



UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E
ECONOMIA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

HAENY IARA FIGUEREDO DE SOUZA

PERCEPÇÃO EMPRESARIAL DOS FRACASSOS E
SUCESSOS DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS NO
MUNICÍPIO DE ITAPORÃ - MS

Dourados / MS

2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS- UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E
ECONOMIA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

HAENY IARA FIGUEREDO DE SOUZA

PERCEPÇÃO EMPRESARIAL DOS FRACASSOS E
SUCESSOS DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS NO
MUNICÍPIO DE ITAPORÃ - MS

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientado pelo Professor Dr. Manfredo Rode

Dourados / MS

2018

**PERCEPÇÃO EMPRESARIAL DOS FRACASSOS E SUCESSOS DAS
MICROS E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE ITAPORÃ -
MS**

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Professor Orientador e Avaliador Dr. Manfredo Rode
Presidente

Professora Dra. Maria Aparecida F. de Souza Nogueira
Avaliadora

Professor Juarez Marques Alves
Avaliador

Dedico esta monografia primeiramente a Deus, a minha família, em especial a minha mãe, pai, irmão, pois nunca desistiram de mim, sempre estiveram ao meu lado nos momentos mais difíceis e nunca descreditaram da minha capacidade.

E ao meu esposo, Antônio, pessoa com quem amo partilhar a vida. Obrigada pelo carinho, paciência e por sua capacidade de me trazer paz na correria de cada semestre.

AGRADECIMENTO

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

Agradeço a todos aos professores que me proporcionaram o conhecimento, não apenas racional, mas a manifestação do caráter e a afetividade da educação no processo de formação profissional, portanto, não somente por terem me ensinado, mas por terem me feito aprender. A palavra mestre, nunca fará justiça aos professores dedicados, aos quais sem nominar, terão os meus eternos agradecimentos.

Aos meus pais pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigada.

RESUMO: O estudo da Percepção Empresarial das causas dos fracassos e sucessos das Micros e pequenas empresas no município de Itaporã-MS, foi motivado através do grande papel influenciador na economia e os motivos das quais muitos deixam de dar continuidade em suas atividades. O tema foi escolhido através de estudos já realizados com temas semelhantes. O objetivo do trabalho é verificar as principais causas que afetam a vida econômica das micro e pequenas empresas, tendo elas a expectativa de vida continuada, por meio de um estudo multi caso no município de Itaporã – MS, no período de janeiro de 2018, foram aplicados questionários em diversas empresas na cidade, sendo elas logísticas, elétrica, mecânica, mercearias, papelarias e farmacêuticas. O trabalho foi desenvolvido através de pesquisa mista quantitativa e qualitativa, com o levantamento de dados secundários e a análise dos mesmos, além da pesquisa bibliográfica documental de literatura, relacionada ao tema e aplicação de questionário. Com base nos resultados, as principais causas da mortalidade das empresas são: Alta carga tributária, burocracia, falta de auxílio da prefeitura e governo, falta de informações, excesso de legislação, alta carga tributária para contratação de funcionários e etc. Já para se ter sucesso, deveriam ter o reconhecimento de seus clientes, localidade boa, ter criatividade e inovações, buscando sempre o melhor para seus clientes e sabendo administrar sua empresa de forma correta e, com um auxílio do governo disponibilizando um programa de ensino aos empreendedores, para que não tenha insolvência financeira e não cheguem à mortalidade de suas empresas.

Palavras chaves: Alta Carga Tributária; Legislação; Micros e Pequenas Empresas; Empresários.

ABSTRACT: The study of the Corporate Perception of the causes of failures and successes of micro and small enterprises in the municipality of Itaporã-MS was motivated through the great influential role in the economy and the motives of which many cease to continue their activities. The theme was chosen through studies already carried out with similar themes. The objective of this work is to verify the main causes that affect the economic life of micro and small enterprises, and their continued life expectancy, through a multi case study in the municipality of Itaporã - MS, in the period of January 2018, were applied questionnaires in several companies in the city, being logistical, electrical, mechanical, grocery, stationery and pharmaceutical. The work was developed through quantitative and qualitative mixed research, with the collection of secondary data and the analysis of the same, besides the literature bibliographic research of literature, related to the theme and application of questionnaire. Based on the results, the main causes of corporate mortality are: High tax burden, bureaucracy, lack of city and government assistance, lack of information, excessive legislation, high tax burden for hiring employees, etc. To be successful, they should have the recognition of their clients, a good location, creativity and innovations, always seeking the best for their clients and knowing how to manage their company correctly and, with the help of the government, providing a teaching program to the clients. Entrepreneurs so that it does not have financial insolvency and does not reach the mortality of its companies.

Keywords: High Tax Burden; Legislation; Micro and small Enterprises; Entrepreneurs.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01	Quantidade de Empresas Entrevistadas.....	
Tabela 02	Gênero dos Entrevistados.....	24
Tabela 03	Faixa Etária.....	25
Tabela 04	Escolaridade.....	25
Tabela 05	Cargo na Empresa.....	25
Tabela 06	Controle Internos.....	26
Tabela 07	Análise Financeira.....	27
Tabela 08	Divisão das finanças das empresas e Opinião de Cada Entrevistado.....	28
Tabela 09	Métodos de Marketing da Empresa.....	28
Tabela 10	Inovação de Produtos e Serviços.....	29
Tabela 11	Tributação de Nosso Estado e País.....	29
Tabela 12	Controles Diários das Empresas	30
Tabela 13	Localidade da Empresa.....	31

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 Dificuldades Enfrentadas Pelos Empreendedores e o Que Poderia Ajuda-los. 31

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA.....	10
1.2	OBJETIVOS.....	11
1.2.1	OBJETIVO GERAL.....	11
1.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.3	JUSTIFICATIVA.....	11
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	13
2.1	LEGISLAÇÃO DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.....	13
2.2	DEFINIÇÃO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA.....	14
2.2.1	FRACASSOS E SUCESSOS DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS.....	14
2.2.2	PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	15
2.2.3	CONCORRÊNCIA E INOVAÇÃO.....	16
2.2.4	FORNECEDORES.....	16
2.2.5	CONTROLE DE ESTOQUE.....	17
2.2.6	MARKETING.....	18
2.2.7	FORMAÇÃO EMPRESARIAL.....	18
3	METODOLOGIA	20
3.1	DELIENAMENTO DA PESQUISA.....	20
3.2	ÁREA DE ESTUDO.....	20
3.3	TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	22
3.4	TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS.....	22
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	23
4.1	PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS.....	23
1.2	PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	24
4.3	PERCEPÇÕES DAS CAUSAS DOS SUCESSOS E FRACASSOS.....	26
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
	REFERÊNCIAS	36
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	41

1 INTRODUÇÃO

As MPE ocupam papel de destaque no cenário econômico mundial. Caracterizam-se pela criação de novos postos de trabalho contribuindo para o desenvolvimento regional. Em virtude disso, as MPE são consideradas elementos importantes para o crescimento da economia e geração de emprego, transformando políticas de inovação em instrumentos de estímulo à competitividade (NETO; LOURENÇÃO; OLIVEIRA, 2006, apud SANTINI et al, 2015).

Segundo Lombardi Junior (2010), as micros e pequenas empresas no Brasil, conseguem a cada ano uma maior atuação na economia, permanecendo nas proximidades dos 90% do total de empresas segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE-2004), se sobressaindo como enormes geradores de emprego e renda, cooperando assim, de maneira crescente no Produto Interno Bruto (PIB).

De acordo com Pereira e Souza (2009), o procedimento de terceirização de determinadas atividades secundárias das grandes indústrias, visando a diminuição dos custos e encargos com funcionários, fez com que se alargasse o número de MPE prestadoras de serviços. Assim, estas empresas são as que mais geram renda e empregos, contribuindo para o aumento do PIB e alavancando a economia.

Ainda de acordo com Pereira e Souza (2009), tal taxa de mortalidade precoce das MPEs é um tema cada vez mais tratado e estudado por centros de estudos e serviços como o SEBRAE, Fundação Getúlio Vargas, entre outras instituições que aferem diversas alterações e a evolução das MPEs em motivados períodos. Pois, muitas destas empresas deixam suas atividades devido à múltiplos fatores como as falhas gerenciais, fatores econômicos, despesas excessivas, falta de conhecimento de mercado, entre outras.

O sucesso pode não ser permanente, no entanto, as empresas são criações humanas desprovidas de permanência real, devendo estas sobreviver além do período de vida de seu fundador, prestando a contribuição que deve a economia e a sociedade (DRUCKER,1984 *apud* LOMBARDI JUNIOR, 2010).

E, portanto, o objetivo deste trabalho versa em apresentar os elementos que ocasionam o sucesso ou fracasso das Micro e Pequenas Empresas.

1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA

De cada 100 micro e pequenas empresas (MPEs) abertas no Brasil, 73 continuam com sua atividade após dois anos de existência. Segundo o estudo Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil, feito pelo Sebrae, durante este período de dois anos acabam tendo descontinuidade de algumas empresas. A taxa de sobrevivência de 73% das micro e pequenas empresas se refere àquelas que nasceram em 2006 e estão há pelo menos dois anos completos em atividade (PORTAL BRASIL, 2014).

Além do aquecimento da economia brasileira, a maior sobrevivência das empresas brasileiras deve-se principalmente ao avanço da legislação, ao aumento na escolaridade dos empreendedores e ao forte crescimento do mercado consumidor interno, apontou assim, o presidente do SEBRAE Nacional, Luiz Barretto, durante o lançamento da pesquisa sobre a sobrevivência das MPEs brasileiras, em outubro de 2011 (PORTAL BRASIL, 2014).

Segundo dados do Departamento Nacional de Registro Comercial (DNRC), ligado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria, e Comércio Exterior (MDIC), são constituídas no Brasil em torno de 440 mil novas empresas por ano. Dessas, cerca de 80 mil empresas fecham. Para evitar este número, o SEBRAE recomenda 10 dicas para a sobrevivência das empresas (PORTAL BRASIL, 2014):

1. Planeje-se sempre;
2. Respeite sua capacidade financeira;
3. Não misture as finanças da empresa com finanças pessoais;
4. Fique de olho na concorrência;
5. Prospecte novos fornecedores;
6. Tenha controle do seu estoque;
7. Marketing não se resume a anúncio, invista em outras estratégias;
8. Inove mesmo que seja um produto/serviço de sucesso;
9. Invista sempre na formação empresarial;
10. Seja fiel aos seus valores e do seu negócio.

Assim, a pesquisa busca responder à questão de pesquisa: Qual a importância, de uma concretização de um programa de ensino para os empreendedores, que objetive prever dificuldades a serem encaradas no decorrer da atividade, sugerindo soluções e alternativas para cada uma delas, impedindo assim que chegue a uma circunstância de insolvência financeira?

1.2 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GERAL

Verificar as principais causas que afetam a vida econômica das micro e pequenas empresas, tendo elas a expectativa de vida continuada, por meio de um estudo de multi caso no município de Itaporã – MS, no período de Janeiro de 2018, foram aplicados questionários em diversas empresas na cidade, sendo elas sendo elas Comércios varejistas (roupas, calçados e utilidades), Comércios Varejistas (mercados), Elétrico (venda de materiais elétricos e serviços), Papelaria, Clínicas veterinárias e produtos, Bebidas em gerais, Gás GLP, Celulares e manutenção, venda de peças para motos e consertos, Farmacêutico, Combustível, Vidraçaria e serviços, Escritório de Contabilidade, Artigos de Pesca.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as causas do fracasso e sucesso das Micro e Pequenas empresas perante a literatura;
- Efetuar levantamento de dados, por meio de aplicação de questionário junto aos empresários, sócio proprietário e gerentes a respeito do fracasso e sucesso das MPEs.
- Identificar as causas do fracasso e sucesso das MPEs pesquisados.

1.3 JUSTIFICATIVA

A justificativa para a elaboração do referido tema tem como objetivo as micros e pequenas empresas, que têm grande papel econômico fundamental no país, além de ter um grande faturamento, elas também são responsáveis pela grande parte de contratação de mão de obra. Mas infelizmente, muitas dessas empresas não têm sua expectativa de vida continuada.

A partir dessa caracterização básica das MPES no Brasil, será evidenciada a análise das causas dos fracassos e sucessos das Micro e Pequenas empresas; como esse fator coopera definitivamente para o resultado adverso apresentado pelas empresas que se inserem no mercado nessas condições a partir do levantamento de dados juntamente com os proprietários, sócios proprietários e gerentes, a respeito do fracasso e sucesso das MPES. O presente estudo poderá auxiliar os comerciantes e empresários como se ter sucesso empresarial e como ficar longe do fracasso, através da análise dos dados obtidos no decorrer do trabalho.

Através da Contabilidade pode-se ter a real situação econômica, financeira e patrimonial das empresas através de estudos, registros, demonstrações e interpretações de fatos. Assim, pode-se controlar seu patrimônio e suas variações, sempre demonstrando com clareza as informações nelas contidas para pessoas físicas ou jurídicas.

Para os acadêmicos de Ciências Contábeis o estudo poderá auxiliá-los, a entender as necessidades dos gestores e assim podendo se aprofundar mais em temas que a sociedade encontra dificuldades em entender, ao Profissional de Contabilidade o estudo pode ser uma questão a ser analisada, se realmente eles estão passando as informações necessárias a seus clientes, e como repassar as informações para que seus clientes se sintam satisfeitos e seguros em relação a boa administração e principalmente seus direitos e deveres.

O estudo poderá proporcionar a sociedade em geral e aos futuros comerciantes informações importantes para administração de suas empresas, quais os meios de incentivos que eles podem ter e sempre ter orientação de um Contador qualificado para que se tenha informações precisas, para que tenham sucesso, e evitando o fracasso de suas empresas.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Nesse tópico será abordado temas para a melhor compreensão referentes a legislação e definição das MPES, os fracassos e sucessos das MPES, e temas sobre a administração de uma empresa.

2.1 LEGISLAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Lei Nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996

Nota: Vigência até 30.06.2007, conforme a Lei complementar 123/2006

Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das empresas de Pequeno Porte-SIMPLES e dá outras providencias (PORTAL TRIBUTÁRIO, 2007).

Capítulo

I Das Disposições Preliminares:

Art. 2º Para os fins dos dispostos nesta Lei, considera-se:
Microempresa a pessoa jurídica que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais); (redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005)
Empresa de pequeno porte a pessoa jurídica que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta superior a R\$240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais). (Redação dada pela Lei nº 11.196, de 2005) (PORTAL TRIBUTÁRIO,2007).

Lei Complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006:

A implantação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas (MPE):
Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Trata-se da ampla lei complementar que, vem sendo objeto de paulatina implantação/regulamentação desde que foi criada. Prevê também, diversos tratamentos diferenciados e favoráveis às MPES, no tocante à inscrição/baixa ao regime de impostos (criação do Simples Nacional), às compras governamentais, ao regime simplificado de exportação, à redução de obrigações trabalhistas acessórias, fiscalização orientadora, e à previsão da

necessidade de implantação da Lei Geral das MPEs no âmbito dos municípios, etc (SEBRAE RONDÔNIA, 2016).

2.2 DEFINIÇÃO DE MICRO E PEQUENA EMPRESA

De acordo com a Lei Nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, a definição de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte está a seguir:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar consideram-se micro empresas ou empresas de pequeno porte, sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - No caso da microempresa afora, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e

II - No caso de empresa de pequeno porte, afora, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) (REDAÇÃO DADA PELA LEI COMPLEMENTAR nº 155, 2016).

2.2.1 FRACASSOS E SUCESSOS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Neste tópico será abordado o tema de fracasso e sucesso das micros e pequenas empresas, e logo em seguida será tratado os temas dados como dicas do Sebrae para uma boa administração.

As pequenas e médias empresas detêm grande importância no cenário mundial, pois elas emergem nas economias industrializadas e nos países em desenvolvimento como formas de crescimento do emprego, principalmente devido à possibilidade de flexibilidade e menor necessidade de capital (FELIPPE; ISHISAKI; KROM, 2004, p. 2).

O sucesso e fracasso das micro e pequenas empresas está diretamente ligado à economia nacional, e consistem em variáveis determinantes para a manutenção e o crescimento da capacidade produtiva de um país (COLOSSI; DUARTE, 2000, p. 2).

Existem algumas características que identificam o perfil do empreendedor e, que são essenciais para que a empresa alcance o sucesso, como motivação, persistência na busca de

objetivos, criatividade que implica liberdade para agir independentemente, autoconfiança, estar seguro das próprias ideias e decisões, capacidade de assumir riscos, ter iniciativa e assumir a responsabilidade pelos próprios atos, capacidade para delegar tarefas e decisões; capacidade prospectiva para detectar tendências futuras, e, espírito de liderança para conduzir e orientar equipes (SANTOS; PEREIRA, 1995, *apud* OLAVE; SILVA; JESUS, 2012).

“A possibilidade de fracasso nos negócios é uma ameaça constante aos empreendedores. Ninguém garante sucesso nem concorda em tirar um proprietário de uma situação financeira difícil” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004, p. 9).

A inexperiência com o ramo dos negócios, é um dos motivos que levam as empresas ao fracasso, muitas vezes, precocemente. A falta de competência administrativa, também é mencionada por este autor, que afirma que, ocorre do empreendedor conhecer o ramo, mas não saber administrar/gerenciar (CHÉR, 1991, *apud* PELISSARI et al).

“Um maior tempo de planejamento permite que se conheça melhor o mercado antes de abrir a empresa, o que tende a aumentar as chances de sucesso” (SEBRAE, 2014).

Escolher o tipo de negócio adequado e estudar a possibilidade deste ser duradouro é fundamental para tomar decisões e investir capital, bem como aperfeiçoar as habilidades de administrar empresas objetivando lucro (GRECO *et al*, 2011, *apud* SANTINI, 2015).

Chér (2008, p.121), afirma que para as empresas prosperarem, dependem da velocidade, inovação permanente, vantagens únicas e exclusivas.

2.2.2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

“O planejamento financeiro é um aspecto importante das operações das empresas porque fornece um mapa para a orientação, a coordenação e o controle dos passos que a empresa dará para atingir seus objetivos” (GITMAN, 2010, p.105).

Para planejar um negócio competitivo, o empreendedor deverá observar a concorrência, coletando informações sobre as condições comerciais por ela oferecidas, como prazo de pagamentos, prazo de entrega de produtos, atendimento pós-venda, garantias, entre outros. Com isso, a atividade empresarial torna-se mais afastada do fracasso (MAHAMIDI 2012, *apud* SANTINI *et al*, 2015).

“O planejamento financeiro estabelece o método pelo qual as metas financeiras devem ser atingidas. A meta mais frequentemente adotada pelas empresas é o crescimento” (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2009, p.589).

Um plano financeiro a curto ou em longo prazo serve de guia para futuro comportamento da empresa. É a projeção das condições atuais para o futuro desconhecido, poderá devidamente reajustadas, tendo em vista as novas condições de trabalho, previamente estimadas (OLIVEIRA, 2012).

2.2.3 CONCORRÊNCIA E INOVAÇÃO

Freitas e Lesca (1992), afirmam que as empresas que ganharão a guerra econômica serão aquelas que tiverem ganho a guerra da informação, o que demonstra ser a adaptação da empresa função da informação.

De acordo com Cobra (1995, p. 113), é preciso que toda organização esteja preocupada com a qualidade de seu atendimento ao cliente e ao consumidor final, para que se tenha mais produtividade que reduza custos e à empresa se torne mais competitiva.

A categoria de inovação “novo para o mercado” compreende produtos que são novos tanto para a empresa como para o mercado (KAUFMANN; TODTLING, 2000, *apud* SILVA *et al*, 2005).

Analisando as novas tecnologias Chér (2008, p. 70), afirma que novas tecnologias podem abrir oportunidades de negócios. Produtos e serviços inéditos quase sempre indicam que inovação e tecnologia andam de braços dados.

A noção de concorrência caracteriza-se pelo processo de disputa entre as firmas, e a competitividade é entendida como a capacidade das firmas de estabelecer estratégias que compreendam tanto o contexto externo (mercado e sistema econômico) quanto o interno (sua organização) a fim de manter ou superar a sua participação no mercado no processo de competição (SILVA, 2001).

2.2.4 FORNECEDORES

Analisando os fornecedores, pode-se, segundo Francischini e Gurgel (2014, p. 70),

estabelecer critérios de avaliação de fornecedores devido a quantidade enorme dos mesmos, os autores citam que o objetivo principal da avaliação de fornecedores é comprovar a capacidade de atendimento de requisitos especificados dos produtos a ser comprado.

Existem dois métodos para seleção de fornecedores: a licitação competitiva e a negociação. Em ambos os casos, o critério geralmente utilizado para seleção é o preço (SMITH, 1991, *apud* ALENCAR; ALMEIDA; MOTA, 2007).

A confiança existe devido a um laço emocional criado entre os indivíduos. Fornecedores e compradores envolvidos em um relacionamento de negócios considerado seguro caracterizado pela confiança mútua, possuem conhecimento adequado, experiência e criatividade para identificar e resolver problemas, assim como para elaborar um planejamento efetivo (WICKS et al, 1999, *apud* PIMENTEL CLARO; OLIVEIRA CLARO, 2004).

De acordo com Bulgacov (1999, p. 155), os fornecedores têm grande influência sobre o sucesso da empresa, pois através de seus produtos e serviços, a empresa pode realizar a transformação e disponibilizar ao mercado próprios produtos e serviços.

2.2.5 CONTROLE DE ESTOQUE

Ching (2010, p. 21), afirma que o controle de estoque deve ter um planejamento, para que se tenha a determinação de valores, datas de entrada e saída de materiais do estoque e determinação dos pedidos de material.

A administração da empresa é responsável pelo estabelecimento do sistema de controle interno, pela verificação seguido pelos funcionários, e por sua modificação, no sentido de adaptá-lo às novas circunstâncias (ALMEIDA, 2010, p. 43, *apud* DANTAS, 2015).

A função do controle de estoques é definida como um fluxo de informação que permite comparar o resultado real da atividade planejada (FRANCISCHINI et al, 2002, *apud* ANDRADE; OLIVEIRA, 2011).

Francischini e Gurgel (2014, p. 160), afirmam que para se ter um controle de estoque eficaz é necessário, que haja um fluxo de informações adequado e um resultado esperado de seu comportamento.

2.2.6 MARKETING

“O marketing requer o planejamento estratégico do empreendedor definindo seu papel e auxiliando, portanto, na interação e formalização de seus métodos funcionais” (CARNEIRO; FONTES, 1997).

O marketing é visto como a tarefa de criar, promover e fornecer bens e serviços a clientes, sejam estas pessoas físicas ou jurídicas. Na verdade, os profissionais de marketing envolvem-se no marketing de bens, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias (KOTLER, 2000, p. 25).

Cobra (1995, p. 115), afirma ao adotar uma filosofia em marketing, pode ser o caminho para o sucesso, mais implicaria no reconhecimento dos valores que devem nortear a operação de qualidade em uma empresa.

Bulgacov (1999, p. 150), destaca que o marketing pode ser considerado como uma das funções desenvolvidas na empresa que visa atender simultaneamente aos desejos e necessidade dos consumidores e aos objetivos econômicos da empresa, através da oferta de um produto ou serviço.

Quanto as decisões de marketing, Longenecker, Moore e Petty (2004, p. 191), afirmam que os empreendedores podem tomar decisões de marketing com base apenas na intuição ou podem basear seu julgamento em informações de marketing seguras.

2.2.7 FORMAÇÃO EMPRESARIAL

Entre tanto, grande parte dos saberes desenvolvidos nos programas de formação e aperfeiçoamento ficam circunscritos às suas vivências específicas (RUAS, 1999, *apud* BAHRY; TOLFO, 2007).

A questão principal a ser enfocada pela formação profissional tem a ver, evidentemente, com as novas demandas que lhe faz o setor empresarial. Examinada de forma genérica esta questão pode, à primeira vista, parecer simples, suscitando, por isso, respostas também simples (FERRETTI, 1997).

Entende-se como Formação, segundo Dannemann (2017), um meio que desenvolva as aptidões profissionais de uma pessoa, considerando as possibilidades de emprego”. Hoje, estabelece-se que, conjuntamente, a Orientação e a Formação Profissionais têm por objetivo “descobrir e desenvolver as aptidões humanas para uma vida ativa produtiva e satisfatória, assim como melhorar as individuais.

3 METODOLOGIA

A Metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação. É a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade (PRODANOV; FREITAS, 2013).

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

De acordo com Lakatos e Marconi (2006, p. 83), “O método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

Segundo Lakatos e Marconi (2006, p. 185), “A pesquisa bibliográfica abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao estudo e com a finalidade de colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que já foi dito sobre determinado assunto”.

O trabalho será desenvolvido através de pesquisa qualitativa, com o levantamento de dados secundários e a análise dos mesmos, além da pesquisa bibliográfica documental de literatura, relacionada ao tema e aplicação de questionário.

3.2 ÁREA DE ESTUDO

Esse tópico se refere à área em que foram aplicados os questionários e quais foram a população alvo de estudo. Conforme informado verbalmente no dia 09/08/2017, pela JUCEMS (Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul), no município de Itaporã - MS,

existem 982 unidades ativas de ME, dentro desse quantitativo estão as MEI e 18 unidades ativas de EPP.

Para atingir os objetivos de pesquisa, foram aplicados 30 questionários contendo perguntas fechadas aos proprietários, sócios e gerentes, em um total de 30 empresas. A aplicação dos mesmos foi em diversos ramos de atividades empresariais, sendo elas 12 Comércios varejistas (roupas, calçados e utilidades), 03 Comércios Varejistas (mercados), 01 Elétrico (venda de materiais elétricos e serviços), 01 Papelaria, 02 Clínicas veterinárias e produtos, 01 Bebidas em gerais, 01 Gás GLP, 02 Celulares e manutenção, 01 venda de peças para motos e consertos, 1 Farmacêutico, 01 Combustível, 01 Vidraçaria e serviços, 01 Escritório de Contabilidade, 01 Artigos de Pesca, no período de janeiro de 2018. Foi verificado, através de buscas pela internet e por lista telefônica da cidade que muitas dessas 982 ME e MEI, que constam no site da JUCEMS, já não estão em funcionamento e muitas empresas abertas são pessoas que não tem um local específico de funcionamento e nem loja física.

A razão da escolha dessas 30 empresas, são por afinidades com os donos e por disponibilidade de participação na pesquisa.

Itaporã é um município brasileiro da região Centro-Oeste, situado no Estado de Mato Grosso do Sul. É conhecida como "Cidade do Peixe", pois possui a maior lâmina d'água do Estado em matéria de criação e produção de peixes (PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPORÃ, 2017).

Na terceira década do século XX, o então presidente do Estado de Mato Grosso, Pedro Celestino da Costa, destinou, para fins de colonização, uma área de 50 000 hectares compreendida entre os Rios Brilhante e Panambi, pertencentes ao município de Ponta Porã (PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPORÃ, 2017).

O prefeito de Dourados deu início aos trabalhos de colonização e criou a denominação "Colônia Municipal de Dourados", procedendo, a seguir, à distribuição dos primeiros lotes do novo povoado, atualmente Itaporã. O município foi criado pela Lei 659, de 10 de dezembro de 1953. Em 1977 o município passa a fazer parte do atual Estado de Mato Grosso do Sul (PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPORÃ, 2017).

3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

O levantamento e identificação de dados do fracasso e sucesso das Micro e Pequenas Empresas serão realizadas através de questionário com perguntas fechadas (Apêndice A) sobre planejamento financeiro, controle das atividades da empresa, marketing e produtos/serviços, sendo assim, objetivando resultados a serem analisados.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

A análises foram feitas através de percentual e tabelas, usando planilhas de Excel.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a realização do trabalho que busca evidenciar a percepção empresarial dos fracassos e sucessos das micro e pequenas empresas no município de Itaporã, foram aplicados questionários com temas referentes a planejamento financeiro, controle das atividades da empresa, marketing e produtos e serviços.

Os resultados abordam o perfil das empresas e dos entrevistados.

4.1 PERFIL DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

Foram 30 questionários aplicados, em um total de 30 empresas. A razão da escolha destas empresas é por afinidade com os proprietários e disponibilidades de participação na pesquisa. A aplicação dos mesmos foi em diversos ramos de atividades empresariais, sendo elas 12 Comércios varejistas (roupas, calçados e utilidades), 03 Comércios Varejistas (mercados), 01 Elétrico (venda de materiais elétricos e serviços), 01 Papelaria, 02 Clínicas veterinárias e produtos, 01 Bebidas em gerais, 01 Gás GLP, 02 Celulares e manutenção, 01 venda de peças para motos e concertos, 1 Farmacêutico, 01 Combustível, 01 Vidraçaria e serviços, 01 Escritório de Contabilidade, 01 Artigos de Pesca, cuja informações se encontram na Tabela 1.

Tabela 1 - Quantidade de empresas entrevistadas

Ramo da empresa	Total de respondentes	%
Comércio varejista (mercados)	3	10,00%
Comércio varejista (roupas, calçados e utilidades)	12	40,00%
Elétrico (Venda de materiais elétricos e serviços)	1	3,33%
Papelaria	1	3,33%
Clínica veterinária e produtos	2	6,66%
Bebidas em geral	1	3,33%
Estética	1	3,33%
Gás GLP	1	3,33%
Celulares e manutenção	2	6,66%

Venda de peças para motos e concertos	1	3,33%
Farmacêutico	1	3,33%
Combustível	1	3,33%
Vidraçaria e serviços	1	3,33%
Escritório de Contabilidade	1	3,33%
Artigos de Pesca	1	3,33%
Total	30	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Quanto aos participantes entrevistados, foram selecionados proprietários, sócios-proprietários, gerentes, que trabalham em cada estabelecimento. Os questionários aplicados foram iguais para todos, pois cada um tem uma concepção diferente, podendo assim, chegar aos objetivos do trabalho.

Os questionários foram direcionados para obter uma relação das percepções das causas dos sucessos e fracassos das MPEs, podendo assim, buscar a responder: Qual a importância, de uma concretização de um programa de ensino para os empreendedores, que objetive prever dificuldades a serem encaradas no decorrer da atividade, sugerindo soluções e alternativas para cada uma delas, impedindo assim, que chegue a uma circunstância de insolvência financeira?

4.2 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Nesta seção, serão apresentadas as análises dos resultados dos questionários, com dados estatísticos, feitos por meio do programa Excel, normalmente utilizado em trabalhos acadêmicos. Os dados apresentados a seguir, dão início ao perfil dos entrevistados, e por seguinte, os resultados das percepções dos sucessos e fracassos. Entre os proprietários, sócios-proprietários e gerentes das empresas entrevistadas, obteve-se informações de gênero, faixa etária, escolaridade e cargo na empresa, cujas informações se encontram nas tabelas 2 a 5.

Tabela 2- Gênero dos entrevistados

Gênero	Total de respondentes	%
Feminino	17	56,66%
Masculino	13	43,33%
Total	30	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 2, 56,66% dos questionários respondidos houve predominância o gênero feminino e com 43,33% o gênero masculino.

Tabela 3- Faixa etária

Faixa etária	Total de respondentes	%
21 aos 30 anos	8	26,67%
31 aos 40 anos	10	33,33%
41 aos 50 anos	8	26,67%
Mais de 50 anos	4	13,33%
Total	30	100,00%

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa.

A maioria dos entrevistados têm entre 31 e 40 anos (33,33%); a faixa etária dos 21 aos 30 anos e 41 aos 50 anos obteve uma taxa de percentual igual a 26,67% e pessoas com mais de 50 anos totalizaram 13,33%.

Tabela 4 – Escolaridade

Escolaridade	Total de respondentes	%
Ensino fundamental incompleto	1	3,33%
Ensino fundamental completo	1	3,33%
Ensino médio incompleto	2	6,66%
Ensino médio completo	9	29,97%
Ensino superior incompleto	1	3,33%
Ensino superior completo	15	49,95%
Não responderam	1	3,33%
Total	30	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Grande parte dos entrevistados têm nível superior com 49,95%, já com ensino médio completo, foram 29,97%. E 6,66% são pessoas que possuem ensino médio incompleto, os outros graus de estudos se igualam com 3,33%.

Tabela 5- Cargo na Empresa

Cargo na empresa	Total de respondentes	%
Proprietário	24	80,00%
Sócio proprietário	1	3,33%
Gerente	5	16,67%
Total	30	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Quanto aos cargos ocupados na empresa obteve-se uma predominância de 80%, sendo eles proprietários, com 16,67% gerentes e apenas 3,33% sócio proprietário.

4.3 PERCEPÇÕES DAS CAUSAS DOS SUCESSOS E FRACASSOS

Os dados a seguir consideram as causas dos sucessos e fracassos das empresas. Foi feita uma análise dos aspectos relacionados ao tema, contudo, dividindo opiniões entre os entrevistados, foram abordados temas sobre controles internos, administração da empresa, tributação, marketing, inovação empresarial, formações empresariais e etc.

Em relação aos controles internos, foi perguntado se a empresa faz planejamento para atividades futuras, através de controles gerenciais. Sendo assim, o resultado encontra-se na Tabela 6.

Tabela 6- Controles Internos usados para administrar as empresas entrevistadas

Controles internos	Total de respondentes	%
Controle financeiro	19	18,27%
Controle de contas a pagar	21	20,19%
Controle de contas a receber	16	15,38%
Controle tributário	7	6,73%
Não possui controle	1	0,96%
Outros	1	0,96%
Não responderam	1	0,96%
Fluxo de caixa	20	19,23%
Controle de estoque	18	17,31%
Total	104	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Analisando a tabela 6 em relação ao uso de controles internos, 20,19% das empresas tem controle de contas a pagar e 19,23% utilizam fluxo de caixa. O controle de contas a receber deveria estar-se igualando com o controle de contas a pagar; sendo assim, quando for pagar suas contas, o empresário já teria seus recebíveis em caixa. Ou os micros empresários estão gastando mais do que têm a receber.

O controle interno representa em uma organização o conjunto de procedimentos, métodos ou rotinas com os objetivos de proteger os ativos, produzir dados contábeis

confiáveis e ajudar a administração na condução ordenada dos negócios da empresa (ALMEIDA, 1996, p. 50, *apud* COAD, 2010).

Referente à Tabela 7, foi questionado se as empresas efetuam análise financeira, anualmente, semestralmente, mensalmente, às vezes, nunca. A análise financeira é a capacidade de avaliar a rentabilidade das empresas, tendo em vista, a função das condições atuais e futuras, verificar se os capitais investidos são remunerados e reembolsados de modo que as receitas superem as despesas de investimento e de funcionamento (TRABALHOS GRATUITOS, LUANSAN, 2014).

Tabela 7- Análise Financeira

Análise financeira	Total de respondentes	%
Anualmente	6	18,75%
Semestral	3	9,37%
Mensalmente	15	46,87%
Às vezes	7	21,87%
Nunca	1	3,12%
Total	32	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Todo empreendedor que deseja conduzir com sucesso um negócio próprio, precisa familiarizar-se com o fato de que toda e qualquer ação realizada na empresa, quer seja com propósitos operacionais, administrativos, técnicos ou comerciais, apresentarão reflexos na estrutura e no desempenho econômico e financeiro do empreendimento (SEBRAE PARANÁ, 2017).

Ainda de acordo com o Sebrae paraná (2017) a análise financeira através do monitoramento dos fatos e dos resultados, bem como, do planejamento de novos fatos e resultados deve tornar-se uma ação gerencial estratégica constante do empresário.

Porém analisando a tabela 7, 46,87% das empresas fazem a análise financeira mensalmente e 18,75% fazem a análise anualmente, apenas 3,12% nunca fazem a análise.

Em relação à tabela 8, foram feitas perguntas sobre se as finanças da empresa são separadas das finanças pessoais, se a empresa participa de formações empresariais, para buscar novos conceitos e melhorar a empresa, se na concepção dos entrevistados deveriam ter cursos, palestras que incentivassem os empreendedores, como buscarem seus objetivos e como administrar suas empresas, obtendo os resultados a seguir.

Tabela 8-Divisão das finanças das empresas e opinião de cada entrevistado

Descrição	Sim	Às vezes	Não	Não resp.	Total
As finanças pessoais são separadas das jurídicas	66,67%	10%	23,33%		100%
A empresa participa de formações empresariais	26,67%	53,33%	20%		100%
Deveriam ter cursos que incentivassem os empreendedores	90%	6,67%		3,33%	100%

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa.

Com 66,67% pouco mais da metade das empresas fazem suas devidas separações de finanças pessoais das finanças da empresa, isto é, muito importante, pois para uma empresa é excelente ter um controle financeiro estável e fazer jus do postulado da entidade. 26,67% dos gestores participam de formações empresariais, para um bom funcionamento e inovação da empresa, é essencial sempre adquirir novos conhecimentos para seu negócio e sempre ter funcionários qualificados.

Na opinião de 90% dos entrevistados, todos concordam em ter cursos que incentivem e ajudem os empreendedores a administrar suas empresas, pois todos saberiam como administrar e, deste modo, diminuindo a mortalidade das empresas. O SEBRAE possui cursos sem custos sobre Gestão Empresarial, mas com o incentivo do Poder Público deveriam existir cursos desde o básico até o avançado, reforçando a necessidade apontada pelos entrevistados (Tabela 8).

Em relação ao marketing contido na tabela 9, foi questionado se para diminuir a concorrência da empresa, são utilizados alguns métodos de marketing para alavancar a empresa.

Tabela 9- Métodos de marketing da empresa

Métodos de Marketing da empresa	Total de respondentes	%
Panfletagem	6	12,50%
Anúncios via rádio ou nas ruas	12	25,00%
Anúncios pela internet	21	43,75%
Não	2	4,16%
Outros	6	12,50%
Não responderam	1	2,08%
Total	48	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Com tanta tecnologia envolvida em nossas vidas, a *internet* se transformou no meio rápido e comunicativo para interagir entre os empreendedores e seus clientes; 43,75% das empresas fazem o marketing através de anúncios pela internet, outros 12,50% dessas empresas fazem seus marketings através de *Outdoor*, indicação de um cliente para outro, ou através de redes sociais e promoções.

Todas as empresas precisam de um plano de marketing que una as pessoas em torno de seus objetivos e estabeleça metas para o futuro (RICHERS, 2000, p. 61, *apud* SANTARÉM, 2006).

Em relação à inovação de produtos e serviços na tabela 10, foi questionado quanto à inovação, se a empresa busca por novos produtos e serviços.

Tabela 10- Inovação de produtos e serviços

Inovação de produtos e serviços	Total de respondentes	%
Para melhor atender seus clientes	30	93,75%
Para não ter concorrência	1	3,13%
Outros	1	3,13%
Total	32	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Com 93,75%, as empresas buscam por inovações de produtos e serviços para melhor atender seus clientes, mesmo com inovações as empresas sempre terão concorrentes, o que difere uma empresa da outra, é o bom atendimento e preços acessíveis.

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o processo pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para o negócio diferente ou um serviço diferente (DRUCKER, 1987, *apud* MONTEIRO, 2008).

A Tabela 11 se refere à tributação do Estado e do País. Foram feitos questionamentos, sobre o que os entrevistados pensam em relação aos impostos incidentes no nosso estado e país.

Tabela 11: Tributação do Estado e País

Descrição	Abusivos	Deveriam ser mais baixos	Desanimador	Total
As alíquotas de todos os impostos de nosso Estado são As alíquotas de todos os impostos de	47,37%	34,22%	18,42%	100,00%

nosso País são	55,00%	27,50%	17,50%	100,00%
----------------	--------	--------	--------	---------

Fonte: Elaborada pela autora, com dados da pesquisa.

A tributação do Estado e País são muitos discutidos no dia a dia, de todo cidadão. No entanto, a Tabela 11, mostra de uma forma geral o que as pessoas pensam dos impostos abusivos, se deveriam ser mais baixos, se chega até ser desanimador, alguns até disseram que a cobrança dos impostos deveria ser igual para todos.

O Fórum Econômico Mundial (FEM) divulgou o relatório de competitividade global das economias mundiais, o grupo considerou dados, incluindo níveis de corrupção, inflação e a estabilidade política para compilar uma imagem de competitividade dos países, sendo que o Brasil é o 7º maior cobrador de impostos no ranking mundial (INFO MONEY, 2016).

Em relação aos controles diários da empresa foi questionado se a empresa possui alguns controles diários para administra-la; os resultados encontram -se na Tabela 12.

Tabela 12- Controles diários da empresa

Controles diários	Total de respondentes	%
Livro caixa	22	44,89%
Livro Banco	3	6,12%
Entrada e saída de mercadoria	22	44,89%
Outros	2	4,08%
Total	49	100,00%

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Os controles diários são essenciais para uma boa administração, para assim tomar decisões e controlar o capital de giro. Entre os resultados 44,89% das empresas fazem o controle de livro caixa e 44,89% de entrada e saída de mercadorias; 6,12% fazem o controle por meio do Livro Banco e os outros 4,08% fazem o controle através de *softwares* instalados no computador. Com o capital de giro administrado de forma correta, as empresas podem resolver as maiorias dos problemas enfrentados na vida financeira da empresa.

O controle interno dá suporte a todas as áreas da administração para que os objetivos traçados sejam atingidos com sucesso. É avaliando constantemente os seus controles internos que a Instituição assegurar-se-á da efetividade do modelo de gestão aplicado, da necessidade ou não de alterá-lo, para aprimorar sua ação controladora e atingir melhores resultados (WADDELL, 1982, *apud* ABREU, LOCK, 2007).

Na Tabela 13 foi questionado referente a localidade da empresa, assim obtiveram -se os seguintes resultados de pesquisa.

Tabela 13- Localidade da Empresa

Localidade da empresa	Total de respondentes	%
Ótimo	22	73,33%
Bairro e cidade boa	6	20,00%
Outros	1	3,33%
Não responderam	1	3,33%
Total	30	100,00%

Fonte: Escrita pela própria autora, com dados da pesquisa.

A boa localidade da empresa, tem que ser levado em consideração o público alvo que você deseja atender, o produto a ser vendido, verificar se os preços de gastos são compatíveis com a sua capacidade de investimento, sempre verificar se a muitos concorrentes e se há movimento no dia a dia do local. Muitos dos comerciantes reclamaram que o problema não é a localidade da empresa (73,33%) ou a cidade (20%), mais sim nos próprios consumidores que não valorizam o comércio local, muitos preferem fazer suas compras na cidade vizinha que fica a 17 quilômetros.

A seguir no quadro 1 serão tratados a respeito, nas maiores dificuldades na inserção de uma empresa, maiores dificuldades para ser um empreendedor e o que poderia ajudar os empreendedores a não chegarem a uma insolvência financeira, e assim não abrirem falência.

Quadro 1- Dificuldades enfrentadas pelos empreendedores e o que poderia ajuda-los.

Maiores dificuldades na inserção de uma empresa	O que poderia ajudar os empreendedores não abrirem falência	Maiores dificuldades para ser um empreendedor
<ul style="list-style-type: none"> -Concorrência desleal; -Alta carga tributária; -Muita burocracia; -Falta de auxílio da prefeitura; -Falta de informações; -Dificuldade de acesso a credito por parte dos bancos; -Excesso de legislação; -Planejamento estratégico; 	<ul style="list-style-type: none"> -Diminuir a carga tributária; -Maiores linhas de créditos com juros baixos; -Planejar e investir em capacitação de pessoas da empresa; -Reconhecimento dos clientes locais; -Corte de gastos; -Renegociação de dívidas; -Investir em inovações e criatividade; 	<ul style="list-style-type: none"> -Alta carga tributária; -Alta carga tributária para contratação de funcionários; -Falta mão de obra qualificada; -Falta de cursos gratuitos, para incentivar os empreendedores; -Falta de capital de Giro; -Falta de apoio do governo; -Acreditar no próprio negócio;

	-O governo adotar o imposto único; -Incentivo do governo; -Menos burocracia do governo e dos bancos; -Ter cursos gratuitos que incentivassem os empreendedores;	
--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora, com dados da pesquisa.

Para todos os entrevistados os maiores problemas para inserção de uma empresa no mercado de trabalho, são as burocracias enfrentadas no momento de se tornar pessoa jurídica há muito excesso de legislação quando se trata de abrir o próprio negócio, também há muita dificuldade de acesso à crédito por parte dos bancos, sem contar que muitas das empresas reclamam que não há auxílio da prefeitura do município, e ainda há muita falta de informações no momento de constituição da empresa.

O que realmente está faltando para os entrevistados são as informações, que no caso deveriam ser passadas por um Contador aos empresários, que ensinassem o que eles precisam saber no momento de abrir seu negócio, sobre as tributações, quais seus direitos e deveres. O Contador tem um papel fundamental para os gestores, pois é ele que irá tomar frente das partes burocráticas de toda a empresa, sempre auxiliando seus gestores o melhor caminho a ser seguido, as vezes os entrevistados têm essa visão por não ter um Contador que repasse as informações necessárias a eles.

Quando se trata de ser um empreendedor os entrevistados dizem que há muitas dificuldades enfrentadas por eles ao longo de sua caminhada empresarial sendo que, a alta carga tributária é um dos problemas mais citados por eles, pois eles devem seguir a legislação, a contratação de funcionários também é muito burocrático e muitos dos empreendedores se sentem desamparados pelas leis nestes determinados momentos, a falta de mão de obra qualificada é um dos problemas enfrentados por todas as empresas, muitas chegam a não ter mais capital de giro pela maneira que são administradas e muitos dos empreendedores começam a desacreditar de seus negócios.

Os entrevistados citam que há uma alta carga tributária para a contratação de funcionários e alta carga tributária de impostos, mais na verdade, as principais vantagens de uma micro e pequena empresa é a unificação de tributos. O Simples Nacional implica no recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação dos impostos e contribuições. As Micro e Pequenas Empresas e o Microempreendedor Individual, ao optarem pelo regime de tributação simplificada conhecida como Simples Nacional, passam a

contribuir com um percentual fixo sobre o seu faturamento e não mais sobre a folha de pagamento (SEBRAE AMAPÁ, 2017).

Ficando evidente que, em razão do baixo percentual adotado no novo regime e a desvinculação da contribuição da contribuição do empregador da folha de pagamento, criou um incentivo à contratação de empregados e/ou formalização dos vínculos empregatícios já existentes (SEBRAE AMAPÁ, 2017).

Referente ao incentivo do Poder público existem os investimentos como por exemplo: O Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste (FCO) foi criado pela Lei N.º 7.827, de 27.09.1989, que regulamentou o art. 159, inciso I, alínea "c", da Constituição Federal, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento econômico e social da Região, mediante a execução de programas de financiamento aos setores produtivos (SUDECO, 2016).

O Fundo de Desenvolvimento do Centro-Oeste (FDCO), por sua vez, foi criado pela Lei Complementar N.º 129, de 08/01/2009, com a finalidade de assegurar recursos para a implantação de projetos de desenvolvimento e a realização de investimentos em infraestrutura, ações e serviços públicos considerados prioritários no Plano Regional de Desenvolvimento do Centro-Oeste (SUDECO, 2016).

Os Incentivos e Benefícios Fiscais são instrumentos da Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR) que estimulam a formação de capital fixo e social com vistas à geração de emprego e renda (SUDECO, 2016).

De acordo com a tese de Ortigara (2006) na cidade de Florianópolis – SC, com o tema “Causas que condicionam a Mortalidade e/ou sucesso das Micros e pequenas empresas no estado de Santa Catarina”, não corroborando segundo ele uma pesquisa realizada em São Paulo cita as causas da mortalidade de muitas empresas: comportamento empreendedor pouco desenvolvido (conhecimentos, habilidades e atitudes empreendedoras insuficientes); deficiências no planejamento antes da abertura do negócio; deficiências na gestão, após a abertura do negócio; Ortigara ainda frisa que há políticas insuficientes de apoio às empresas (peso dos impostos, burocracia, falta de crédito e de política de compras governamentais); conjuntura econômica deprimida (demanda fraca e concorrência forte) e problemas pessoais (de saúde, problemas com sócios ou problemas na sucessão do gestor da empresa).

A respeito da falta de cursos para incentivo dos empreendedores, o Sebrae disponibiliza cursos e palestras gratuitas a distância e presenciais com temas de empreendedorismo, mercado e vendas, cooperação, organização, planejamento, gestão, finanças, inovação e leis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por meio dos objetivos gerais, verificar as principais causas que afetam a vida econômica das micro e pequenas empresas, tendo elas a expectativa de vida continuada, por meio de um estudo de multi caso no município de Itaporã – MS, no período de Janeiro de 2018, foram aplicados questionários em diversas empresas na cidade, sendo elas Comércios varejistas (roupas, calçados e utilidades), Comércios Varejistas (mercados), Elétrico (venda de materiais elétricos e serviços), Papelaria, Clínicas veterinárias e produtos, Bebidas em gerais, Gás GLP, Celulares e manutenção, venda de peças para motos e consertos, Farmacêutico, Combustível, Vidraçaria e serviços, Escritório de Contabilidade, Artigos de Pesca., tendo resultados considerados relevantes a quem se preocupe com o sucesso de sua empresa e que se previna contra o fracasso.

Com base no objetivo geral de pesquisa e considerando os dados apontados pelos entrevistados por meio de questionários aplicados, as principais causas da mortalidade das empresas são: Concorrência desleal, alta carga tributária, muita burocracia, falta de auxílio da prefeitura e governo, falta de informações, dificuldade de acesso a crédito por parte dos bancos, excesso de legislação, alta carga tributária para contratação de funcionários e falta mão de obra qualificada.

Já para se ter sucesso, deveriam ter o reconhecimento de seus clientes, localidade boa, ter criatividade e inovações, buscando sempre o melhor para seus clientes e sabendo administrar sua empresa de forma correta, e com um auxílio do Poder público disponibilizando um programa de ensino aos empreendedores, para que não tenha insolvência financeira e não cheguem à mortalidade de suas empresas.

. O Poder público poderia implantar um programa de ensino obrigatório contendo, cursos e palestras gratuitos com o objetivo de prever as dificuldades a serem encaradas no decorrer da atividade, sugerindo soluções e alternativas para cada uma delas e que incentivassem os empreendedores como administrar suas empresas, com clareza e objetividade, buscando assim melhorias e inovações para cada negócio; logo teriam menos empresas abrindo falência, pois o que falta para muitos dos empreendedores é o conhecimento de como administrar sua empresa, como fazer uma análise financeira, como fazer seus devidos controles internos e ainda como lidar com essas tributações.

O presente estudo pode conter faltas de informações, pois obteve-se limitações ao decorrer das entrevistas.

A seguir serão relacionadas algumas sugestões que possam ajudar os empreendedores e a trabalhos futuros:

1- Se os empresários começarem a investir em seus funcionários com formações empresariais, assim possibilitando um treinamento adequado e que seja de acordo com o funcionamento de suas empresas. A pesquisa revela que 50% das empresas pesquisadas participam as vezes de cursos ou palestras, o que significa que esse número ainda é muito baixo, deveriam estar sempre em participações empresariais, para que possa ser ter mão de obra qualificada.

2- Desenvolver maneiras de melhor compreensão a respeito da tributação do nosso estado e país.

3- Por conta das limitações, segue como sugestão para que em um próximo trabalho sejam feitas mais análises em grandes quantidades de empresas.

REFERÊNCIAS

ABREU, V.B.L.; LOCK, F.N. **O controle e o gerenciamento da rotina de trabalho na busca pela qualidade em prestação de serviços.** 2007.

ALENCAR, L.H; ALMEIDA, A.T; MOTA, C.M.M. **Sistemática proposta para seleção de fornecedores em gestão de projetos.** Gest. Prod., São Carlos, v. 14, n. 3, p. 477-487, set.-dez. 2007.

BAHRY, C. P; TOLFO, S. R. **Mobilização de competências nas atividades profissionais dos egressos de um programa de formação e aperfeiçoamento.** 2007.

BULGACOV, S. **Manual de Gestão Empresarial.** 1ª edição. São Paulo, 1999.

CARNEIRO, J.B; FONTES, N.D. **Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção e Estratégia de Marketing:** Turismo em Análise. São Paulo, 1997.

COAD, Jus Brasil. **Entenda o que são os controles internos.** Disponível em: <<https://coad.jusbrasil.com.br/noticias/2131059/entenda-o-que-sao-os-controles-internos>>. Acesso em 31/01/2018.

COBRA, M. **Ensaio de Marketing Global.** 1ª edição. São Paulo, 1995.

COLOSSI, N; DUARTE, R.C. **Determinantes organizacionais da gestão em pequenas e médias empresas (PMES) da grande Florianópolis/SC.** Florianópolis, 2000.

CHÉR, R. **Empreendedorismo na veia, um aprendizado constante.** Rio de Janeiro: Elsevier: Sebrae, 2008.

CHING, H. Y., **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada - Supply Chain.** 4ª edição, 2010.

DANTAS, J.C.A. **A importância do controle de estoque:** estudo realizado em um supermercado na cidade de Caicó / RN. Caicó, 2015.

DANNEMANN, R.N. **Atos e fatos da formação profissional.** 2017

DA SILVA, C.L. **Competitividade e estratégia empresarial: um estudo de caso da indústria automobilística brasileira na década de 1990.** Rev. FAE, Curitiba, v.4, n.1, p.35-48, jan./abr. 2001.

FRANCISSCHINI, P.G; GURGEL, F.A. **Administração de materiais e do Patrimônio.** 2ª edição. 2014.

FELIPPE, M. C; ISHISAKI, N; KROM, V. **Fatores condicionantes da mortalidade das pequenas e médias empresas na cidade de São José dos Campos.** 2004.

FERRETTI, C.J. **Formação profissional e reforma do ensino técnico no Brasil: Anos 90.** Educação & Sociedade. Ano XVIII, nº 59, agosto/97.

FREITAS et al. **Competitividade na era da informação e da internet exploratória com executivos.** Salvador/BA: ENANPAD, 2002 (ADI-1520), Set 2002, 15p.

GITMAN, L.J. **Princípios de Administração Financeira.** 12ª edição. São Paulo, 2010.

INFOMONEY. **Brasil é o 7º maior cobrador de imposto no ranking mundial: Argentina é a primeira.** 2016. Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/minhas-financas/impostos/noticia/5590281/brasil-maior-cobrador-imposto-ranking-mundial-argentina-primeira>>. Acesso em 20/01/2018.

JUCEMS. **Informação verbal do quantitativo de empresas na cidade de Itaporã – MS.** 2017.

KOTLER, Philip – **Administração de Marketing.** 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M.A. **Fundamentos da Metodologia Científica.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. **Lei Complementar Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006**
Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em 06/02/2018.

LOMBARDI JUNIOR, R. **Principais fatores causadores da mortalidade precoce das Micro e Pequenas no Brasil,** 2010. Disponível em:

<<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/principais-fatores-causadores-da-mortalidade-precoce-das-micro-e-pequenas-no-brasil/47484/>>. Acesso em 24/10/2017.

LONGENECKER, J. G; MOORE, C. W; PETTY, J.W. **Administração de Pequenas Empresas**. 2004.

LUANSAN. **Análise Das Demonstrações Financeiras: Analisando Uma Empresa E Seus Indicadores**. 2014. Disponível em: <<https://www.trabalhosgratuitos.com/Sociais-Applicadas/Servi%C3%A7o-Social/An%C3%A1lise-Das-Demonstra%C3%A7%C3%B5es-Financeiras-Analisando-375883.html>>. 01/02/2018.

MONTEIRO, D.W. **Inovação de Produtos: Um estudo de caso sobre o serviço de videoconferência em telefonia celular**. eGesta, v. 4, n. 2, abr.-jun./2008, p. 78-102.

OLAVE, M.E.L; SILVA, D.E.P; JESUS, S.L. **Fatores de Sucessos em Micros e Pequenas Empresas do Setor de Joias em Itabaiana/SE: Estudo multicaseos**. Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2012. Disponível em: <<https://www.sigaa.ufs.br/sigaa/verProducao?idProducao=337182&key>>. Acesso em 23/11/2017.

ORTIGARA, A. A. **Causas que condicionam a mortalidade e / ou o sucesso das micros e pequenas empresas no estado de Santa Catarina**. Tese, 2006.

OLIVEIRA, D.C. **A importância do planejamento financeiro**. Revista intellectus, ano VIII, nº20, 2012.

PELLISSARI et al. **Empreendedorismos: fatores de sucesso e insucesso de micro e pequenas empresas**. VIII simpósio de excelência em gestão de tecnologia. 2011.

PEREIRA, R.C.M; SOUZA, P.A. **Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços**. SEGET – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/195_Mortalidade_nas_MPEs.pdf>. Acesso em 02/11/2017.

PIMENTEL CLARO, D; OLIVEIRA CLARO, P.B. **Gerenciando relacionamentos colaborativos com fornecedores**. RAE - Revista de Administração de Empresas [en linea] 2004, 44 (out./dez.): [Ficha de consulta: 24 de fevereiro de 2018] Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155117781007>>_ISSN 0034-7590>. Acesso em 11/10/2018.

PORTAL DO EMPREENDEDOR - MEI- **Lei Geral da Micro e Pequenas Empresas.**

Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/leis-e-decretos/lei-complementar-no-123-2006-lei-geral-da-micro-e-pequena-empresa>>. Acesso em 24/10/2017.

PORTAL BRASIL. **Sobrevivência e Mortalidade.** Governo do Brasil, 2014.

Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/sobrevivencia-e-mortalidade>>. Acesso em 11/10/2017.

PORTAL TRIBUTARIO, 2007. **Lei Nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996.**

Disponível em: <<http://www.portaltributario.com.br/legislacao/lei9317.htm>>. Acesso em 23/01/2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAPORA- **Historia institucional do município.**

Disponível em: <<https://www.itapora.ms.gov.br/institucional/historia/>>. Acesso em 24/10/2017.

PRODANOV, C.C; FREITAS, E.C. **Metodologia do Trabalho Científico.** 2.ed, p.14, 2013.

ROSS, S.A; WESTERFIELD, R.W; JAFFE, J. F. **Administração Financeira**, 2ª edição – São Paulo: Atlas, 2009.

SANTARÉM, S.S. **Desenvolvimento de Um Plano de Marketing: CR Vigilância e Segurança Ltda.** 2006.

SANTINI et al. **Fatores de Mortalidade Em Micros e Pequenas Empresas:** um estudo na região central do Rio Grande do Sul. Revista Eletrônica de Estratégias & Negócios, 2015.

Disponível em:

<<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/2121/2046>>.

Acesso em 11/12/2017.

SEBRAE PARANÁ. **Como Fazer Análise Financeira.** 2017. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/como-fazer-uma-analise-financeira,d6b1288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 19/01/2018.

SEBRAE AMAPÁ - **Como as micros e pequenas empresas podem contratar funcionários.** 2017. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-as-micro-e-pequenas-empresas-podem-contratar-funcionarios,ba497a07dcfdb410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em 26/02/2018.

SEBRAE RONDÔNIA. **Lei Geral das MPE**. 2016. Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ro/artigos/a-lei-geral-das-mpe,07597640b34b6510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 02/03/2018.

SEBRAE, **Causa Mortis**: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida. 2014. Disponível em:
<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf>. Acesso em 02/03/2018.

SILVA, et al. **Relacionamentos externos no âmbito da inovação empresarial modelo aplicado aos avanços inovadores**: estudo de gestão. *portuguese journal of management studies*, vol. X, nº 1, 2005.

SUDECO. **Apresentação FCO**. 2016. Disponível em:
<<http://www.sudeco.gov.br/apresentacao6>>. Acesso em 26/02/2018.

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO DO RESPONDENTE

1- Gênero

- Feminino
- Masculino

2- Idade

- Até 20 anos
- 21 aos 30 anos
- 31 aos 40 anos
- 41 aos 50 anos
- Mais de 50 anos

3- Escolaridade

- Ensino formal
- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior

4- Cargo na Empresa

- Proprietário
- Sócio
- Gerente
- Funcionário Qual função? _____

5-Ramo da atividade da empresa_____

I- DA EMPRESA

OBS: Podem ser escolhidas mais de uma resposta, caso a empresa use mais de um recurso para ser administrada.

6- A empresa faz planejamento para atividades futuras, através de controles internos?

- Controle Financeiro
- Controle de contas a pagar
- Controle de contas a receber
- Controle tributário
- Não tenho controle
- Outros Quais: ? _____

7- Quais ferramentas para administrar a empresa são utilizadas?

- Fluxo de caixa
- Controle de estoque
- Controle de despesas
- Não uso
- Outros Quais? _____

8- A empresa faz análise financeira? A análise financeira é, a capacidade de avaliar a rentabilidade das empresas, tendo em vista, em função das condições atuais e futuras, verificar se os capitais investidos são remunerados e reembolsados de modo a que as receitas superem as despesas de investimento e de funcionamento.

- Anualmente
- Semestral
- Mensalmente

- As vezes
- Nunca
- Outros Quais?_____

9- As finanças da empresa, são separadas das finanças pessoais?

- Sim
- As vezes
- Não
- Nunca
- Outros Quais?_____

10- Para diminuir a concorrência da empresa, são utilizados alguns métodos de marketing para alavancar a empresa?

- Panfletagem
- Anúncios via rádio ou nas ruas
- Anúncios pela internet
- Não
- Outros Quais?_____

11- Quanto a inovação a empresa busca por novos produtos e serviços?

- Para melhor atender seus clientes
- Para não ter concorrência
- Não
- Outros Quais?_____

12- A empresa participa de formações empresariais, para buscar novos conceitos e melhorar a empresa?

- Sim
- As vezes
- Não

- Nunca
- Outros Quais?_____

13- Sobre a tributação como empreendedor, as alíquotas de todos os impostos incidentes no nosso estado, são?

- São abusivos
- Deveriam ser mais baixos
- Estão corretos
- Desanimador
- Outros Quais?_____

14- Na sua concepção deveriam ter cursos, palestras que incentivassem os empreendedores, como buscarem seus objetivos e como administrar suas empresas?

- Sim
- As vezes
- Não
- Nunca
- Outros Quais?_____

15- A empresa possui alguém que administre a parte de impostos da firma?

- Escritório de Contabilidade
- O próprio empresário
- Funcionário
- Não
- Outros Quais?_____

16- A empresa possui alguns controles diários através de?

- Livro caixa
- Livro Banco
- Entrada e Saída de mercadorias

- As vezes
- Não faz controle diariamente
- Outros Quais? _____

17- Em relação a localidade da empresa?

- Ótimo
- Bairro e cidade boa
- Ruim, talvez em outra cidade ou bairro
- Péssimo
- Outros Quais? _____

18- Na sua opinião, os impostos do nosso país são?

- São abusivos
- Deveriam ser mais baixos
- Estão corretos
- Desanimador
- Outros Quais? _____

19- Na sua opinião quais são as maiores dificuldades na inserção de uma empresa?

20- Na sua opinião o que poderia ajudar os empreendedores a não abrirem falência?

21- Na sua opinião quais as maiores dificuldades enfrentadas para ser um empreendedor?
