tentativa e erro.

4. A utilização do Benchmarking como ferramenta

Antes de tratar da utilização da ferramenta é preciso definir o que é o benchmarking. Diversos autores tratam do assunto:

Watson (1992, apud CATUNDA, 2006, p. 6) define o benchmarking como um “processo contínuo para aprimoramento de estratégias, práticas, processos, serviços ou produtos através de medidas de comparação com os melhores da classe.”

Já Howard (1992, apud CHIAVENATO, 2012, p. 281) define como um “processo contínuo de avaliar produtos, serviços e práticas dos concorrentes mais fortes e daquelas empresas que são reconhecidas como líderes empresariais.”

Balm (1995, apud JUNIOR e VITAL, 2004) define como um “processo contínuo de medirmos os produtos, serviços e práticas com os mais fortes concorrentes ou com as companhias reconhecidas como líderes da indústria.”

Catunda (2006, p. 7) valida Watson, Howard e Balm ao dizer que o benchmarking é um “processo organizado de intercâmbio de conhecimentos e práticas reconhecidas entre organizações, com o objetivo primordial de superar os melhores em qualidade, tecnologia e baixo custo.”

Verifica-se, portanto, que há uma relação entre os pontos expostos por Fillion (1999) e Politis (2005, apud ZAMPIER e TAKAHASHI, 2011) no que tange a experiência prévia do empreendedor, e também com Martens (2007) em relação ao *ouvir pessoas que podem contribuir*. No contexto da gestão das microempresas, o benchmarking surge como um instrumento poderoso, onde os empreendedores podem se valer de experiências vividas por outros e verificar quais as melhores práticas estão sendo adotadas e podem ser implementadas em seus negócios. Não somente validar aquilo que deu certo, mas também identificar práticas que não tiveram sucesso. Catunda (2006, p. 7) faz uma importante afirmação a respeito da implementação do benchmarking ao dizer que este pode “transformar o conhecimento tácito em explícito, estudando e analisando quem é melhor, por que é melhor, em que é melhor e como se pode alcançá-lo e até superá-lo.”

Todavia, Kotler (2003, p. 63) salienta que quando a estratégia é idêntica à dos concorrentes, não é estratégia. “Se for diferente, mas facilmente imitável, será uma estratégia ruim. Se for absolutamente diferente e difícil de copiar, será uma estratégia poderosa e sustentável.” Logo, verifica-se que o benchmarking, por mais que permita ao empreendedor avaliar práticas e aprimorar as suas estratégias, não se limita ao ato de copiar e possuir êxito.

5. Perfil e motivação do empreendedor

Porém, há também de se identificar quem são esses proprietários de pequenos negócios e quais fatores os levaram a empreender (necessidade ou oportunidade?). Koteski (2004) preconiza o ponto da oportunidade e diz que essa peculiaridade dos pequenos negócios “propicia a criação de oportunidades à aqueles com maior dificuldade de inserção no mercado, como, por exemplo, o jovem que busca o primeiro emprego e as pessoas com mais de 40 anos.”

Kotler (2003, p. 55) indica que o empreendedor possui muita paixão e energia para criar algo novo e busca assumir riscos para que isto aconteça. Kotler (2003) ainda sobre o empreendedor, afirma que “seu objetivo é menos ganhar dinheiro do que construir uma coisa inédita.” Verifica-se neste ponto que o empreendedor, por mais que empreenda por necessidade, ainda sim busca lançar-se aos riscos iminentes na ambição de ser criativo

desenvolvendo algo inovador para o mercado. Entretanto, Schmitt e Brown (2004, p. 24) apontam que a criatividade não tem a necessidade de ser uma invenção pioneira, mas que de fato requer inovação e ser original. Baggio (2015, p. 26) faz uma importante contribuição ao afirmar que “o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação.” Neste ponto é reiterada a ideia de que o empreendedor e a inovação caminham juntos, mas não necessariamente o empreendedor que tem por perfil a criatividade, cria algum produto ou serviço novo.

Com um olhar partindo de dentro para fora Filion (2000) afirma que as empresas criadas por empreendedores são uma extrapolação de seus mundos subjetivos.

“O que os empreendedores fazem está intimamente ligado à maneira como interpretam o que está ocorrendo em um setor em particular do meio. Seu conhecimento de um mercado específico ou do desenvolvimento de um novo produto ou de um novo processo fabril irá levá-los a ter uma visão de alguma coisa diferente e a comercializá-la. Definem maneiras de fazer as coisas que refletem o que eles próprios são, e o sucesso deles depende do quanto aquilo que foi definido é adequado e diferente e o quanto isso satisfazas necessidades variáveis das pessoas. Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo.” (FILION, 2000)

6. Considerações finais

As microempresas têm em seu proprietário, muitas vezes, o único tomador de decisão. E estas decisões, certas vezes baseadas em pontos de vista pessoais e subjetivos, são determinantes no sucesso ou insucesso do negócio. O empreendedor de pequeno negócio com seu perfil ávido por inovação, desafios e pioneirismo pode, em alguns momentos, não utilizar de conhecimento científico suficiente para embasar suas tomadas de decisão, o que poderá acarretar em muitas incertezas a respeito da sobrevivência do negócio.

Neste cerne, a mortalidade acentuada das empresas que permeiam este porte pode estar ligada a diversos fatores. Parte como a baixa da empresa para a abertura de uma nova como microempreendedor individual nesses últimos anos, e parte também devido à má gestão do negócio, grande concorrência, pouca experiência prévia, pouco capital, entre outros.

Sobretudo, este empreendedor é movido por tamanha determinação, vontade e energia para gerenciar seu negócio. Suas decisões diversas vezes são baseadas em experiências de negócios anteriores, convicção e intuição.

Estudos, pesquisas e a preocupação da academia e do Governo com as empresas de portes menores devem ganhar especial atenção visto ao grande impacto na economia que estas produzem. O trabalho do Sebrae de apoio ao pequeno negócio deve ser ampliado e atingir ao máximo àquelas empresas que andam à margem do conhecimento técnico e científico. É necessário ajudar o empreendedor a compreender as ferramentas que podem auxiliá-lo a tomar melhores decisões a respeito do seu negócio, e projeções de mercado que podem mostrar no curto, médio e longo prazo cenários de mercado possíveis. Nem tão somente ajuda-lo a prever o futuro, mas também estudar ações no passado de outros empresários de pequenos negócios e verificar o que pode ser evitado ou repetido.

A utilização da ferramenta de benchmarking pode auxiliar nos caminhos a serem percorridos e nas decisões a serem tomadas, de modo que indicam boas práticas que devem ser analisadas. Contudo, o benchmarking não deve consistir em copiar meramente as estratégias e métodos dos líderes de mercado, mas utilizar como aprendizado e extrair o máximo de insights possível. Cada negócio possui uma particularidade diante de fatores como tempo, localidade, perfil, público-alvo, produto, porte, entre outros. Neste caso, a mera cópia da estratégia não compreenderá o mesmo sucesso obtido pelo líder do setor.

Deste modo, entende-se que o perfil inovador do empreendedor estará constantemente ligado ao risco do negócio. A inovação vem etimologicamente daquilo que é novo, logo, sempre estará envolvida num laço visceral com o desconhecido. Diversas práticas de gestão e administração podem ser utilizadas para diminuir o risco do negócio, como o próprio benchmarking que fora apresentado e outras ferramentas como o plano de negócios.

Referências

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BRASIL, 2006. Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006. **Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Diário Oficial da União. Brasília, 14 dez. 2006.

CARRANÇA, T. Tributação 300% maior faz empreendedor individual resistir a virar microempresa. **Valor Econômico**, São Paulo, 11 set. 2017. Brasil, p. 1. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5113620/tributacao-300-maior-faz-empendedor-individual-resistir- virar-microempresa>>. Acesso em: 29 out. 2018.

CATUNDA, R. M. P. **Benchmarking: Uma ferramenta para a Excelência da Gestão**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2006.

CHIAVENATO, I. **Administração Geral e Pública**. 3ª ed. Barueri: Manole, 2012.

DATASEBRAE. **Indicadores: Total de Empresas**. Disponível em: <http://sistema.datasebrae.com.br/sites/novo_datasebrae/#Empresas/Total_de_empresas/Grafico>. Acesso em: 25 out. 2018.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. 1999. Disponível em: <http://www.dge.ubi.pt/msilva/oe_oge/empreendedorimo.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2018.

_____. **Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. 2000. Revista Brasileira de Administração. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n3/v40n3a13.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

JUNIOR, R. J. C.; VITAL, T. W. **A utilização do benchmarking na elaboração do planejamento estratégico: Uma importante ferramenta para a maximização da competitividade organizacional**. 2004. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/947/94761406.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

KOTESKI, M. A. **As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro**. 2004. Disponível em: <<http://img.fae.edu/galeria/getImage/1/16570546884843246.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2018.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

MACHADO, J. R. **A Arte de Administrar Pequenos Negócios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

MARTENS, C. Às vezes, um grande conceito ainda não significa ainda um grande produto. In: Harvard Business School Press (Org). **Implementando a Inovação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. P. 131-138.

MONTEIRO, J. M.; BARBOSA, J. D. **Controladoria empresarial: Gestão econômica para as micro e pequenas empresas**. 2011. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/194/157>>. Acesso em: 26 jul. 2018.

PEREIRA, M.; FONSECA, J. **Faces da Decisão: Abordagem sistêmica do processo decisório**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. 2018. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: 26 out. 2018

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2018.

_____. **Estudo de mercado: Pequenos negócios em números**. 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 23 jul. 2018.

SCHMITT, B. H.; BROWN, L. **Gerenciamento criativo: planos e ferramentas para transformar sua empresa em um estúdio de criação**. São Paulo: Nobel, 2004.

TAVARES, B.; FERREIRA, M. A.; LIMA, A. A. **Identificação das práticas de Gestão das micro e pequenas empresas: Construindo uma escala de mensuração.** Revista de Negócios, ISSN 1980-4431, Blumenau, v. 14, n. 4 p. 11–27. 2009. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1153/1186>>. Acesso em: 30 out. 2018.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. **Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa.** 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v9nspe1/v9nspe1a07.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2018.