



40ª SEMAD

Semana do Administrador da UEM



CAUSAS DE MORTALIDADE DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SETOR DE SERVIÇOS NO MUNICÍPIO DE NAVIRAÍ-MS

Letícia Maria Santos da Cruz
Jaiane Aparecida Pereira
Fábio da Silva Rodrigues

RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo geral compreender as causas de mortalidade de empresas do setor de serviços no município de Naviraí-MS. Especificamente, buscou-se identificar quais aspectos levam as empresas à mortalidade e descrever quais as dificuldades enfrentadas pelos empreendedores do setor. Para tanto, na revisão da literatura apresentam-se os conceitos sobre administração de serviços, características das micro e pequenas empresas e causas de mortalidade das empresas. A pesquisa foi caracterizada como qualitativa descritiva, sendo realizada por meio de entrevista semiestruturada com seis empreendedores que foram proprietários de sete empresas que fecharam as portas. Os principais resultados mostram que as causas de mortalidade estão relacionadas com a iniciativa do gestor, problemas de gestão e situações externas. Conclui-se que são necessários estudos de mercado, planejamento pré-abertura e compreensão da legislação do município para que as empresas continuem atuando por mais tempo e evitem a mortalidade. Além disso, aponta-se a necessidade de políticas públicas de amparo e formação para os pequenos empreendedores, além da reestruturação de processos burocráticos para abertura dos novos negócios.

Palavras-chave: Serviços. Mortalidade de empresas. Micro e pequenas empresas.

1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços apresenta expressiva relevância para a economia brasileira. Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), em 2018, os serviços representaram em torno de 60% de participação no valor adicionado do Produto Interno Bruto (PIB) nacional (MDIC, 2020). De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, o setor de serviços teve crescimento de 1% em relação ao ano anterior (IBGE, 2020). Quanto aos empregos, os setores de comércio e serviços representam 70,3% dos empregos no país (SANTANDER, 2020).

No município de Naviraí, Estado do Mato Grosso do Sul (MS), o PIB municipal é constituído de 60,24% pelo setor de comércio e serviços, acompanhando o dado nacional (SEMAGRO, 2016). Naviraí foi indicada como um polo urbano microrregional da região do Cone-Sul do MS (SEMAGRO, 2015). Pereira et al. (2016) também destacam o papel do município como central para a microrregião em que se localiza, apontando-o como capaz de assumir o papel de protagonista na busca pelo desenvolvimento regional.

Considerando a importância do setor e sua ampla atuação, é necessário que as organizações se atentem para a concorrência e busquem se fortalecer. Isto porque, as taxas de mortalidade de novas empresas no Brasil são bem altas. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a taxa de mortalidade no setor de serviços, de até dois anos, com constituição em 2012, chegou a 25% (SEBRAE, 2016).

De forma complementar, ao analisar as taxas de sobrevivência das empresas de até dois anos, de ambos os setores, observou-se entre aquelas constituídas em 2012, as taxas de sobrevivência do Micro Empreendedor Individual (MEI), foi de 87%, se aproximando das taxas de empresas de pequeno porte (EPP). Contudo, quando se trata da microempresa (ME), essa mesma taxa é de 55%. Ao considerar o setor de atuação, as taxas de sobrevivência do setor de serviços, para as empresas nascidas em 2012, foram de 75% (SEBRAE, 2016).

Embora esses dados em âmbito nacional sejam importantes para refletir a realidade das empresas, faltam pesquisas mais específicas quando se trata de municípios pequenos e localizados no interior, como é o caso de Naviraí. Diante desse panorama, pesquisas que buscam entender os motivos que levam ao fechamento das empresas podem contribuir para caracterizar o ambiente econômico do município e ajudar na busca de caminhos para promover medidas de crescimento dessas empresas locais.

Nesta perspectiva, indagou-se: Quais as causas de mortalidade de empresas do setor de serviços no município de Naviraí-MS? A partir desse questionamento, o objetivo do presente estudo foi compreender as causas de mortalidade de empresas do setor de serviços no município de Naviraí-MS.

2 ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS

O serviço é conceituado como uma experiência intangível, desenvolvida para o consumidor, que tem papel importante e participa simultaneamente dessa experiência (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2010). Para Johnston e Clark (2012), os serviços envolvem muito mais do que o cliente pode perceber quando vai até uma empresa, pois trata de uma experiência “mágica” imaginada por ele. O cliente busca mais do que o produto final, a percepção do cliente é integradora e define o valor do serviço prestado a ele.

Diversos fatores contribuem para o crescimento acentuado no setor de serviços, entre eles estão: a urbanização crescente, que desenvolve a necessidade de novos serviços; as mudanças demográficas, que aumentam a necessidade de alguns grupos específicos (idosos ou crianças) por serviços diversificados e específicos; e mudanças socioeconômicas, como a participação da mulher em diversos setores antes pouco ocupados, o que propicia o

surgimento de serviços como creches e transporte escolar (CORRÊA; CAON, 2012). Além disso, os autores revelam que há o aumento da sofisticação dos consumidores e mudanças tecnológicas que levam o consumidor a ter cada vez mais necessidade de inovação, requerendo serviços para atendê-los.

A evolução econômica ocorrida nas últimas décadas mostra como as necessidades dos clientes impactam e influenciam totalmente no ambiente econômico e no surgimento de novos empreendimentos (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS. 2010). Atualmente, as empresas de todo o mundo vivem a era da experiência, ou seja, o cliente deve participar ativamente do processo de consumo e desse relacionamento com o cliente é extraída a possibilidade de inovação e diferenciação (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS. 2010).

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2010), o ambiente competitivo do setor terciário é bastante difícil e complexo. Os autores citam as seguintes dificuldades encontradas pelos empresários nesse ramo: poucas barreiras para a entrada de competidores; dificuldade de economia em escala (pelo fato de o cliente ter que ir até a empresa para ter acesso ao serviço); flutuações de vendas; e criações constantes de produtos que substituem alguns serviços.

Diante desse panorama, novas oportunidades para os empreendedores atuarem no ramo de serviços podem ocorrer constantemente. Segundo Baron e Shane (2017), uma oportunidade para empreender pode surgir de mudanças socioeconômicas, demográficas, políticas ou tecnológicas. Apesar dessas possibilidades, as instabilidades econômicas, conjunturais, as políticas públicas e os arcabouços legais não ajudam no crescimento e manutenção dos novos empreendimentos, principalmente das micro e pequenas empresas, o que contribui para o fracasso dessas empresas (PEREIRA; SOUZA, 2009).

Sendo assim, conhecer as características dessas empresas, bem como as causas que contribuem para a mortalidade das mesmas, pode contribuir para auxiliar na manutenção das empresas.

2.1 CARACTERÍSTICAS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Para entender corretamente como fatores externos influenciam no âmbito das empresas, é necessário compreender a diferença entre elas. De acordo com o porte, as empresas classificam-se como Micro Empreendedor Individual (MEI), Microempresa (ME), Empresa de pequeno porte (EPP), Empresa de médio porte (MdE) e Empresa de grande porte (GdE) (PEREIRA, 2020). A diferença está no valor do faturamento anual de cada uma, como mostrado no quadro 1.

Quadro 1: Classificação das empresas brasileiras

Classificação	Sigla	Faturamento anual
Micro Empreendedor Individual	MEI	até R\$ 81 mil reais.
Microempresa	ME	menor ou igual a R\$ 360 mil.
Empresa de pequeno porte	EPP	maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões.
Empresa de médio porte	MdE	maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões.
Empresa de grande porte	GdE	maior que R\$ 300 milhões.

Fonte: Autores com base em Pereira (2020).

Segundo Pascotto e Machado (2016, p. 9), as microempresas têm grande potencial de crescimento e algumas atitudes podem ajudar na alavancagem do negócio, como: “o potencial do mercado local, a alavancagem operacional através de prepostos, implementada logo após o início das atividades [...] e a percepção e aproveitamento de oportunidades”.

De acordo com o Banco do Nordeste (BNB),

os pequenos negócios são importantes para a economia brasileira, à medida que são a maioria das empresas formais (98,5%), participam com 27% do PIB e são os que mais empregam (54,5%) no país. Mas não é só isso: eles são estratégicos ao assegurar a melhoria dos índices de inovação e competitividade (BNB, 2018, p. 4).

No ranking de habitantes por pequenos negócios, o Brasil está em 12º lugar com 18 habitantes para cada pequeno negócio. Em primeiro lugar, encontra-se o Reino Unido com 34 habitantes para cada pequeno negócio e o Japão com 33 (SEBRAE-SP, 2018).

Para montar a empresa, a maioria dos empreendedores conta com recursos próprios ou da família (tanto recursos financeiros, quanto mão de obra), o que se torna um grande problema em caso de fracasso, pois influencia na família (SEBRAE, 2014). As empresas podem então ser vistas como familiares. Para Oliveira (2010), a empresa familiar caracteriza-se por um empreendedor que cria seu negócio com uma quantidade mínima de funcionários e recebe o auxílio de membros da sua família.

A maior parte das empresas construídas no Brasil são MEI, ME e EPP (SEBRAE, 2016). Na Região Centro-Oeste, 31,3% da economia é composta por micro e pequenas empresas (MPEs) e dessas 30,3% é do setor de serviços (SEBRAE, 2015). No Estado do Mato Grosso do Sul, a participação de MPEs na economia é de 31,9% (SEBRAE, 2015). De todas as empresas constituídas no país, em seus dois primeiros anos de vida, a ME é a que possui maior taxa de mortalidade quando comparada com as empresas de outros portes (SEBRAE, 2016).

No trabalho realizado com MPE's, Albuquerque (2013) concluiu que esse tipo de empresa enfrenta muitas dualidades em todo o seu ciclo de vida. Dentre essas destacam-se: inexperiência em gestão, inadimplência de clientes, ausência de gestão de custos, falta de tecnologia, dificuldade no relacionamento com fornecedores, entre outras.

Estudos realizados por Pascotto e Machado (2016) com MPE's do setor de serviços, revelam os seguintes problemas em seus primeiros anos de vida: falta de conhecimento do ramo, desconhecimento dos custos da empresa e da forma de tributação em que ela se enquadra. Para Alvim (1998) as pequenas empresas enfrentam os seguintes desafios: mão de obra pouco qualificada, dificuldade em obter tecnologia, falhas nos processos produtivos, uso inadequado das informações disponíveis e dificuldade em obter informações de qualidade.

Na maioria das vezes, o proprietário das microempresas é o único responsável por tomar as decisões, utilizando, em muitas situações, pontos de vista pessoais para decidir sobre a empresa e não possui conhecimento científico que embasam suas atitudes. Deste modo, é necessário que instituições, assim como o SEBRAE, ajudem o microempreendedor a entender o ambiente e conhecer as ferramentas que podem ajudá-los a melhorar o seu negócio (CARDOZO, 2018).

Além das dificuldades apresentadas, Pascotto e Machado (2006) revelam que a concorrência com empresas de maior porte que atuam na área, ausência de planejamento antes da abertura da empresa e dificuldade em conseguir crédito junto aos bancos também afetam diretamente as microempresas brasileiras.

Para Rovere (2001), as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) possuem grande potencial de crescimento, geração de renda e emprego, todavia existem muitas implicações que as limitam, o que demanda políticas de apoio para que as empresas atuem em rede e de forma inovadora, o que possibilitaria perspectivas de crescimento e geração de empregos.

Diante dos disso, surge a necessidade de entender quais fatores levam as empresas a terem uma taxa tão alta de mortalidade nos primeiros anos de existência, o que será discutido no próximo tópico.

2.2 CAUSAS DE MORTALIDADE DAS EMPRESAS

De acordo com Machado (2007), é difícil detectar as causas de mortalidade das empresas, diante da falta de registros confiáveis e completos sobre os fatores que levaram a esse acontecimento. Entretanto, a autora apresenta como causas os seguintes fatos: iniciativa do empreendedor (problemas pessoais, oportunidade de emprego, personalidade, experiência ou venda da empresa); problemas na gestão (complicações nas áreas funcionais, centralização de poder, mal uso de informações ou falta delas, mão de obra desqualificada, etc.); e situações externas (ambiente econômico, concorrência, situações específicas como morte, furto, entre outros).

Para empreender é necessário ter características empreendedoras e fazer planejamento prévio da organização, sendo que muitos empresários extrapolam essas regras e empreendem por necessidade, o que influencia na mortalidade de empresas (CANDIDO, 2016). Alguns estudos foram conduzidos para tentar identificar as causas de mortalidade das empresas.

No quadro 2, apresentam-se estudos e conclusões acerca do tema.

Quadro 2: Estudos sobre as causas de mortalidade das empresas

Autores	Campo Estudado	Principais Causas de Mortalidade Identificadas
FERREIRA et al. (2012)	Micro e Pequenas empresas do Estado de São Paulo	- Falta de qualificação e escolaridade do empreendedor; - Falta de planejamento e plano de negócios; - Baixo nível de competência gerencial; - Alta competitividade no mercado; - Obstáculos para conquistar e fidelizar os clientes; - Ausência de inovação, mudança de designer e fomento da produtividade de serviços e produtos.
SOUSA (2009)	Micro e pequenas empresas do setor de serviços do Estado do Rio de Janeiro	- Incidência de falhas gerenciais justificada por ausência de capacitação, políticas públicas e burocracia.
CARDOZO (2018)	Microempresas brasileiras	- Grande concorrência do mercado em que se inserem; - Pouca experiência dos gestores; - Má gestão; - Falta de capital; - Tomada de decisão realizada com ausência de informações.
FELIPPE; ISHISAKI; KROM (2004)	Pequenas e médias Empresas de São José dos Campos	- Crise econômica nacional; - Ausência de clientela; - Altos impostos; - Localização inadequada; - Falta de capital de giro.
SALES; BARROS; PEREIRA (2008)	Pequenos negócios no município de Leopoldina	- Problemas particulares dos sócios; - Ausência de clientes; - Recessão econômica; - Alta concorrência; - Elevada quantidade de impostos.
GRAPEGGIA et al. (2011)	Micro e pequenas empresas em Santa Catarina	- Dificuldade de acesso a financiamentos; - Concorrência; - Redução de mercado; - Falta de conhecimentos de legislações.
SANTINI et al. (2015)	Micro e pequenas empresas na região central do Rio Grande do Sul	- Localização inadequada do imóvel; - Ausência de clientes; - Falta de capital de giro; - Excesso de tributação.
BONACIM; CUNHA; CORRÊA (2009)	Micro e pequenas empresas de Ituverava/SP	- Dificuldade de acesso ao crédito; - Falta de informações sobre a empresa; - Ausência de planejamento na gestão do negócio.
YANO; MATEO; MACHADO (2016)	Micro e pequenas empresas no Estado de São Paulo	- Falta de planejamento prévio antes de abrir o negócio; - Gestão empresarial precária com ausência de investimentos e atualização em inovações e capacitações; - Comportamento inadequado do empreendedor, que não busca

		informações, não faz networking com outros setores do mercado e não desenvolve plano de ações.
--	--	--

Fonte: autores com base na pesquisa bibliográfica.

De modo geral, no quadro observa-se que a administração inadequada e a falta de conhecimento do gestor na área de atuação da empresa são os principais problemas de mortalidade encontrados nas pesquisas. A ausência de clientes alinhada à falta de capital de giro também tem grande influência no insucesso dos negócios. Nota-se ainda que existem muitas semelhanças entre as causas de mortalidade nos diferentes tipos de pesquisa apresentadas, sendo os fatores internos das empresas os maiores indicadores dessas causas.

Para Fontoura (2016), a mortalidade das MPE's no Brasil é decorrente da ausência de formação em gestão dos empreendedores. Portanto, quando os empresários buscam conhecimento em gestão, diversas competências importantes são desenvolvidas, como inovação e criação, podendo implantar processos que agregam valor aos seus produtos e serviços, como a melhoria contínua (FONTOURA, 2016).

Dentre os fatores que impulsionam o empreendimento a chegar na mortalidade, está a criação da empresa por necessidade do empreendedor e não ao identificar uma oportunidade de negócio. Em pesquisa do SEBRAE intitulada Causa Mortis (2014), foram encontrados alguns dados importantes sobre motivos de abertura, principais problemas enfrentados e causas de fechamento das empresas brasileiras, mostrada na figura 1.

Figura 1: Motivos da abertura, principais problemas e causas de fechamento das empresas brasileiras



Fonte: Autores com base em SEBRAE (2014).

Pode-se observar que as principais causas de fechamento estão relacionadas a problemas de gestão, ou seja, fatores internos. Por outro lado, os empreendedores também devem estar atentos ao mercado, pois existem causas externas que podem impactar na taxa de mortalidade precoce.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002) do tipo descritiva (GIL, 2019). Como procedimentos técnicos, foram realizadas as pesquisas bibliográfica, documental e de campo (GIL, 2019).

Os dados secundários utilizados foram coletados nas fontes: IBGE, SEBRAE, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar (SEMAGRO), MDIC e BNB.

Os dados primários foram coletados por meio de entrevista semiestruturada com seis empreendedores cujas empresas foram fechadas. Os entrevistados foram aqui denominados de E1 a E6. O entrevistado E2 foi proprietário de duas empresas que fecharam. Foram coletados dados sobre sete empresas, descritas de A a G.

O roteiro de entrevista foi estruturado em cinco partes: (1) buscou-se conhecer sobre a criação da empresa, incluindo as dificuldades de criação; (2) investigar sobre as características da empresa e formas de gestão; (3) conhecer como a empresa chegou à mortalidade; (4) saber sobre os planos após o fechamento da empresa; e (5) dados do perfil do entrevistado.

Para selecionar os empreendedores foi realizada primeiramente uma busca no *website* da Junta Comercial do Estado de Mato Grosso do Sul (JUCEMS), na aba de empresas inativadas ou falidas, resultando em uma listagem de razão social. A partir da listagem encontrada, foi feita uma busca na internet para tentar identificar o setor de atuação da empresa e os contatos dos empreendedores. De 2015 a 2020, somaram-se 467 empresas inativadas no município de Naviraí, entre indústria, comércio e serviços, o que representa uma média de aproximadamente 77 empresas inativadas por ano (JUCEMS, 2020).

Dos telefones encontrados, a maioria não existia ou não pertencia mais aos empreendedores. Desta busca, chegou-se a 17 contatos telefônicos e destes apenas dois empreendedores atenderam e/ou foram encontrados. Diante disso, além dos contatos telefônicos, buscou-se a indicação de empreendedores cujas empresas haviam fechado. Todas as entrevistas foram realizadas de forma remota devido à pandemia da Covid-19. Além disso, três pessoas se negaram a participar da entrevista, alegando que o fechamento do negócio causou traumas que não deviam ser lembrados.

Para a análise dos dados coletados, primários e secundários, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014). As categorias de análise definidas a priori foram: processo de criação da empresa, características de gestão do negócio, causas de mortalidade e planos pós-fechamento.

4 ANÁLISE DE DADOS

A análise foi dividida em três partes: (1) descrição dos entrevistados e sobre a criação das empresas; (2) dados sobre as características de gestão dos negócios; e (3) causas de mortalidade e os planos dos empreendedores pós-fechamento. Não se recomendam títulos de nível superior a 3.

4.1 DESCRIÇÃO DOS ENTREVISTADOS E CRIAÇÃO DAS EMPRESAS

O perfil dos empreendedores entrevistados foi apresentado no quadro 3.

Quadro 3: Perfil dos empreendedores entrevistados

Entrevistado	Sexo	Formação/Cursos	Experiências – antes de empreender
E1	Feminino	- Graduação em Pedagogia; - Especialização em educação especial; - Cursinho de aprendizagem para cabelo.	- Comércio - Doméstica - Lavoura

E2	Masculino	- Hipnose clínica e hipnoterapeuta; - Cursando Psicopedagogia.	- Contabilidade/ Prestação de serviços de assessoria contábil
E3	Masculino	- Cursando Administração; - Curso de manuseio de equipamentos de DJ.	- Músico; - Empreendedor (Lanchonete) - Funcionário no ramo agrícola (CLT) - Posto de combustível (CLT) - Rede de água (CLT).
E4	Masculino	- Cursando Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas; - Cursos técnicos de assistência de celular e informática.	- Prestadora de serviço energético (CLT); - Supermercado (CLT).
E5	Masculino	Ensino médio completo	- Motorista (Funcionário público).
E6	Feminino	Ensino médio completo	- Doméstica (CLT)

Fonte: Autores com base na pesquisa de campo.

É possível observar o nível de preparação de cada empreendedor para abrir o negócio. Dos seis entrevistados, três buscaram capacitação na área que iria atuar a empresa, fazendo cursos preparatórios simples, para ter conhecimentos básicos sobre o assunto (E1, E3 e E4), os demais empreendedores não buscaram conhecimentos externos. Três dos seis entrevistados, antes de abrir a empresa, possuíam experiência na área e informaram que esse conhecimento influenciou totalmente na abertura do negócio (E2, E3 e E5).

Foram entrevistadas duas empreendedoras do sexo feminino (E1 e E6) e quatro do sexo masculino (E2, E3, E4 e E5). Todos os entrevistados eram casados quando resolveram empreender.

O perfil das empresas estudadas está resumido no quadro 4.

Quadro 4: Perfil das empresas estudadas

Empresa	Entrevistado	Ramo	Tempo de Atuação	Quant. de Funcionários	Serviço Oferecido/Produtos
A	E1	Salão de Beleza	2012 – 2014 (1 ano e meio)	Não Havia	- Alisamento /Escova progressiva
B	E2	Trailer de Lanche	2013 – 2015 (1 ano e meio)	4	- Comida Japonesa
C	E2	Restaurante de comida Oriental	2015 – 2017 (2 anos)	6	- Comida Japonesa
D	E3	Serviços de Som e iluminação	2016 – 2019 (3 anos)	Diaristas	- Aluguel de equipamentos para festas; - Serviços de DJ e show ao vivo.
E	E4	Lan House	2009 – 2016 (7 anos)	1	- Aluguel de computadores e videogames; - Serviços de balcão (cópias, impressão, digitação); - Serviço de Manutenção de computador, notebook e videogame; - Venda de produtos eletrônicos; - Venda de lanches.
F	E5	Auto Fossa	2006 – 2013 (7 anos)	1	- Limpeza de fossa
G	E6	Pizzaria e Delivery	2015 – 2018 (3 anos)	2	- Entrega dos produtos; - Venda de pizzas; - Venda de pão caseiro.

Fonte: Autores com base na pesquisa de campo.

Todas as empresas estudadas são caracterizadas como ME's. A partir das respostas obtidas, percebe-se que das sete empresas, três fecharam em até dois anos após sua abertura, o que está relacionado com os dados do SEBRAE (2016), sobre a taxa de mortalidade das ME's nos dois primeiros anos de vida. Todas as empresas apresentaram uma estrutura de empresa familiar, onde os membros da família trabalham juntos no negócio e/ou ajudaram na abertura do empreendimento, seguindo as características propostas por Oliveira (2010).

Das sete empresas, o restaurante, a *lan house* e a pizzaria operavam em um local fixo e com uma estrutura montada e voltada para o negócio. O salão de beleza e o *trailer* funcionavam na casa do proprietário, sendo o *trailer* instalado logo a frente do imóvel. Já a empresa de som e iluminação e a auto fossa não tinham local fixo ou escritório para atuação.

Quanto ao número de funcionários, cinco empresas tinham funcionários (B, C, E, F e G), umas delas, serviços de som, trabalhava com diaristas contratados conforme demanda (D) e apenas uma (salão de beleza) não tinha empregados e toda a prestação de serviço era feita exclusivamente pela proprietária (A).

Quando indagado sobre a motivação para abrir o seu negócio, a empreendedora E1 (salão de beleza) revela que viu uma oportunidade de negócio, pois o alisamento e a escova progressiva estavam na moda e, por isso, ela decidiu oferecer esse tipo de serviço. Como explicado: “porque era o foco da época né, porque foi o foco. O pessoal começou, pra você ver que hoje já não é mais o foco né [...] todo mundo estava fazendo, aí eu fiz o curso básico e comecei a fazer” (E1).

O entrevistado E2 (*trailer* e restaurante) iniciou o primeiro negócio, o *trailer*, pois conta que cozinhava para a família e eles acreditavam que devido à qualidade da refeição, ele tinha condições de abrir o negócio, ou seja, a motivação foi o incentivo familiar. Por causa do aumento da demanda da primeira empresa, ele viu uma necessidade de ampliação e então, fechou o *trailer* e abriu o restaurante.

Para o entrevistado E3 (som e iluminação), a motivação para abrir o negócio foi a experiência que tinha na prestação de serviços musicais. Ele conta que primeiramente sua ideia era comprar os equipamentos para incrementar suas apresentações musicais e logo percebeu a oportunidade de negócio. A partir desse momento, comprou mais equipamentos e passou a alugar seus equipamentos e prestar outros serviços além do show ao vivo.

O entrevistado E4 revelou que tinha o desejo de ter o próprio negócio, estava desempregado e que a *lan house* era um modelo de negócio que estava surgindo na época, a partir desse momento o empreendedor viu uma oportunidade de investir.

O entrevistado E5 informou que a motivação veio após observar que no município não havia nenhuma empresa que oferecia o serviço de auto fossa, percebendo essa oportunidade de um novo negócio.

A entrevistada E6 contou que, juntamente com seu marido, receberam uma proposta de negociar uma pizzaria já existente e viram uma oportunidade para investir. Como explicado: “colega do meu marido, o cara ofereceu, aí ele levou um tempo para pensar né, aí ele fechou o negócio, achou que era um bom investimento, aí comprou” (E6).

Os relatos dos entrevistados sobre a motivação para abrir seus empreendimentos condizem com os dados do SEBRAE (2014), que mostram que o desejo de ter o próprio negócio e a oportunidade de investir são os principais fatores.

Sobre o auxílio para a abertura, na empresa de som e iluminação, um familiar entrou como sócio no negócio com 50% do capital inicial. Na empresa de auto fossa, o proprietário fez um empréstimo bancário para a abertura. Nas demais empresas, os proprietários não receberam nenhuma ajuda financeira. Apesar disso, eles reiteram que receberam apoio e auxílio de seus familiares para a operacionalização do negócio (salão, *trailer*, restaurante, *lan house* e pizzaria).

Ao serem questionados sobre as dificuldades para a abertura do negócio, os empreendedores de três empresas (salão, auto fossa e pizzaria) relataram não ter dificuldades (E1, E5 e E6). Os demais empreendedores relataram as seguintes dificuldades: encontrar fornecedores para montar seus produtos e alto investimento inicial (E2 -*trailer* e restaurante); dificuldade para conseguir o alvará de funcionamento (E4-*lan house*); incerteza, concorrência e criação da tabela de preço (E3-som e iluminação).

Sobre as dificuldades para a gestão das empresas, o entrevistado E2 contou que uma das dificuldades que tinha na empresa B (*trailer*), era a grande variedade de produtos em estoque, que, às vezes, passava do prazo de validade, como destacado: “o meu produto se eu deixasse lá eu tinha um problema, ele estragava”.

Na empresa E (*lan house*), a dificuldade foi relacionada às questões financeiras, pois houve aumento das despesas no negócio, como explica: “as despesas começaram a aumentar muito e querendo ou não começa a subir as despesas” (E5). Para o entrevistado da empresa D (som e iluminação), as principais dificuldades foram no início do empreendimento, relacionadas com sua inserção no mercado, incertezas, concorrência e fixação de sua tabela de preços, conforme relatado: “dificuldades financeiras, incerteza mesmo, concorrência também é uma dificuldade” (E3).

4.2 CARACTERÍSTICAS DE GESTÃO DOS NEGÓCIOS

Os entrevistados foram questionados sobre seus conhecimentos na área de gestão. Dos seis, apenas um revela que possuía conhecimentos na área de gestão antes de abrir a empresa (E2-*trailer* e restaurante). O entrevistado E3 (som e iluminação) iniciou a capacitação depois de abrir a empresa. E5 (auto fossa) informa que buscou esse conhecimento externo com contadores. Os demais não buscaram conhecimento nessa área (E1-Salão, E4-*lan house* e E6-pizzaria).

Quando se trata de planejamento realizado antes da abertura da empresa, todos os entrevistados informaram que não houve planejamento formal, plano de negócios ou cálculo de custos e receitas. Ou seja, a abertura da empresa e os primeiros passos foram por tentativa e erro. A falta de planejamento vem sendo apontada por diversos autores como um problema quando se trata da mortalidade de empresas (PASCOTTO; MACHADO, 2006; BONACIM; CUNHA; CORREIRA, 2009; FERREIRA et al., 2012; YANO; MATEO; MACHADO, 2016).

Sobre o diferencial que destacavam suas empresas, um dos empreendedores não soube responder (E1-salão), três deles informaram que um dos diferenciais era o atendimento ao cliente (E2-*trailer* e restaurante, E5-auto fossa e E6-pizzaria). Como destacado, “o atendimento, porque quem fazia era realmente o proprietário” (E5).

Além do atendimento, seis dos entrevistados listaram os seguintes diferenciais encontrados em suas empresas: local de venda dos produtos (E2), transparência no preparo dos produtos (E2), serviços oferecidos a mais que os concorrentes (E3-som e iluminação) e infraestrutura moderna e de qualidade (E4-*lan house*). Sobre os serviços oferecidos na empresa D, o empreendedor destaca: “a parte de música ao vivo, eu fazia a parte de DJ, outra coisa também eu comprei o painel de LED [...] colocava o karaokê” (E3). A inovação foi destacada pelos empreendedores E2 e pelo E4.

Foram coletados dados sobre o ambiente em que as empresas estavam instaladas, bem como a relação com os clientes e situações de inadimplência e concorrência. Sobre a quantidade de clientes, todas informaram que possuíam muitos clientes. O empreendedor E2 relata que tinha uma relação próxima e ótima com os clientes. Nas empresas A, E e G (salão de beleza, *lan house* e pizzaria) a relação foi descrita como boa, na empresa F (auto fossa) como amigável e na D (som e iluminação) como uma relação aceitável.

De modo geral, pode-se analisar que os empreendedores acreditavam que suas empresas ofereciam um serviço de qualidade com alguns diferenciais, embora tenham revelado pouco conhecimento de gestão e não terem se planejado. No próximo tópico, discutem-se as causas de mortalidade.

4.3 CAUSAS DE MORTALIDADE E PLANOS PÓS-FECHAMENTO

A fim de entender quais motivos levaram os empreendedores a fechar o negócio, foi indagado sobre as dificuldades que enfrentavam no cotidiano das empresas, os fatores que estavam prejudicando o bom funcionamento da empresa e o motivo impulsionador do fechamento definitivo. No quadro 5, apresenta-se um resumo da visão dos empreendedores sobre essas questões.

Quadro 5: Resumo das principais dificuldades, fatores que prejudicaram a empresa e motivos impulsionadores do fechamento definitivo na visão dos empreendedores

Empresa	Principais dificuldades encontradas	Fatores que prejudicaram a empresa	Motivos impulsionadores do fechamento definitivo
A (Salão de beleza)	- Concorrência; - Riscos à saúde dos clientes – produtos químicos.	- Inadimplência; - Insegurança; - Medo de prejudicar a saúde dos clientes.	- Pouco conhecimento no ramo; - Vendas abaixo do esperado devido à não atualização dos serviços; - Desânimo; - Falta de tempo para se dedicar ao negócio, pois começou o curso superior e trabalhava sozinha no empreendimento.
B (Trailer)	- Risco de estragar e perder produto; - Risco de ficar sem estoque; - Risco de não encontrar os produtos no mercado.	- Empreendedor informou que não houve fatores.	- Aumento da demanda e necessidade de um espaço maior para atendimento ao cliente.
C (Restaurante)	- Risco de estragar e perder produto; - Risco de ficar sem estoque; - Risco de não encontrar os produtos no mercado; - Inadimplência.	- Alto investimento; - Aumento de despesas; - Complexidade trabalhista; - Paralisação dos caminhoneiros; - Alto preço dos alimentos.	- Burocracia; - Retirada pessoal do caixa; - Falta de planejamento; - Lucro abaixo do esperado; - Desânimo do negócio; - Jornada de trabalho cansativa e intermitente; - Idealização de um novo negócio mais viável.
D (Som e iluminação)	- Dificuldade financeira; - Incerteza do mercado; - Concorrência.	- Financeiro desorganizado; - Jornada de trabalho cansativa.	- Preço abaixo do ideal; - Lucro abaixo do esperado; - Visão de um novo investimento mais lucrativo.
E (Lan House)	- Burocracia da Prefeitura; - Clientes começaram a ter computadores em casa.	- Aumento de despesas; - Preço tabelado das <i>Lan Houses</i> ; - Surgimento do Celular.	- Clientes começaram a sumir; - Proposta de um trabalho CLT; - Aluguel do espaço e venda dos equipamentos; - Aumento de despesas e custos de manutenção do negócio; - Alto investimento para retornar ao negócio; - Lucro abaixo do esperado; - Desmotivação para continuar com a empresa.
F	- Problemas de saúde do	- Caminhão velho e com	- Redução das vendas;

(Auto fossa)	proprietário; - Surgimento de novos concorrentes.	aparência inferior à concorrência.	- Dificuldades de cumprir com as obrigações financeiras; - Agravamento do quadro de saúde.
G (Pizzaria)	- Encontrar mão de obra qualificada.	- Concorrência; - Inadimplência.	- Assuntos pessoais dos proprietários; - Influência religiosa.

Fonte: Autores com base na pesquisa de campo.

A partir dos dados coletados, é possível observar que existem várias dificuldades e fatores que podem ter contribuído para o fechamento das empresas. Ressalta-se que as dificuldades enfrentadas somadas aos fatores que prejudicaram a empresa, acabaram levando aos motivos impulsionadores do fechamento definitivo, ou seja, podem ser indicados como as causas de mortalidade.

De modo geral, esses motivos parecem estar relacionados às causas agrupadas por Machado (2007) em três razões, a saber: iniciativa do empreendedor (motivos pessoais do empreendedor), problemas na gestão (ferramentas, recursos e atitudes ineficazes ou ausentes da gestão do negócio) e situações externas (fatores externos à organização, que impactam ou prejudicam seus processos e o funcionamento).

- Iniciativa do empreendedor – na empresa G (pizzaria), a entrevistada E6 revela que a influência da religião teve impacto no fechamento do negócio, Na empresa F, (auto fossa) os problemas de saúde do proprietário (E5) influenciaram no fechamento da empresa, somado ao desânimo do empreendedor pelo negócio, como relatado: “por problema de questão de saúde mesmo. E aí começou a desandar, as contas começou... diminuir para fazer serviço, as contas começou a acumular” (E5). Além disso, nas empresas A, C, E e G (salão de beleza, restaurante, *lan house* e pizzaria), os empreendedores revelam que decidiram fechar devido ao lucro abaixo do esperado.

- Problemas de gestão – na empresa A (salão de beleza), a inexperiência da proprietária E1 no ramo ocasionou a insegurança no atendimento ao cliente. Nas empresas C (restaurante) e D (som e iluminação), a ausência de mecanismos de gestão e ineficiência da gestão financeira do negócio teve impacto direto no fechamento da empresa. Esses dois fatores combinados estão de acordo com as causas de mortalidade apontadas por Cardozo (2018) e pelo SEBRAE (2014).

- Situações externas – a concorrência influenciou nas empresas A e D (salão de beleza e som e iluminação). Na empresa D, o empreendedor E3 destaca que a concorrência impactou no valor da carta de serviços e, conseqüentemente, na quantidade de vendas. Na empresa A, segundo E1, a concorrência teve impacto direto nas vendas e no valor do serviço. O aumento dos custos e despesas também afetaram as empresas, conforme revela E4 “os custos começaram a aumentar muito e querendo ou não começa a subir as despesas”. No caso da empresa C (restaurante), o entrevistado E2 revelou que a mudança do *trailer* para o restaurante ocasionou em um aumento muito grande das despesas e no aumento da burocracia, como explica: “aumenta a responsabilidade e aumenta os gastos né. E outra, a conduta de papel, de documento é mais burocrática, fora a parte trabalhista. Eu fui desistindo, praticamente porque nada estava suficiente bem para a vigilância” (E2). Segundo E2, houve ainda muita inadimplência. O desconhecimento dos custos das empresas também foi apontado como uma causa de mortalidade em empresas de serviços no estudo desenvolvido por Pascotto e Machado (2016).

Também foi indagado se foi difícil fechar a empresa e quais os sentimentos os empreendedores tiveram nessa situação. Todos os entrevistados relataram que foi uma situação muito difícil para eles. Além disso, E2 e E6 (*trailer* e restaurante e pizzaria) citaram que sentiram mais pelos clientes que procuraram a empresa mesmo depois do fechamento, pedindo o retorno das atividades.

Quando questionados sobre o desejo de empreender novamente, os entrevistados E1 e E6 (salão de beleza e pizzaria) revelaram que não tem intenção. Os demais entrevistados manifestaram interesse em voltar a ter um negócio. Todavia, ao abrir um novo negócio, as principais mudanças colocadas pelos entrevistados no novo empreendimento seriam: manter atitudes que deram certo e trabalhar em outro ramo (E2-trailer e restaurante); reformular o preço (E3-som e iluminação); incluir novos serviços (E4-lan house); e não investir no mesmo ramo de negócio (E5-auto fossa).

Por fim, após o fechamento das empresas, dois empreendedores foram trabalhar com carteira registrada em outra empresa (E5 e E6), dois abriram um novo negócio (E2 e E4), um iniciou sua carreira em investimentos (E3) e um foi para o ramo de serviço público (E1).

5 CONCLUSÕES

Após desenvolvimento do trabalho, foi possível compreender as causas de mortalidade de empresas do setor de serviços no município de Naviraí-MS. De modo geral, observou-se que grande parte dos entrevistados não possuía experiência no ramo de atuação e nem conhecimentos na área de gestão, o que de fato dificultou a sobrevivência da empresa. Além disso, nenhuma das empresas fez um planejamento antes da sua abertura.

As principais causas encontradas foram agrupadas em três categorias, sendo: iniciativa do gestor, problemas de gestão e situações externas. Dentro de cada categoria foram descritos as principais causas de mortalidade reveladas pelos entrevistados, como: desânimo com o negócio, jornada de trabalho longa, inexperiência, gestão financeira desorganizada, concorrência, burocracia, inadimplência, entre outras.

Diante das dificuldades encontradas, discute-se que é necessário que os novos empreendedores façam um estudo profundo de mercado para conhecer o ramo de atuação antes de começar a atuar e um planejamento pré-abertura, o que pode ser feito a partir de um plano de negócios. A importância do planejamento e do plano de negócios vem sendo amplamente apontada na literatura (PASCOTTO; MACHADO, 2006; BONACIM; CUNHA; CORREIRA, 2009; FERREIRA et al., 2012; YANO; MATEO; MACHADO, 2016).

Além disso, ressalta-se a importância de conhecer a legislação do município em que pretende empreender, para evitar problemas futuros. A burocracia foi apontada como um problema, pois os entrevistados afirmam ter dificuldades de estruturar e adaptar o espaço da empresa para conseguir o alvará da vigilância sanitária e o AVC (Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros). Observa-se a importância da reestruturação desses processos pela prefeitura municipal e da revisão de leis que interferem na abertura de empresas, o que, se for simplificado e facilitado, beneficia toda a sociedade, pois as micro e pequenas empresa tem papel fundamental na economia, como amplamente relatado nas estatísticas nacionais e regionais (SEBRAE, 2015; SEMAGRO, 2016; MDIC, 2020; IBGE, 2020).

Sendo assim, aponta-se para a necessidade de políticas públicas de amparo e formação para os micro e pequenos empreendedores. Ademais, vale ressaltar a importância de órgãos de apoio aos empreendedores como o SEBRAE, o SENAI e as universidades, que tem importante papel na disseminação de conhecimentos nas diversas áreas, principalmente na área de negócios.

Por fim, ressalta-se, como limitações do estudo, a dificuldade de acessar os empreendedores que já fecharam as portas, embora os achados aqui descritos evidenciem resultados importantes. Portanto, sugere-se para trabalhos futuros, estudos que possam investigar formas de como os municípios pequenos podem incentivar a abertura de novos negócios. Ademais, sugere-se também que a pesquisa realizada no setor de serviços, seja ampliada para outros setores da economia local.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, A. F. **Fatores de mortalidade de pequenas empresas:** análise de empresas do setor varejista a partir do ciclo de vida organizacional. 339f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo. São Carlos, 2013.
- ALVIM, P. C. R. C. O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas. **Ciência da Informação**, v. 27, n. 1, 1998.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo:** Uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2017.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G.; ALLUM, N. C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: Evitando confusões. In: BAUER, M., W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 5.ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- BNB. Banco do Nordeste. Informe ETENE. **Panorama dos Pequenos Negócios no Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://www.bnb.gov.br/documents/80223/4079612/INFORME+MPE+01-161018.pdf/fa7c71a1-5401-0c37-666d-7cc7df1eeaec>>. Acesso em: 07 jun. 2020.
- BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **Quem pode ser cliente**. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/quem-pode-ser-cliente/>>. Acesso em: 18 abr. 2020.
- BONACIM, C. A. G.; CUNHA, J. A. C.; CORRÊA, H. L. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. **Gestão & Regionalidade**, v. 25, n. 74, p. 61-78, 2009.
- CANDIDO, C. R. O que é empreender. In: PATRICIO, P. S.; CANDIDO, C. R. **Empreendedorismo:** uma perspectiva multidisciplinar. Rio de Janeiro: LTC, 2016.
- CARDOZO, J. W. S. A alta taxa de mortalidade das microempresas: Fatores que impactam a sobrevivência dos pequenos negócios. **Revista Científica Semana Acadêmica**, ano MMXVIII, n. 140, 2018.
- CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P.; PINHEIRO, M. M. K. Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 24, n. 1, p. 13-18, 2014.
- CORRÊA, H. L.; CAON, M. **Gestão de serviços:** Lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2012.
- FERREIRA, L. F. F.; OLIVA, F. L.; SANTOS, S. A.; GRISI, C. C. H.; LIMA, A. C. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão & Produção**, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.
- FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de Serviços:** Operações, estratégia e tecnologia da informação. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

FONTOURA, M. M. Processos de melhoria. In: PATRICIO, P. S.; CANDIDO, C. R. **Empreendedorismo: Uma perspectiva multidisciplinar**. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GRAPEGGIA, M.; LEZANA, A. G. R.; ORTIGARA, A. A.; SANTOS, P. C. F. Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina. **Production**, v. 21, n. 3, p. 444-455, 2011.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Indicadores IBGE: Contas Nacionais Trimestrais**. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/infex.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=72121>>. Acesso em 23 mar. 2020.

JOHNSTON, R.; CLARK, G. **Administração de operações de Serviço**. São Paulo: Atlas, 2012.

MACHADO, H. V. **Causas de mortalidade de pequenas empresas**. Maringá: Eduem, 2007.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **A importância do setor terciário para a economia**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs/406-programas-e-acoes-scs>>. Acesso em 01 mai. 2020.

OLIVEIRA, D. P. R. **Empresa familiar: como fortalecer o empreendimento e otimizar o processo sucessório**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA, J. A.; RESCH, S.; DOCKHORN, M. S. M.; RODRIGUES, W. O. P.; SILVA, M. A. C. Desenvolvimento local e regional: características da microrregião de Iguatemi do Estado de Mato Grosso do Sul. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR-RECC**, v. 4, n. 2, p. 19-35, 2017.

PEREIRA, P. T. V. Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características. **Blog SEBRAE**. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>>. Acesso em 18 abr. 2020.

PEREIRA, R. C. M.; SOUZA, P. A. Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços. In: SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: SEGeT, 2009.

PASCOTTO, H.; MACHADO, H. P. V. Dificuldades de pequenas empresas do setor de serviços securitários nos primeiros anos de vida. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 4, n. 1, p. 52-68, 2006.

ROVERE, R. L. L. Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 5, n. 3, 2001.

SALES, R. L.; BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Fatores condicionantes da mortalidade dos pequenos negócios em um típico município interiorano brasileiro. **Revista da micro e pequena empresa**, v. 2, n. 2, p. 38-55, 2008.

SANTANDER TRADE MARKETS. **Economia do Brasil:** Indicadores econômicos. Disponível em: <<https://santandertrade.com/pt/portal/analise-os-mercados/brasil/economia>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

SANTINI, S.; FAVARIN, E. V.; NOGUEIRA, M. A.; OLIVEIRA, M. L.; RUPPENTHAL, J. E. Fatores de mortalidade em micro e pequenas empresas: um estudo na região central do Rio Grande do Sul. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 8, n. 1, p. 145-169, 2015.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sobrevivência das Empresas no Brasil.** 2016. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/documentos2/pesquisas/Sobrevivencia%20das%20Empresas%20no%20Brasil/Sobrevivencia%20de%20Empresas%20no%20Brasil%202016%20-%20FINAL.pdf>>. Acesso em 18 abr. 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Causa Mortis:** o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida. jul. 2014. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf>. Acesso em: 18 mai. 2020.

SEBRAE. Estudos e Pesquisas. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira:** Região Centro-Oeste. 2015. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Relat%C3%B3rio%20Centro-Oeste.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2020.

SEBRAE-SP. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Panorama dos pequenos negócios 2018. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Panorama_dos_Pequenos_Negocios_2018_AF.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2020.

SEMAGRO. Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar. **Produto Interno Bruto Municipal.** 2010 – 2016. Disponível em: <<http://www.semagro.ms.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/PIB-Municipal-2010-2016.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

SEMAGRO. Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar. **Estudo da Dimensão Territorial do Estado de Mato Grosso do Sul: Regiões de Planejamento.** 2015. Disponível em: <http://www.semagro.ms.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/estudo_dimensao_territorial_2015.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020.

SOUSA, P. A. **Capacitação de empreendedores: uma forma de evitar a mortalidade precoce das Micro e Pequenas Empresas (MPE) do setor de serviços.** 2009. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/2582/1/2009-Administra%20a7%20a3o-PRISCILA%20APARECIDA%20SOUSA.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2020.

YANO, L. S. S.; MATEO, L. S. S.; MACHADO, W. L. F. Relevância e principais causas de mortalidade das micro e pequenas empresas no Estado de São Paulo. In: **ETIC-ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICAS**, v. 12, n. 12, 2016. Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/5467/5198>>. Acesso em: 18 mai. 2020.