

**UNIVERSIDADE FERERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**



**JOÃO PAULO BEZERRA DO NASCIMENTO JUNIOR**

**OS PRINCIPAIS FATORES QUE CAUSAM A MORTALIDADE DAS MICRO E  
PEQUENAS EMPRESAS NO SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS**

**RIO DE JANEIRO**

**2018**

**UNIVERSIDADE FERERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

**JOÃO PAULO BEZERRA DO NASCIMENTO JUNIOR**

**OS PRINCIPAIS FATORES QUE CAUSAM A MORTALIDADE DAS MICRO E  
PEQUENAS EMPRESAS NO SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Contábeis como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação do Professor Carlos Vieira.

**RIO DE JANEIRO**

**2018**

**UNIVERSIDADE FERERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE**

JOÃO PAULO BEZERRA DO NASCIMENTO JUNIOR

**OS PRINCIPAIS FATORES QUE CAUSAM A MORTALIDADE DAS MICRO E  
PEQUENAS EMPRESAS NO SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS**

Monografia apresentada ao Curso de graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis e submetida à avaliação da banca composta pelos seguintes membros:

Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Carlos Vieira (Orientador)  
Prof. do Curso de Ciências Contábeis da UFRJ

---

Lygia Nathália Pereira da Silva (Examinador)  
Professora do Curso de Ciências Contábeis da UFRRJ

---

Heloisa Siqueira Lordello (Examinador)  
Professora do Curso de Ciências Contábeis da UFRRJ

## RESUMO

O trabalho buscou evidenciar os fatores pelos quais empresas do segmento de gelados comestíveis estão no índice de mortalidade das micros e pequenas empresas no Brasil. No decorrer da pesquisa foi possível identificar que alguns desses motivos que levam as pequenas empresas à mortalidade, estão ligados à má gestão, que se dá por exemplo, com a mistura das contas pessoais e as contas empresariais, à recessão econômica e à falta de informação quanto ao mercado. Para melhor entender como uma empresa deve se inserir no mercado, foi feita uma breve diferenciação entre o empreendedorismo e o empreendedorismo usual, explicado o processo de abertura de empresas, além de trazer um panorama do segmento de gelados comestíveis, ou seja, todos os elementos que o empresário precisa observar ao iniciar esse tipo de negócio, como o processo de fabricação do sorvete, a higienização do ambiente, o congelamento e o armazenamento. Destaca-se um levantamento feito pelo SEBRAE que analisa a relação dos micro e pequenos empresários com as linhas de crédito oferecidas pelo BNDES, representando um número muito baixo no total da economia nacional, fato esse que pode caracterizar escolhas ruins para o financiamento das empresas, gerando a mortalidade precoce de muitas delas.

**Palavras-chave:** Micro e Pequenas Empresas. Mortalidade. Gelados Comestíveis.

## SUMÁRIO

|          |                                                                     |          |
|----------|---------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO</b>                                                   | <b>6</b> |
| 1.1      | OBJETIVO                                                            | 7        |
| 1.1.1    | <b>Geral</b>                                                        | 7        |
| 1.1.2    | <b>Específico</b>                                                   | 7        |
| <b>2</b> | <b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>                                          | <b>8</b> |
| 2.1      | DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO                                       | 8        |
| 2.2      | EMPREENDEDORISMO USUAL                                              | 9        |
| 2.3      | DEFINIÇÕES E CLASSIFICAÇÕES DAS EMPRESAS                            | 11       |
| 2.3.1    | <b>Empresa de Pequeno Porte (Epp)</b>                               | 11       |
| 2.3.2    | <b>Microempreendedor Individual (MEI)</b>                           | 12       |
| 2.3.3    | <b>Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte</b> | 13       |
| 2.4      | DO PROCESSO PARA ABERTURA E LEGALIZAÇÃO DE EMPRESAS                 | 14       |
| 2.4.1    | <b>Órgãos e setores envolvidos</b>                                  | 14       |
| 2.4.1.1  | Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (JUCERJA)               | 14       |
| 2.4.1.2  | Secretaria da Receita Federal do Brasil – (RFB)                     | 15       |
| 2.4.1.3  | ICMS e ISS                                                          | 15       |
| 2.5      | SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS                                     | 16       |
| 2.5.1    | <b>O Sorvete</b>                                                    | 16       |
| 2.5.1.1  | Características nutricionais                                        | 16       |
| 2.5.1.2  | Um pouco da história do sorvete                                     | 17       |
| 2.6      | TIPOS DE SORVETES                                                   | 18       |
| 2.6.1    | <b>Classificação dos sorvetes</b>                                   | 18       |
| 2.6.2    | <b>Componentes dos gelados comestíveis</b>                          | 18       |
| 2.7      | PROCESSO DE FABRICAÇÃO DOS GELADOS COMESTÍVEIS                      | 18       |
| 2.7.1    | <b>Balanceamento da calda</b>                                       | 19       |
| 2.7.2    | <b>Preparo da mistura</b>                                           | 19       |
| 2.7.3    | <b>Pasteurização</b>                                                | 19       |
| 2.7.4    | <b>Homogeneização</b>                                               | 20       |
| 2.7.5    | <b>Maturação</b>                                                    | 20       |

|       |                                                                                     |           |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.7.6 | Saborização.....                                                                    | 20        |
| 2.7.7 | Congelamento.....                                                                   | 21        |
| 2.7.8 | Acondicionamento.....                                                               | 21        |
| 2.7.9 | Armazenamento.....                                                                  | 21        |
| 3     | <b>METODOLOGIA.....</b>                                                             | <b>22</b> |
| 4     | <b>DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>                                      | <b>23</b> |
| 4.1   | FATORES QUE CONTRIBUEM PARA MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM GERAL..... | 23        |
| 4.2   | MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS.....   | 25        |
| 4.2.1 | <b>A relação das MPE com o BNDES.....</b>                                           | <b>25</b> |
| 4.2.2 | <b>A relação das MPE com os bancos públicos.....</b>                                | <b>28</b> |
| 4.2.3 | <b>A relação das MPE com os bancos privados nacionais.....</b>                      | <b>30</b> |
| 4.2.4 | <b>A relação das MPE com os bancos privados estrangeiros.....</b>                   | <b>32</b> |
| 4.3   | OUTROS ASPECTOS QUE PODEM INFLUENCIAR NA MORTALIDADE DAS EMPRESAS.....              | 35        |
| 4.3.1 | <b>Falta de planejamento.....</b>                                                   | <b>36</b> |
| 4.3.2 | <b>Cópia de modelos existentes.....</b>                                             | <b>36</b> |
| 4.3.3 | <b>Elaboração de um plano de negócios incompatível com a realidade.....</b>         | <b>36</b> |
| 4.3.4 | <b>Inexperiência e falta de capacitação dos empresários.....</b>                    | <b>37</b> |
| 5     | <b>CONCLUSÃO.....</b>                                                               | <b>40</b> |
|       | <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                             | <b>42</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

É muito comum que uma empresa em início de atividade não compreenda bem os fatores que geralmente a leva a fechar as portas antes mesmo de completar seu primeiro ano de atividade. Em outubro de 2016, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) fez um levantamento apontando que a taxa de mortalidade dessas empresas tem diminuído consideravelmente.

De acordo com o (SEBRAE, 2016), os dados apontados demonstram que para as empresas nascidas em 2008, o percentual era de 45,8%, já para as empresas nascidas em 2012, esse percentual caiu para 23,4%. O levantamento do SEBRAE DE 2016 aponta ainda que essa queda considerável nos últimos anos se deu por conta dos apoios econômicos do governo, para incentivar os pequenos negócios.

No entanto, conforme aponta (MELO, 2018), os números de mortalidade são bem significativos, principalmente quando avaliado o cenário econômico instável do Brasil, onde a maior parte do empreendedorismo nasce por uma questão de necessidade e não de oportunidade.

Tem-se um nicho de mercado que não sabe ser empresário, apenas o faz pela necessidade de compor uma renda.

Neste viés, é possível compreender que a má gestão, as complicações financeiras, entre outros fatores, como por exemplo a escolha de fontes de financiamento muito caras, façam com que essas empresas encerrem as atividades.

Dessa forma, este trabalho tem por objetivo evidenciar o real motivo que leva as micro e pequenas empresas a compor o índice de mortalidade no Brasil no segmento de gelados comestíveis.

O trabalho segue a fim de explanar sobre o procedimento de legalização das empresas, elucidando as classificações da empresa, o processo de abertura, os órgãos e setores envolvidos nessa trajetória.

O índice de mortalidade das micro e pequenas empresas do segmento de gelados comestíveis no Brasil, representa um percentual considerável de queda da economia, principalmente nos períodos mais quentes do ano. Tendo em vista esse cenário, a escolha do tema se justifica por serem essas empresas responsáveis por parte do desenvolvimento da economia, geração de renda e empregos de nosso país.

Como já dito acima, a escolha do tema ganha importância, por representar

um percentual da força econômica de nossa sociedade. Como as políticas de implementação de soluções viáveis para a recuperação ou para a inserção de micro e pequenas empresas no mercado estão escassas, surge então a necessidade de apontar possíveis falhas cometidas por essas empresas.

Para fundamentar este trabalho, serão levantados os motivos que fazem as micro e pequenas empresas fecharem as portas sem ao menos reporem os investimentos realizados, muitas vezes com enormes dívidas.

## 1.1 OBJETIVO

### 1.1.1 Geral

O escopo deste trabalho tem por objetivo evidenciar o motivo que leva as micro e pequenas empresas a compor o índice de mortalidade no Brasil no segmento de gelados comestíveis.

### 1.1.2 Específico

Como objetivos específicos, esse estudo visa identificar as principais vulnerabilidades e dificuldades enfrentadas pelas micro e pequenas empresas do setor de gelados comestíveis em seus primeiros anos de vida, assim como possíveis falhas cometidas por seus gestores, culminando na descontinuidade das mesmas.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Atualmente, já existem vertentes quanto ao empreendedorismo, destacando-se em empreendedorismo e empreendedorismo usual.

### 2.1 DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO

Vejamos o significado da palavra empreendedorismo, pois as definições podem ser bem abrangentes, considerando ainda a sua usualidade tão popularizada, sendo possível observar seu conceito conforme disposto no Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, (AURÉLIO, 2018).

Qualidade ou caráter do que é empreendedor. Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.

Outra interpretação que pode ser citada é dada por (HISRICH, 2009), onde diz:

A definição de empreendedor surgiu no decorrer do tempo, à medida que a estrutura econômica mundial mudava e tornava-se mais complexa. Desde seu início, na Idade Média, quando era usada para se referir a ocupações específicas, a noção de empreendedor foi refinada e ampliada, passando a incluir conceitos relacionados com a pessoa, em vez de com sua ocupação. Os riscos, a inovação e a criação de riqueza são exemplos dos critérios desenvolvidos à medida que evoluía o estudo da criação de novos negócios. Neste texto, o empreendedorismo é definido como processo de criar algo novo com valor, dedicando-se o tempo e o esforço necessários, assumindo os correspondentes riscos financeiros, psicológicos e sociais, e recebendo as recompensas consequentes da satisfação e da independência pessoal e econômica.

De acordo com Schumpeter (1984), o empreendedorismo é uma atividade de extrema importância para o mundo capitalista, empreender gera emprego, renda, tributos e movimenta a economia.

Defende ainda Schumpeter (1984), o empreendedorismo de forma diferente. Ele atribui ao resultado do empreendedorismo a soma da inovação com o capitalismo, o que tem gerado novas modalidades de negócio, como por exemplo as Startups (trata-se de novos modelos de empreender). Segue uma breve conceituação por Moreira, (2017), da Revista Exame: “Uma startup é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em

condições de extrema incerteza.” Para melhor compreender esse novo modelo de empreender, o BRASIL ECONÔMICO, 2017, define: “A definição dessa palavra representa empresas, geralmente de tecnologia que estão iniciando sua operação no mercado. Estas companhias ainda não têm seu desenvolvimento completo e, por isso, passam pela fase de pesquisas.”

Cabe ressaltar que para Schumpeter (1984), o empreendedor é o agente responsável por promover e difundir a inovação.

## 2.2 EMPREENDEDORISMO USUAL

A Ciência da Informação contribui para a relação da informação e tecnologia em prol da inovação, e esta é quesito principal do empreendedorismo no mundo das Startups. Essa noção se dá, pois, os atores envolvidos com essas novas modalidades de empreender entendem que é necessária a utilização das informações para a geração de produtos e serviços inovadores. Historicamente, a evolução da atividade empresarial relaciona-se com a ascensão da classe burguesa, que nasceu da necessidade de se criar um conjunto de normas para regular as atividades comerciais da Idade Média. Os aspectos que levam a evolução histórica da atividade empresarial decorrem da necessidade constante de se aprimorar as tratativas comerciais disciplinando assim a atividade profissional desempenhada naquele tempo. Porém a evolução seguiu seu caminho, e com ela a ascensão tecnológica.

Um estudo social revela o surgimento de empreendedorismo:

Os termos “empreendedor” e “empreendedorismo” não são uma inovação do capitalismo contemporâneo, mas ganharam relevo nas duas últimas décadas. A expressão “empreendedor” – com a conotação mais próxima à atualmente conhecida – foi utilizada pela primeira vez em 1725, como um derivativo do termo francês *entrepreneur*, pelo economista irlandês Richard Cantillon, para se referir às pessoas que realizavam a compra de matéria-prima, seu processamento e venda a terceiros, identificando, nessa dinâmica, uma oportunidade de negócios cujos riscos eram inteiramente assumidos pelo empreendedor. Desta definição surge, portanto, uma das principais características do empreendedor, qual seja a de indivíduo que assume os riscos pelos resultados de sua atividade econômica. Mais recentemente, em 1912, com o economista liberal Joseph A. Schumpeter, o termo começa a assumir o significado que vem sendo retomado na atualidade. Em seu livro intitulado “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, ele explicita os termos pela primeira vez, ao definir que: “ao empreendimento de novas combinações denominamos ‘empresa’ e aos indivíduos, cuja função é realizá-las, ‘empreendedores’”.

Em 1942, ao publicar “Capitalismo, Socialismo e Democracia”, o mesmo autor identifica como característica inerente ao sistema capitalista de produção de mercadorias, um processo que ele denominou de “destruição criadora”, por meio da qual o empreendedor assume papel relevante no desenvolvimento de novos produtos, novos métodos e novos mercados, capacidade que auxilia a criação de novas organizações, assim como a revitalização de organizações já existentes. (CASTRO, 2014).

O empreendedor ao entrar e invadir o mercado tech pode pensar localmente, pois:

Até alguns anos atrás, abrir um negócio estava relacionado a criar um estabelecimento, relacionamento com clientes e vender um produto ou serviço. É de se entender esse "modo local de se pensar". Um conceito muito importante quando se está falando sobre o mercado de tecnologia é a escalabilidade. Um negócio escalável é aquele que pode ser replicado em diferentes situações e regiões. Para entrar no mercado tech e empreender muitas vezes é essencial considerar isto na missão da empresa. (FABER, 2017)

Portanto o empreendedorismo usual não está ligado à inovação e tecnologia como defende Schumpeter, e sim à relação simples, como por exemplo a dona de um salão de beleza, ou ao criador de um jornal impresso, pois cabe ressaltar que nem todo empreendedor inova e gera os efeitos de um empreendedorismo.

Em suma, fica aqui definido que “nem todo empreendedor é um empreendedor schumpeteriano, mas todo empreendedor schumpeteriano é um empreendedor” (RODRIGUES, 2016). Portanto, ambos os casos possuem algumas características em comum e se encontram em um cenário incerto a riscos e a problemas semelhantes, bem como benefícios que favorecem aos dois tipos, pois ambos visam:

(...) criar riqueza através de um conjunto de práticas, guiado por um pensamento de possuir e desenvolver algo próprio, criar e transformar, seja para satisfazer uma necessidade financeira, aproveitar uma oportunidade ou com o intuito de deixar uma marca no mundo, transformando a vida do empreendedor e potencialmente a de outros. Para a nossa sociedade, a figura do empreendedor é fundamental em diversos aspectos, mas principalmente porque através de suas realizações gera-se emprego, renda e movimentam a economia. “O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos, responsabilidades e inovando continuamente.(RODRIGUES, 2016).

Com base no conceito de empreendedorismo, segue então a definição das empresas para melhor compreender o que causa a mortalidade das micro e pequenas empresas.

## 2.3 DEFINIÇÕES E CLASSIFICAÇÕES DAS EMPRESAS

Serão abordados neste tópico os principais conceitos que fundamentam este trabalho, a fim de melhor esclarecer seu vínculo com as fundamentações técnicas e teóricas apresentadas.

### 2.3.1 Empresa de Pequeno Porte (Epp)

A definição de Empresa de Pequeno Porte (EPP) está implícita na Lei Complementar Federal 123, de 14 de dezembro de 2006, em seu Art. 3º, II:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte, a sociedade empresária, a sociedade simples, a 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:

II - No caso de empresa de pequeno porte, aufera, 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)<sup>1</sup>. (Redação dada pela Lei Complementar nº 155, de 2016). (BRASIL, 2006).

É muito importante, entretanto, que não haja confusão entre a qualidade de EPP e os tipos tributários: simples nacional, lucro real e lucro presumido.

O que se quer deixar claro é que é perfeitamente possível uma empresa se enquadrar em quaisquer dos tipos tributários e concomitantemente se enquadrar como EPP.

Como bem visto no texto legal, toda a empresa que tenha faturamento anual entre R\$ 360.000,00 e R\$ 4.800.000,00 se enquadra na condição de Empresa de Pequeno Porte, possibilitando, por exemplo, que uma empresa enquadrada no lucro

---

<sup>1</sup> O texto original do Art. 3º II definia que a receita bruta anual, do ano calendário anterior se limitava a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais). No entanto em 27 de outubro de 2016 foi promulgada a Lei Complementar Federal nº 155, que alterou alguns dispositivos da Lei Complementar Federal 123/06, dentre eles o valor da receita bruta anual, do ano calendário anterior, para R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais). No entanto a referida LC 155/16 encontra-se no período de *Vacatio Legis*, entrando em vigor a partir de janeiro de 2018. Contudo é muito importante salientar que o texto da lei é categórico ao informar que o valor bruto anual se refere ao ano calendário anterior, ou seja, em 2018 a lei avaliará o bruto anual de 2017, por tanto muito embora a lei entre em vigor no próximo ano, já se admite que neste ano de 2017 os empreendedores enquadrados como EPP possuam receita bruta no montante de R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

real também seja enquadrada como EPP.

### 2.3.2 Microempreendedor Individual (MEI)

O Microempreendedor Individual é modalidade que não se confunde com as modalidades anteriores, se não pelo fato de suas obrigações serem simplificadas, tais como as empresas do simples nacional, no entanto ainda assim há completa modificação na aplicação de valores e obrigações.

A correta definição do MEI está na Lei Complementar Federal 123/06 (LC 123/06), nos precisos termos do Art. 18-A e em seu §1º.

Considera-se MEI (Micro Empreendedor Individual) o empresário individual que se enquadre na definição do art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, ou o empreendedor que exerça as atividades de industrialização, comercialização e prestação de serviços no âmbito rural, que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais)<sup>2</sup>, que seja optante pelo Simples Nacional e que não esteja impedido de optar pelo recolhimento dos impostos e contribuições abrangidos pelo Simples Nacional em valores fixos mensais, independentemente da receita bruta por ele auferida no mês, na forma prevista neste artigo. (BRASIL, 2006).

Este tipo empresarial foi criado com o intuito de trazer para o universo da formalidade todos os empreendedores que outrora atuavam no campo da informalidade. Para tanto o governo instituiu na LC 123/06 que todo o procedimento referente a este tipo empresarial deve ser simples, desburocratizado e rápido, (BRASIL, 2006).

Desta forma, com o advento da referida LC 123/06 o legislador emanou intenção de simplificar ao máximo o procedimento de criação deste tipo empresarial, sendo certo de que a constituição dos demais tipos empresariais é morosa e burocrática, (BRASIL, 2006).

---

<sup>2</sup> O texto original do Art. 18-A §1º definia que a receita bruta anual, do ano calendário anterior era de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais). No entanto em 27 de outubro de 2016 foi promulgada a Lei Complementar Federal nº 155, que alterou alguns dispositivos da Lei Complementar Federal 123/06, dentre eles o valor da receita bruta anual, do ano calendário anterior, para R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais). No entanto a LC 155/16 encontra-se no período de *Vacatio Legis*, entrando em vigor a partir de janeiro de 2018. Contudo é muito importante salientar que o texto da lei é categórico ao informar que o valor bruto anual se refere ao ano calendário anterior, ou seja, em 2018 a lei avaliará o bruto anual de 2017, portanto muito embora a lei entre em vigor no próximo ano, já se admite que neste ano de 2017 os empreendedores enquadrados no MEI possuam receita bruta no monte de R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais).

Desta forma, observou-se e ditou-se a correta aplicação de ferramentas com estrita observância nos princípios regentes da Administração Pública, como os da finalidade, celeridade, eficiência e do interesse público, (BRASIL, 2006).

Um dos exemplos mais notáveis é a garantia de entrada única no sistema federal, e após correta solicitação, todo o tramite burocrático se resolve em poucos minutos. Este mesmo processo para constituição de uma empresa que não seja MEI pode levar vários meses, (BRASIL, 2006).

### **2.3.3 Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte**

O Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte foi instituído pela LC 123/06, que visa, dentre outras metas, estabelecer o tratamento diferenciado e favorecido às Micro e Pequenas Empresas, em atenção aos arts. 146, 170 e 179 da Carta Magna de 1988.

O referido estatuto, que muitas vezes é citado como lei geral, traz diversos benefícios para as Micro e Pequenas Empresas, como o Regime Unificado de Apuração e Recolhimento de Impostos e Recolhimento da União, recebendo o nome de Imposto Simples.

Também há o advento da facilitação tributária, e a dispensa de determinadas obrigações principais e acessórias<sup>3</sup>.

Vale lembrar que neste estatuto se encontra de forma farta a aplicação de diversos princípios da Administração Pública como ferramentas bem aplicadas para alcançar o interesse público, tais como os princípios da finalidade, motivação e eficiência.

Foi recebido com muita popularidade a possibilidade de se fazer entrada única nos documentos através do sítio virtual do Ministério da Fazenda, e com apenas uma plataforma, de forma célere, eficiente e eficaz institui-se o MEI já devidamente registrado, e apto para o início imediato de suas atividades, bem como ao pagamento da guia simplificada com valor muito mais acessível do que qualquer outra modalidade.

Este estatuto não apenas define sobre as formas simplificadas de se constituir uma atividade empresária, mas também de sua baixa, no caso do MEI, bem como

---

<sup>3</sup> Obrigações Principais são aquelas às quais a empresa tem por dever (obrigação) adimplir com prestação pecuniária. Obrigação Acessória apenas a de prestar informações relativas a atividade.

todo o seu tratamento, que segundo o art. 1º deve ser diferenciado e favorecido.

Art. 1º Esta Lei Complementar estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, especialmente no que se refere: (BRASIL, 2006).

Isto garantiu às empresas abarcadas por esta lei muitas facilidades, respeitando por exemplo o princípio da isonomia, pois ao dar tratamento diferenciado às Empresas de Pequeno Porte às proporciona condições igualitárias de competitividade. O exemplo mais nítido que se pode obter está na lei de licitações, a Lei 8.666 de 21 de junho de 1993, precisamente no seu art. 3º, §14:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

§ 14. As preferências definidas neste artigo e nas demais normas de licitação e contratos devem privilegiar o tratamento diferenciado e favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte na forma da lei. (BRASIL, 1993).

## 2.4 DO PROCESSO PARA ABERTURA E LEGALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Neste tópico serão apresentados os órgãos, setores e sub-setores do serviço público e de interesse público relacionados à atividade de abertura e legalização de empresas.

O intuito deste tópico é trazer luz ao entendimento do leitor leigo, para que possa melhor compreender este procedimento.

### 2.4.1 Órgãos e setores envolvidos

#### 2.4.1.1 Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (JUCERJA)

A Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro – JUCERJA, é uma autarquia, que fornece procedimento administrativo veloz, podendo realizar tudo diretamente pela internet.

Como disposto no art. 1.150 e art. 1.151 do Código Civil, a JUCERJA é a junta comercial onde se registram as atividades empresariais em todo o estado do Rio de Janeiro.

Para melhor compreensão da competência da JUCERJA pode se verificar entre os art. 1.150 a 1.168 do Código Civil como princípio de estudo.

A função da JUCERJA no trâmite de constituição da empresa, seja qual for o seu tipo empresarial, é a de guardar o contrato social da empresa que está sendo constituída, tecnicamente este ato é chamado de arquivamento. Fato que merece destaque é o de que os empreendimentos MEI não se submetem ao crivo da junta comercial, pois não possuem contrato social. Este fato é oriundo da própria condição inerente ao MEI, cujo um dos seus elementos é ser de cunho personalíssimos e não possuir sócios.

#### 2.4.1.2 Secretaria da Receita Federal do Brasil – (RFB)

Esta secretaria, conhecida popularmente tão somente como Receita Federal do Brasil, é um órgão subordinado ao Ministério da Fazenda, que tem como responsabilidade a administração dos tributos federais e o controle aduaneiro. Também atua no combate à elisão e evasão fiscal, como formas de sonegação.

É através desta secretaria que são registrados os Cadastros Nacionais de Pessoa Jurídica, identificando cada empresa por uma sequência numérica.

#### 2.4.1.3 ICMS e ISS

São os responsáveis, dentro de sua competência territorial, pela inscrição empresarial para que se ofereça o tributo correspondente ao fisco competente.

É através destes setores que a empresa se habilita para a emissão da Nota Fiscal Eletrônica – NFe.

Conforme a lei 8.846/94<sup>4</sup> determina que as empresas emitam documento fiscal relativo a venda de mercadorias, prestação de serviços ou operação de alienação de bens móveis. Portanto, o devido registro, seja municipal e estadual, para o oferecimento do ISS ou ICMS se faz fundamental para o correto

---

<sup>4</sup> Dispõe sobre a emissão de documentos fiscais e o arbitramento da receita mínima para efeitos tributários



funcionamento empresarial, livre de sanções<sup>5</sup>.

Após a compreensão da classificação dos tipos de empresa, vejamos no próximo capítulo o segmento de gelados comestíveis e posteriormente as causas de sua mortalidade.

## 2.5 SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS

### 2.5.1 O Sorvete

O sorvete está incluído na categoria genérica de “gelados comestíveis”, os quais são definidos pela Agência de Vigilância Sanitária como:

(...) produtos alimentícios obtidos a partir de uma emulsão de gorduras e proteínas, com ou sem a adição de outros ingredientes ou substâncias que tenham sido submetidas ao congelamento, em condições que garantam a conservação do produto no estado congelado ou parcialmente congelado, durante o armazenamento, o transporte, a comercialização e a entrega ao consumo. (SEBRAE, 2016).

Portanto, os gelados comestíveis podem ser sorvetes de massa ou creme, picolés e produtos especiais gelados. Dentre os ingredientes básicos do sorvete, destacam-se o leite, o açúcar, a gordura, a água, aromatizantes, estabilizantes e emulsificantes.

Com a junção desses ingredientes, faz-se uma mistura, ou calda, que é pasteurizada, homogeneizada e congelada. Ainda no processo de congelamento, além da retirada rápida de calor, é feita uma agitação da calda, para incorporação de ar, para se obter um produto macio e leve, (SEBRAE, 2016).

O bom sorvete é formado por “gotas de gordura, bolhas de ar e cristais, de gelo igualmente dispersos em uma espessa solução de açúcar, para formar a matriz semissólida, congelada e aerada” que tanto apreciamos, (SEBRAE, 2016).

#### 2.5.1.1 Características nutricionais

O sorvete é um alimento à base de leite, rico em nutrientes, contendo proteínas, açúcares, gordura, vitaminas A, B1, B2, B6, C, D, K, cálcio, fósforo e

---

<sup>5</sup> Conforme disposto da Lei Complementar Federal os Microempreendedores Individuais (MEI) não estão obrigados a emitir Notas Fiscais, salvo se vender para Pessoas Jurídicas.

outros minerais essenciais numa nutrição balanceada, (SEBRAE, 2016).

É um alimento de alto valor nutritivo, sem ser excessivamente calórico, quando comparado com outros alimentos. De acordo com especialistas, o ser humano deve consumir de duas a três porções por dia do grupo de laticínios, o que corresponde a duas bolas de sorvete, (SEBRAE, 2016).

### 2.5.1.2 Um pouco da história do sorvete

A origem dos sorvetes se deu em épocas muito antigas. Um estudo realizado pelo SEBRAE<sup>6</sup>, revela um breve histórico desse surgimento, a saber:

Os chineses, há 3.000 anos, já utilizavam uma mistura de neve com sucos de frutas, o que seria a precursora dos sorvetes. O imperador romano Nero, por volta do ano 62 d.c., costumava enviar escravos até os Alpes para trazer neve, que era misturada com sucos de frutas e mel. Antes do ano 1.300, Marco Polo trouxe para o Ocidente várias receitas de sorvetes. Essa iguaria tornou-se popular na França, por volta de 1500, mas apenas entre a realeza. A nata foi introduzida como ingrediente e, por volta de 1700, as pessoas saboreavam uma sobremesa muito parecida com o sorvete de hoje. O congelador de sorvete com processador manual foi desenvolvido por Nancy Johnson em 1846. O gelo era disponível em grandes depósitos naquela época, por isso o sorvete passou a ser uma receita que podia ser saboreada por quase todos e não apenas pelos ricos. Com a descoberta das técnicas de congelamento, a fabricação de sorvete passou a ser feita sem o auxílio da neve. Por volta de 1800, vários cafés e restaurantes da Europa já serviam sorvetes. Em 1851, foi fundada a primeira fábrica de sorvete, em Baltimore. Alguns anos depois, com a introdução dos freezers, as sorveterias se espalharam pelo mundo todo. O negócio desenvolveu-se lentamente nas décadas seguintes. Os métodos de fabricação e os ingredientes melhoraram, ao mesmo tempo em que a tecnologia de refrigeração se tornou mais barata e mais eficiente. Por volta de 1920, os refrigeradores e congeladores domésticos se popularizaram, dando outro impulso à indústria do sorvete. O açúcar foi racionado nos Estados Unidos durante a primeira guerra mundial, mas a indústria do sorvete convenceu o governo de que o sorvete era um “alimento essencial”, assim, porções de açúcar foram distribuídas entre as fábricas de sorvete e a produção continuou. Os gelados chegaram ao Brasil em 1834, quando dois comerciantes compraram gelo de um navio americano e fabricaram sorvetes com frutas brasileiras. Mas a produção industrial de sorvete no Brasil teve início somente em 1947, (SEBRAE, 2016).

---

<sup>6</sup> O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos. É um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/o\\_que\\_fazemos](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos)> Acesso em: 24 nov. 2017.

## 2.6 TIPOS DE SORVETES

### 2.6.1 Classificação dos sorvetes

Os sorvetes são classificados da seguinte forma: sorbe, sherbert, sorvete tradicional, sorvete premium e sorvete superpremium:

- a) SORBE - são os gelados a base de água, elaborados com polpas ou sucos de frutas;
- b) SHERBERT - são os gelados a base de leite com teor reduzido de gordura e proteínas, sendo a gordura necessariamente de origem láctea;
- c) SORVETE TRADICIONAL - são os gelados a base de leite e outros ingredientes com teor de gordura ideal para um sorvete cremoso e equilibrado;
- d) SORVETE PREMIUM - são os gelados á base de leite e outros ingredientes nos quais os teores de gordura são superiores a 10%, proporcionando um sorvete com mais cremosidade;
- e) SORVETE SUPERPREMIUM – são os gelados à base de leite ou derivados lácteos e outros ingredientes nos quais os teores de gordura são superiores a 16%, resultando num sorvete cremoso e com menos ar.

### 2.6.2 Componentes dos gelados comestíveis

Os sorvetes são fabricados a partir de uma emulsão estabilizada (calda de sorvete) que, através de um processo de batimento e congelamento, produz um produto cremoso e agradável ao paladar. Essa emulsão é composta por produtos lácteos, água, gorduras, açúcares, estabilizantes, aromatizantes, entre outros.

## 2.7 PROCESSO DE FABRICAÇÃO DOS GELADOS COMESTÍVEIS

O processo de fabricação se dá através dos seguintes procedimentos: balanceamento da calda, preparação da mistura, pasteurização de 70 a 80°C, homogeneização, resfriamento a -4°C, maturação mínima de 4 horas, saborização e

adição de emulsificante, batimento e congelamento, envase, armazenamento e congelamento a -18°C, distribuição, e por fim o armazenamento para servir (freezer) a -12°C.

### **2.7.1 Balanceamento da calda**

Cada matéria-prima é analisada, primeiro individualmente, com relação à função, à cor, ao sabor e às demais características. Em seguida, em conjunto com os demais componentes, de forma a atender as especificações da legislação.

### **2.7.2 Preparo da mistura**

O preparo da mistura segue o seguinte procedimento:

Os ingredientes selecionados devem ser retirados da área de estocagem e levados para a área de processamento, onde serão pesados e misturados. Antes de manusear e pesar a glucose pasta é preciso passar água nas mãos e nos utensílios, para que ela não grude. Primeiro, coloca-se o leite no pasteurizador, que deve ser ligada para iniciar a agitação e o aquecimento. O açúcar e o leite em pó podem ser adicionados após o leite, sem que esteja aquecido. Já a gordura, o emulsificante e a glucose pasta devem ser adicionados somente após o leite atingir 45°C, para que se dissolvam mais rapidamente e emulsionem na calda. Se a gordura for adicionada em temperatura mais baixa vai cultuando e pode danificar o equipamento com o tempo. Produtos congelados como a manteiga e o creme, bem como ingredientes sólidos como o chocolate, devem ser cortados em pedaços antes de serem adicionados à calda, para melhor derretimento. A mistura pode ser feita em misturadores com aquecimento ou no próprio tanque de pasteurização, sendo posteriormente pasteurizada, (SEBRAE, 2016).

### **2.7.3 Pasteurização**

A pasteurização é um processo térmico para redução da carga microbiana inicial do produto e eliminação dos microrganismos patogênicos, sendo realizada da seguinte forma:

A calda é aquecida até uma determinada temperatura, por um determinado tempo. A legislação brasileira exige que preparados para gelados comestíveis, à base de leite ou de ovos, sejam submetidos à pasteurização. No processo contínuo de produção de sorvete, a temperatura da mistura é elevada rapidamente à temperatura de 80°C por 25 segundos e resfriada rapidamente. No processo descontínuo, ou a batelada, a mistura é aquecida a temperaturas entre 69 e 71°C por 30 min, sendo resfriada rapidamente, em seguida. Deve-se evitar altas temperaturas durante a pasteurização, para não provocar o aparecimento do sabor de cozido e a desnaturação das

proteínas do leite. O resfriamento faz parte da pasteurização e não deve exceder 2 horas para atingir a temperatura de 4°C. Tempo superior pode provocar a fermentação e ou uma nova contaminação microbiana da calda. (SEBRAE, 2016).

#### **2.7.4 Homogeneização**

Quanto a homogeneização:

(...) consiste em reduzir e uniformizar as partículas de gordura, pela passagem forçada da calda através de pequenos orifícios, em temperatura de 50°C ou um pouco acima, para se ter certeza de que a gordura está líquida. Esse processo pode ser feito antes, durante ou depois da pasteurização, dependendo do processo utilizado. O objetivo da homogeneização é obter uma suspensão de gordura estável e uniforme, pela redução do tamanho dos glóbulos de gordura. O resultado é uma calda com textura mais suave, mais corpo, maior capacidade de batimento e redução da velocidade de derretimento do sorvete. Se a homogeneização for bem-feita, a gordura não irá separar evitando a formação de uma camada de gordura. Após a homogeneização, a calda deve ser resfriada rapidamente, a temperatura de 4°C, caso contrário, o produto torna-se excessivamente viscoso. A homogeneização e o resfriamento podem ser feitos durante a pasteurização. O resfriamento faz parte da pasteurização e não deve exceder 2 horas para atingir a temperatura de 4°C. Tempo superior pode provocar a fermentação e ou uma nova contaminação microbiana da calda, (SEBRAE, 2016).

#### **2.7.5 Maturação**

Após a pasteurização e o resfriamento, segue-se a etapa de maturação da calda, que consiste em:

Manter a mistura em temperatura de 4°C ou inferior, num período de 4 a 12 horas, ou no máximo 24h, sob agitação lenta e constante. Nessa etapa, ocorre a hidratação dos componentes secos da calda. A água livre hidrata os estabilizantes, formando géis entre a liga e a água. A água deixa de ser livre e passa a estar aprisionada, o que regula a formação de cristais de gelo. Os géis formados propiciam mais corpo e auxiliam na estrutura. Além disso, ocorre a solidificação da gordura, com o abaixamento da temperatura. A maturação confere ao sorvete uma textura mais macia e mais corpo. Também melhora o overrun, ou seja, a incorporação de ar a calda, por batimento durante o processo de congelamento, o que resulta no aumento do volume de calda inicial, (SEBRAE, 2016).

#### **2.7.6 Saborização**

Posterior a maturação, vem o processo da retirada da calda do pasteurizador, da seguinte forma:

(...) com a utilização de vasilhames, para continuar o processo, lembrando que todo vasilhame ou utensílio que entrar em contato com a calda após pasteurização deve estar sanitizado. A calda pasteurizadora é colocada em um liquidificador. Em seguida, adiciona-se o pó saborizante, para conferir aroma, cor e sabor ao sorvete, seguindo-se as recomendações do fabricante, para determinar a quantidade de produto a ser adicionada. Após a mistura com o saborizante, a calda pode ser levada para a máquina produtora, para a etapa de congelamento, (SEBRAE, 2016).

### **2.7.7 Congelamento**

A etapa do congelamento é extremamente importante, pois afeta diretamente a qualidade do produto, além do rendimento e do sabor. A mesma ocorre em duas fases. A primeira se dá no congelamento na máquina produtora e a segunda ocorre no congelamento e endurecimento nos freezers de armazenamento.

Destaca-se que, a quantidade de ar incorporada ao sorvete durante a primeira fase de congelamento, chamada tecnicamente de overrun, pode ser calculada tanto pelo volume, quanto pelo peso, (SEBRAE, 2016).

### **2.7.8 Acondicionamento**

A embalagem que recolhe o sorvete que sai da produtora deve ser refrigerada previamente, de maneira que estejam bem gelados na hora do envase, para que não ocorra o descongelamento da parte do sorvete que toca nas paredes. Deve-se também evitar a formação de bolsas vazias, ao encher os vasilhames. Após ser colocado na embalagem, o sorvete deve ser imediatamente colocado em um freezer ou câmara de endurecimento, para que o restante da água livre se congele, em temperaturas entre -25°C e - 28°C. O endurecimento deve ser rápido e a temperatura deve ser uniforme, para que a água livre não forme cristais de gelo grandes. (SEBRAE, 2016).

### **2.7.9 Armazenamento**

A armazenagem do sorvete pronto deve ser feita em condições adequadas para que não perca qualidade. Deve ser armazenado em local separado das matérias-primas e dos ingredientes. O freezer de armazenamento deve estar em temperatura igual ou inferior a -18°C. no balcão expositor, no local de venda dos sorvetes, a temperatura deve manter-se o mais constante possível, entre - 12°C e -17°C. A temperatura é um fator muito importante em cada etapa da produção de sorvetes. Resumido: o sorvete é produzido na produtora a - 4°C e, após seu batimento, é retirado da máquina a -5°C. Deve ser levado para a estocagem entre -25°C e - 28°C, para evitar problemas com a formação de cristais de gelo. A temperatura de estocagem no balcão expositor é de -12°C a -17°C, (SEBRAE, 2016).

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa realizada para desenvolver este trabalho, consistiu em analisar diversos fatores para compreender o que leva as micro e pequenas empresas à falência. Para isso, foi realizado um estudo acerca dos registros divulgados pelo SEBRAE, órgão de apoio às Micro e Pequenas Empresas, entidade privada sem fins lucrativos, além de ser um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o país. Portanto, o SEBRAE busca compreender o mercado no qual estão inseridos os Microempreendedores, sendo estes os maiores responsáveis pelo desenvolvimento socioeconômico do país.

Foi realizada uma pesquisa exploratória, ou seja, realizou-se uma análise dos fatos, e a exposição dos resultados alcançados.

Gil, (2002), define a pesquisa exploratória da seguinte forma:

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que "estimulem a compreensão" (Sellitz et al., 1967, p. 63). Embora o planejamento da pesquisa exploratória seja bastante flexível, na maioria dos casos assume a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso, tipos que serão detalhados nos Capítulos 5 e 12, respectivamente. (GIL. 2002, p. 41).

Sendo assim, foi feita uma pesquisa bibliográfica e analisou-se situações através de levantamentos realizados pelo SEBRAE, tendo por fim, a exposição dos resultados alcançados.

## 4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Serão apresentados neste capítulo, a descrição, bem como a análise dos resultados obtidos através da pesquisa exploratória dos dados referente aos fatores que mais contribuem para a mortalidade das micro e pequenas empresas.

### 4.1 FATORES QUE CONTRIBUEM PARA MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM GERAL

Antes de adentrar propriamente no segmento de gelados comestíveis, cabe falar sobre a dificuldade e a mortalidade das empresas em geral.

É fato que muito dos empreendedores quando iniciam um negócio não fazem muita ideia de toda burocracia que as envolvem, e esse é um dos principais fatores que causam a morte da empresa logo no primeiro ano de vida, e muitas vezes com inúmeras dívidas.

Como já exposto, foram caracterizadas as empresas que se enquadram como EPP e MEI, e foi descrito o processo sobre como abrir uma empresa, todo o procedimento legal, além de ser apontado os setores e órgãos pelo qual a abertura de uma empresa costuma passar. Deste modo, chega o momento de expor com mais detalhes os principais condicionantes da alta taxa de mortalidade vislumbrada no conjunto das Micro e Pequenas empresa.

Essas modalidades de empresas têm representado uma importância muito significativa no cenário econômico brasileiro, bem como, tem desenvolvido um papel social na diminuição da desigualdade entre indivíduos e as regiões. No entanto, apesar de o Brasil ter uma população empreendedora, por falta de preparo e apoio adequado, o empreendedor brasileiro também acaba tendo muitos fracassos.

O Brasil apresenta alta mobilidade social e econômica, fazendo surgir muitas oportunidades, porém a falta de estrutura adequada em termos de aparato legal, contábil e gerencial, a legislação tributária ainda desfavorável, as exigências burocráticas, a carência de crédito e de uma política sistêmica de apoio e incentivo às micro e pequenas empresas levam a altas taxas de insucesso.

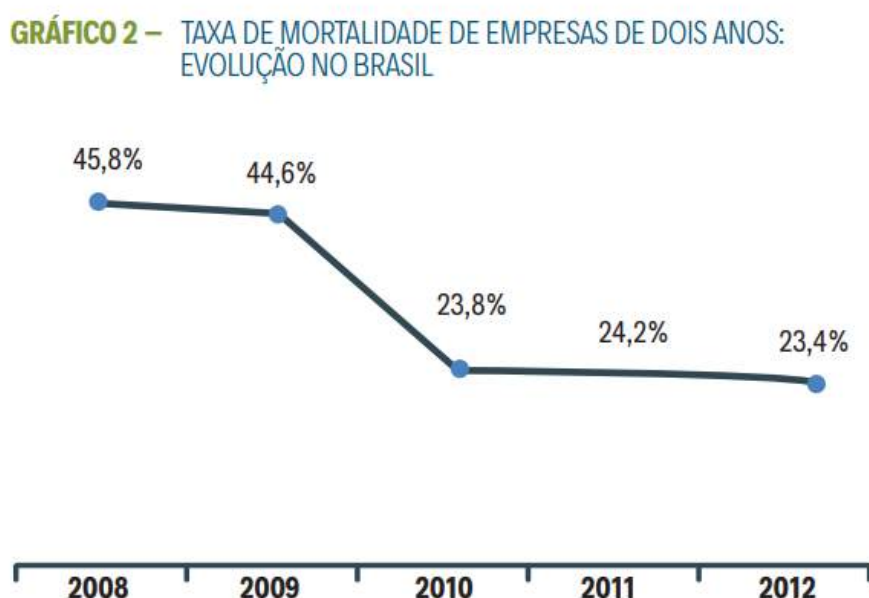
Os pontos primordiais que levam ao alto índice de mortalidade da MPE's, destacam-se entre: a má gerência na condução dos negócios oriundas da falta de capital de giro, o que gera o descontrole do fluxo de caixa, fazendo com que o



empresário muitas vezes acaba misturando as contas pessoais com as da empresa; problemas financeiros, caracterizados pelo alto endividamento; ponto inadequado, quando o empresário não faz um estudo do local onde abrir seu negócio; e a falta de conhecimentos gerenciais em si, (E-GESTOR, 2017). Outros fatores que também contribuem para a mortalidade das empresas em geral estão condicionados a causas econômicas conjunturais, como falta de clientes, alto índice de inadimplência e recessão econômica do país.

Apesar dos elementos apontados, um estudo do SEBRAE divulgado em 2016, revela que o índice de mortalidade dessas empresas vem caindo, conforme gráfico abaixo.

Gráfico 01: Taxa de mortalidade de empresas



Fonte: SEBRAE. Sobrevivência das Empresas no Brasil 2016.

O gráfico acima apensado, demonstra que a taxa de mortalidade de empresas com até dois anos caiu de 45,8%, nas empresas nascidas em 2008, para 23,4%, nas empresas nascidas em 2012.

É importante frisar que as empresas criadas no período entre 2008 e 2012 beneficiaram-se de uma série de aspectos positivos, presentes período compreendido entre 2008 e 2014, o que ajuda a explicar o aumento da taxa de sobrevivência das empresas neste período, (SEBRAE, 2016).

Porém, ainda assim o índice de mortalidade é latente, principalmente se contabilizado o número de “empreendedores por necessidade” que têm surgido no

mercado.

Tratam-se dos que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho, e precisam abrir um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Isso porque o índice de desemprego também deu uma grande alavancada nos últimos anos em decorrência da recessão econômica vivida pelo Brasil nos últimos anos.

## 4.2 MORTALIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO SEGMENTO DE GELADOS COMESTÍVEIS

Já foi tratado sobre o segmento de gelados comestíveis, popularmente conhecido como o sorvete. Foram realizados muitos apontamentos, principalmente sobre o surgimento do sorvete, bem como a sua criação, fabricação, venda e consumo.

No início deste capítulo, ressaltou-se o índice de mortalidades das Micro e Pequenas empresas no Brasil em geral.

Agora, vejamos como o segmento de gelados comestíveis pode estar dentro desse índice de mortalidade.

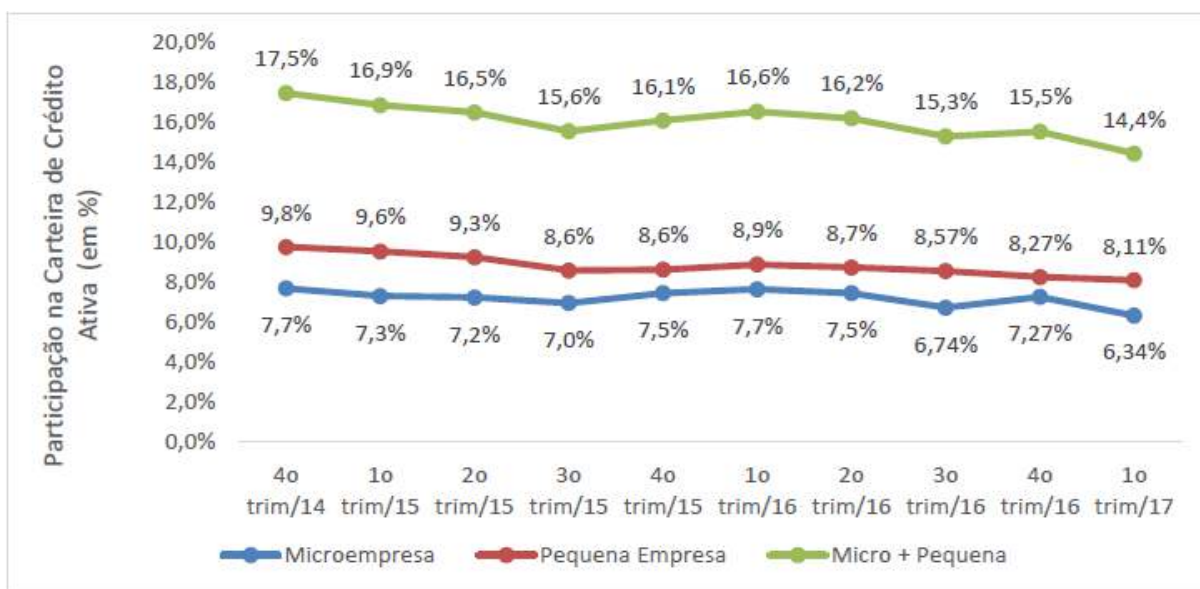
O segmento de gelados comestíveis demanda forte investimento tanto para produção, como para acondicionamento e venda, conforme visto em capítulo específico.

Diante disso, é necessário que o empresário desse setor – seja na indústria ou no comércio – tenha fontes de financiamento capazes de sustentar as atividades a longo prazo e essas fontes sejam pouco onerosas. Diversos bancos possuem linhas específicas de crédito voltadas para os micro e pequenos empresários, de acordo com o setor e atividades que desempenham.

### 4.2.1 A relação das MPE com o BNDES

Um estudo de 2017 do SEBRAE fez um levantamento da participação das MPE's na “Carteira de Crédito Ativa” do setor bancário, e o resultado que já era baixo vem diminuindo como pode ser observado no gráfico.

Gráfico 02: Participação das MPE's na "Carteira de Crédito Ativa"



Fonte: Sebrae. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas<sup>7</sup>

Esse mesmo estudo analisou a relação das MPE's com o BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Sustentável), que é o maior financiador de projetos a longo prazo na economia nacional.

No ano de 2016, do total de recursos repassados à Pequena Empresa, apenas 22% eram destinados ao comércio e indústria de transformação – setores onde as empresas de gelados comestíveis estão situadas –, assim como os repasses à Microempresa representam, somados os mesmos setores, 29% do valor total, números que diminuiriam em relação ao ano anterior conforme observado no próximo quadro.

<sup>7</sup> SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. setembro de 2017. Disponível em: < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/843a3cb8bd1901b9dec713eb3cddb260/\\$File/7754.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/843a3cb8bd1901b9dec713eb3cddb260/$File/7754.pdf). > Acesso em: 16 jun. 2018.

Quadro 01: Repasse de recursos do BNDES às MPE's

|                            | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>Pequena empresa</b>     |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Agropecuária               | 59%  | 50%  | 41%  | 28%  | 22%  | 26%  | 32%  | 31%  | 41%  | 61%  |
| Comércio                   | 5%   | 5%   | 9%   | 10%  | 17%  | 25%  | 22%  | 23%  | 24%  | 16%  |
| Transporte                 | 27%  | 34%  | 37%  | 48%  | 41%  | 21%  | 22%  | 22%  | 11%  | 8%   |
| Indústria de transformação | 4%   | 5%   | 5%   | 6%   | 9%   | 12%  | 10%  | 9%   | 9%   | 6%   |
| Construção                 | 2%   | 2%   | 2%   | 3%   | 3%   | 4%   | 4%   | 4%   | 3%   | 2%   |
| Utilidades públicas        | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 0%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 0%   |
| Indústria extrativa        | 0%   | 1%   | 0%   | 1%   | 0%   | 1%   | 1%   | 0%   | 0%   | 0%   |
| Outros serviços            | 3%   | 4%   | 5%   | 6%   | 7%   | 10%  | 8%   | 9%   | 11%  | 7%   |
| <b>Microempresa</b>        |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Agropecuária               | 2%   | 2%   | 2%   | 10%  | 15%  | 20%  | 24%  | 23%  | 30%  | 43%  |
| Comércio                   | 9%   | 9%   | 13%  | 11%  | 12%  | 18%  | 18%  | 19%  | 20%  | 17%  |
| Transporte                 | 55%  | 61%  | 56%  | 48%  | 42%  | 24%  | 24%  | 24%  | 15%  | 12%  |
| Indústria de transformação | 16%  | 13%  | 13%  | 15%  | 16%  | 20%  | 17%  | 15%  | 16%  | 12%  |
| Construção                 | 7%   | 7%   | 7%   | 8%   | 7%   | 8%   | 7%   | 7%   | 6%   | 3%   |
| Utilidades públicas        | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 2%   |
| Indústria extrativa        | 2%   | 2%   | 1%   | 2%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 1%   | 0%   |
| Outros serviços            | 8%   | 6%   | 8%   | 6%   | 7%   | 8%   | 7%   | 9%   | 11%  | 10%  |

Fonte: Sebrae. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas .

Dados do SEBRAE em uma sondagem feita com 805 Microempresas e Empresas de Pequeno Porte apontam que 79% delas nunca utilizaram recursos do BNDES. Diversos fatores foram apontados pelos entrevistados, como não ter necessidade dos recursos, mas por outro lado foram mencionados desconhecimento das linhas de financiamento, negativa por parte do banco, burocracia, etc.

Com base no estudo, é possível verificar que o financiamento é um fator importante para a sobrevivência das MPE's em geral, mas principalmente em setores que necessitam de fortes investimentos em maquinários que possuem alto valor, como no caso dos gelados comestíveis. Fazer um planejamento com antecedência e verificar as melhores formas para financiar o negócio podem ser diferenciais num mercado tão competitivo, porém muitos empresários ainda não aprenderam.

#### 4.2.2 A relação das MPE com os bancos públicos

Outro ponto que merece ser apontado neste trabalho, está relacionado a relação das MPE com os bancos públicos. O estudo levantado pelo SBRAE, diz que:

Quando considerado apenas o valor total da Carteira de Crédito Ativa dos bancos públicos, concedidos às MPE, verifica-se que apenas 3 bancos respondem por 95% dos recursos dos bancos públicos disponibilizados aos Pequenos Negócios (Gráfico 17): BNDES (38%), Banco de Estado do Espírito Santo – Banestes (37%) e Banco do Nordeste do Brasil – BNB (19%). Há também, nesta carteira, a participação de um grande número de agências de fomento estaduais (p.ex. Goiás Fomento, Desenvolve SP, Age Rio, Fomento Paraná, Agência de Fomento de SC, etc.), (SEBRAE, 2017).

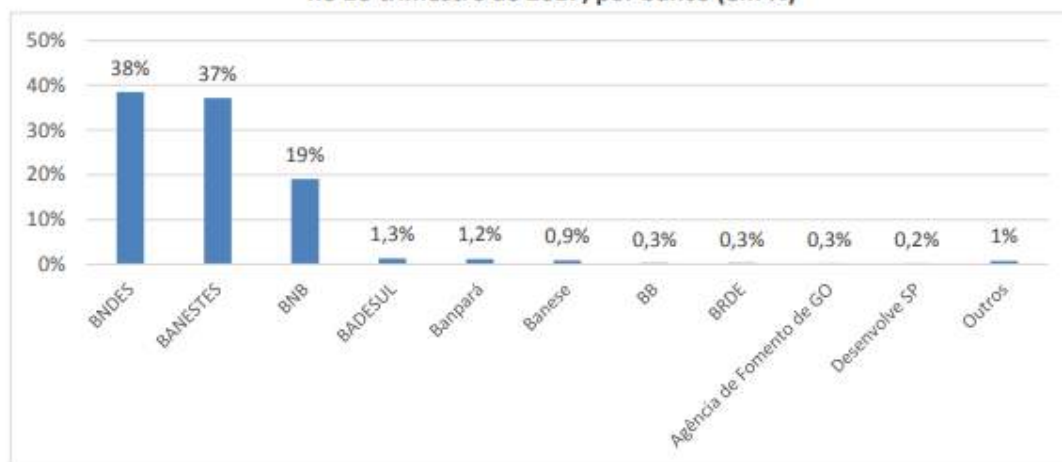
É importante compreender ainda que:

Curiosamente, o Banco do Brasil (BB) e a Caixa Econômica Federal (CEF), aparecem apenas nas 7ª e 16ª posição do ranking dos bancos públicos. Isto porque a maior parte dos recursos que estes dois bancos utiliza para conceder empréstimos às MPE são, de fato, oriundos do BNDES. Levando em conta apenas os recursos próprios, BB e CEF participam respectivamente com 0,3% e 0,1% do valor total da carteira de crédito ativa dos bancos públicos, concedido às MPE, (SEBRAE, 2017).

Desta forma, para melhor compreender os apontamentos do SEBRAE quanto a relação financeira das MPE a esses bancos, segue o gráfico abaixo.

Gráfico 03: Distribuição da Carteira de Crédito Ativa dos bancos públicos, concedidos às MPE, no 1o trimestre de 2017, por banco.

**Gráfico 17 - Distribuição da Carteira de Crédito Ativa dos bancos públicos, concedidos às MPE, no 1o trimestre de 2017, por banco (em %)**



Fonte: If.data (BACEN)

Fonte: Sebrae. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas .

Tais demonstrativos revelam que, entre o 1º trimestre de 2016 e o 1º trimestre de 2017, a carteira de crédito concedido às MPE, nas mãos dos bancos públicos, caiu 30%, passando de R\$ 189 milhões para R\$ 131 milhões, (SEBRAE, 2017).

O que denota a importância do BNDES nesta relação, uma vez que além de ser o principal responsável pela carteira de crédito às MPE disponibilizada pelos bancos públicos, foi um dos que sofreu maior queda na oferta de crédito (-39%), entre o 1º semestre de 2016 e o 1º semestre de 2017.

O SEBRAE aponta ainda que:

Mais da metade da queda no valor dessa carteira, nesse período, se deu no volume de recursos do BNDES (queda de R\$ 32 milhões no BNDES, contra uma queda de R\$ 58 milhões no total da carteira de crédito com recursos públicos). No entanto, deve se destacar que isso está associada não só ao BNDES, mas também, e principalmente, à política mais cautelosa de concessão de empréstimos dos agentes financeiros repassadores de recursos do banco, no período de maior retração da economia brasileira, (SEBRAE, 2017).

Sendo possível, portanto, analisar com mais detalhes através do quadro abaixo, o qual demonstra a evolução da Carteira de Crédito Ativa dos bancos públicos, concedidos às MPE, por banco, (SEBRAE, 2017).

Quadro 02 – Evolução da Carteira de Crédito Ativa dos bancos públicos, concedidos às MPE, por banco.

| Bancos Públicos (*)               | 1º trim/16            | 1º trim/17            | Variação    |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|
| BNDES                             | 82.853.354,48         | 50.605.216,00         | -39%        |
| Banestes                          | 69.104.615,50         | 48.804.930,00         | -29%        |
| BNB                               | 28.736.150,88         | 25.085.617,00         | -13%        |
| Badesul                           | 2.259.764,11          | 1.748.888,00          | -23%        |
| Banpará                           | 1.501.445,13          | 1.559.956,00          | 4%          |
| Banese                            | 1.684.427,10          | 1.213.208,00          | -28%        |
| BB                                | 526.974,94            | 414.448,00            | -21%        |
| BRDE                              | 646.814,03            | 402.524,00            | -38%        |
| Agência de Fomento Goiás          | 380.134,07            | 329.935,00            | -13%        |
| Agência de Fomento Desenvolve SP  | 244.544,81            | 265.497,00            | 9%          |
| Agência de Fomento Estado RJ      | 263.992,54            | 222.426,00            | -16%        |
| Banrisul                          | 171.282,80            | 159.560,00            | -7%         |
| Agência de Fomento Paraná         | 87.462,47             | 107.716,00            | 23%         |
| Bco da Amazônia                   | 102.358,31            | 101.929,00            | 0%          |
| Agência de Fomento de SC (BADESC) | 81.421,52             | 101.484,00            | 25%         |
| Caixa Econômica Federal           | 81.118,27             | 87.043,00             | 7%          |
| Agência de Fomento de MT          | 103.203,22            | 79.008,00             | -23%        |
| BDMG                              | 106.135,34            | 75.544,00             | -29%        |
| Agência de Fomento do AM          | 53.633,39             | 41.247,00             | -23%        |
| Agência de Fomento do RN          | 28.793,04             | 25.407,00             | -12%        |
| Agência de Fomento do TO          | 16.582,54             | 17.596,00             | 6%          |
| Agência de Fomento do AP          | 8.250,49              | 7.717,00              | -6%         |
| Agência de Fomento de AL          | 3.972,57              | 6.464,00              | 63%         |
| Agência de Fomento de RR          | 2.576,58              | 5.501,00              | 114%        |
| Bco de Desenvolvimento do ES      | 5.967,75              | 2.781,00              | -53%        |
| Agência de Fomento de PE          | 3.347,25              | 2.678,00              | -20%        |
| BRB                               | 828,19                | 1.443,00              | 74%         |
| Ccris Cândido de Abreu            | 1.302,93              | 1.114,00              | -15%        |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>189.060.454,23</b> | <b>131.476.877,00</b> | <b>-30%</b> |

Fonte: SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. If.data (BACEN). Dados deflacionados pelo INPC.

#### 4.2.3 A relação das MPE com os bancos privados nacionais

Considerando ainda os estudos realizados pelo SEBRAE, aponta-se que:

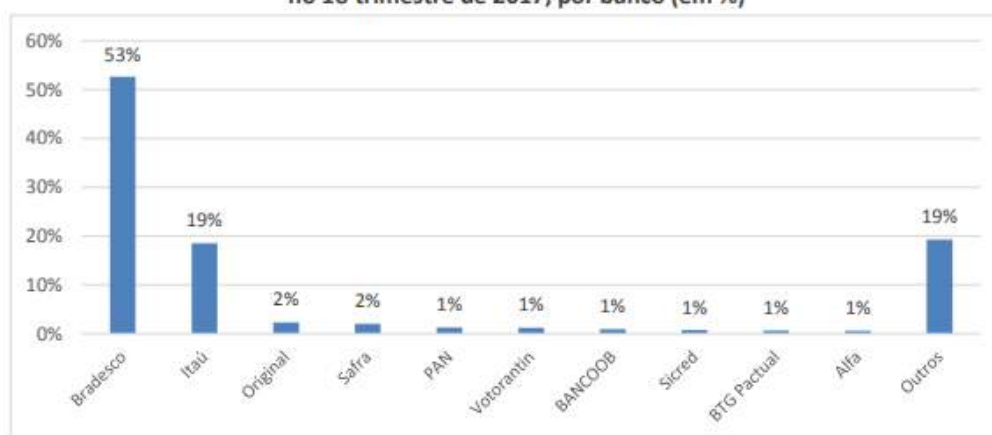
Do valor total da Carteira de Crédito Ativa dos bancos privados, concedidos às MPE, 71% são concedidos por apenas dois bancos (Gráfico 18): Bradesco (53%) e Itaú (19%). Os 29% restantes dos recursos privados concedidos às MPE, estão distribuídos em mais de 850 instituições privadas. Há também, na carteira, a participação de um grande número de cooperativas de crédito (p.ex. Sicred, Sicoob, etc.), (SEBRAE, 2017).



Para melhor análise dos dados acima expostos, segue gráfico.

Gráfico 04: Distribuição da Carteira de Crédito Ativa dos bancos privados, concedidos às MPE, no 1º trimestre de 2017, por banco.

Gráfico 18 - Distribuição da Carteira de Crédito Ativa dos bancos privados, concedidos às MPE, no 1º trimestre de 2017, por banco (em %)



Fonte: SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. If.data (BACEN). Dados deflacionados pelo INPC.

Os dados acima revelam que entre o 1º trimestre de 2016 e o 1º trimestre de 2017, a carteira de crédito concedido às MPE, nas mãos dos bancos privados nacionais, caiu 15%, passando de R\$ 112 milhões para R\$ 95 milhões. A queda de Bradesco e Itaú (-R\$ 16,4 milhões) foi praticamente a mesma do conjunto das instituições bancárias privadas nacionais (- R\$ 16,7 milhões).

A análise do SEBRAE sobre esse assunto, demonstra que:

Curiosamente, no segmento privado, houve uma grande variabilidade de resultados. O Banco BIC, por exemplo, registrou queda de 55%, mas o Banco Cooperativo Sicred, o Sicredi Vanguarda PR/SP, o Maxi Alfa, a Pioneira da Serra Gaúcha e o BTG Pactual apresentaram aumento de respectivamente 47%, 42%, 32%, 31% e 24%. Portanto, houve avanço no caso de algumas cooperativas de crédito e alguns bancos privados que optaram por ampliar sua participação no mercado de crédito concedido às MPE, (SEBRAE, 2017).

Para melhor compreender os dados alcançados pelo SEBRAE, é importante anexar os dados extraídos de sua pesquisa.



Quadro 03: Evolução da Carteira de Crédito Ativa dos bancos privados, concedidos às MPE, por banco.

| Bancos Privados Nacionais (*) | 1º trim/16            | 1º trim/17           | Variação    |
|-------------------------------|-----------------------|----------------------|-------------|
| Bradesco                      | 63.826.020,65         | 50.405.875,00        | -21%        |
| Itaú                          | 20.751.935,26         | 17.742.288,00        | -15%        |
| Original                      | 1.969.344,92          | 2.198.361,00         | 12%         |
| Safra                         | 1.696.974,32          | 1.906.997,00         | 12%         |
| PAN                           | 1.373.838,67          | 1.208.276,00         | -12%        |
| Votorantin                    | 2.417.850,31          | 1.156.304,00         | -52%        |
| BANCOOB                       | 949.229,36            | 877.963,00           | -8%         |
| Sicred                        | 465.895,20            | 684.329,00           | 47%         |
| BTG Pactual                   | 502.956,51            | 624.995,00           | 24%         |
| Alfa                          | 704.290,32            | 526.640,00           | -25%        |
| Vale do Itajaí                | 469.350,16            | 515.865,00           | 10%         |
| Fibra                         | 409.344,34            | 477.780,00           | 17%         |
| BMG                           | 585.163,34            | 439.653,00           | -25%        |
| Mercantil                     | 677.371,15            | 396.536,00           | -41%        |
| Luso brasileiro               | 325.830,40            | 370.094,00           | 14%         |
| Maxi Alfa                     | 235.826,90            | 311.538,00           | 32%         |
| BIC                           | 538.724,30            | 243.488,00           | -55%        |
| Porto Seguro                  | 221.681,87            | 233.939,00           | 6%          |
| Sicredi Vanguarda PR/SP       | 164.186,76            | 232.381,00           | 42%         |
| Pioneira da Serra Gaúcha      | 156.666,16            | 204.704,00           | 31%         |
| Outros                        | 14.059.419,44         | 15.006.169,00        | 7%          |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>112.501.900,33</b> | <b>95.764.175,00</b> | <b>-15%</b> |

Fonte: SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. If.data (BACEN). INCP.

#### 4.2.4 A relação das MPE com os bancos privados estrangeiros

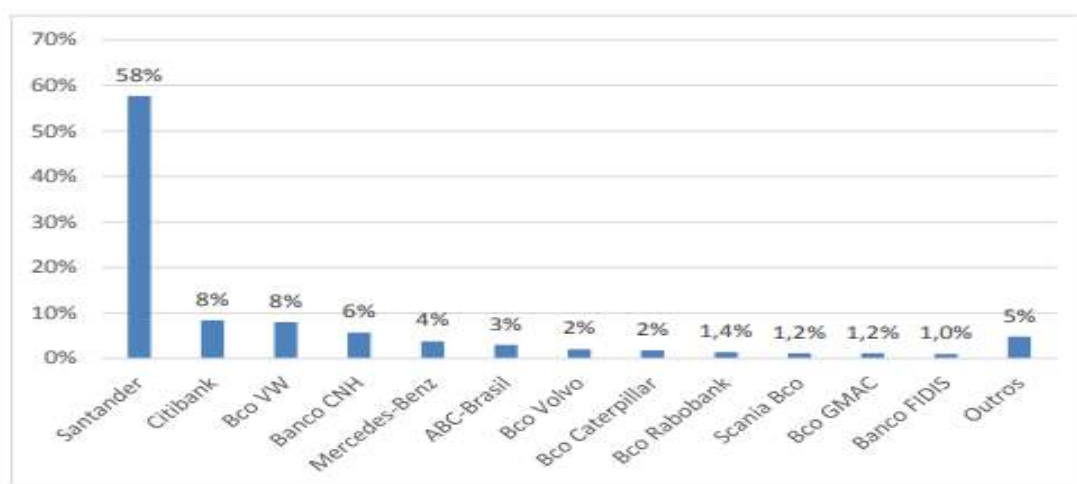
Dentre a relação das MPE's acima apontadas pelos estudos do SEBRAE, outra que também trouxe um resultado significativo para melhor compreender essa questão de financiamento juntos aos bancos, foi a relação junto aos bancos privados estrangeiros.

No relatório do SEBRAE, identifica-se que:

A Carteira de Crédito Ativa dos bancos estrangeiros, junto às MPE, é fortemente concentrada em três bancos (Gráfico 19): o Banco Santander (58% da carteira), o Citibank (8%) e o Banco VW (8%). Estes três detêm, juntos, 74% dos recursos de bancos estrangeiros disponibilizados às MPE. Além da atuação forte do Santander e do Citibank, nessa carteira, chama a atenção a presença de vários bancos de montadoras de veículos (VW, MB, Volvo, Caterpillar, Scania, GM e Toyota). Isto parece estar associado ao financiamento de veículos, consórcios de veículos e venda de seguros de veículos (automóveis, tratores e caminhões). Trata-se, portanto, de um segmento bastante específico de financiamento às MPE, (SEBRAE, 2017).

Nesse sentido, o gráfico abaixo representa a distribuição da Carteira de Crédito Ativa dos bancos estrangeiros concedidos às MPE no 1º trimestre de 2017 por banco.

Gráfico 05: Distribuição da Carteira de Crédito Ativa dos bancos estrangeiros, concedidos às MPE no 1º trimestre de 2017 por banco.



Fonte: SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. If.data (BACEN). INCP.

Frente a tais resultados é possível compreender que o valor desta carteira caiu 27%, entre o 1º trimestre de 2016 e o 1º trimestre de 2017, passando de R\$ 49 milhões para R\$ 36 milhões, queda de R\$ 13,6 milhões, (SEBRAE, 2017).

Destaca-se ainda que apesar da queda em algumas instituições, como por exemplo o Santander, houve um aumento dos valores emprestados.

Quadro 04: Evolução da Carteira de Crédito Ativa dos bancos estrangeiros concedidos às MPE por banco.

| Bancos Estrangeiros (*) | 1º trim/16           | 1º trim/17           | Variação    |
|-------------------------|----------------------|----------------------|-------------|
| Santander               | 20.127.167,50        | 20.819.411,00        | 3%          |
| Citibank                | 3.356.137,58         | 3.027.727,00         | -10%        |
| Bco VW                  | 4.296.743,14         | 2.887.347,00         | -33%        |
| Banco CNH               | 1.826.384,60         | 2.059.084,00         | 13%         |
| Mercedes-Benz           | 1.973.041,43         | 1.365.947,00         | -31%        |
| ABC-Brasil              | 1.047.753,12         | 1.078.876,00         | 3%          |
| Bco Volvo               | 991.060,05           | 726.031,00           | -27%        |
| Bco Caterpillar         | 734.839,07           | 651.461,00           | -11%        |
| Bco Rabobank            | 604.317,23           | 497.383,00           | -18%        |
| Scania Bco              | 601.080,82           | 426.612,00           | -29%        |
| Bco GMAC                | 350.690,61           | 425.343,00           | 21%         |
| Banco FIDIS             | 834.263,18           | 354.645,00           | -57%        |
| ING                     | 1.992.975,40         | 254.118,00           | -87%        |
| Bco Toyota              | 214.542,95           | 188.814,00           | -12%        |
| BMW                     | 111.444,30           | 135.116,00           | 21%         |
| BNP Paribas             | 9.227,16             | 123.675,00           | 1240%       |
| John Deere              | 231.248,88           | 108.723,00           | -53%        |
| Bco de Lage Landen      | 125.495,22           | 99.445,00            | -21%        |
| Bco Continental         | 129.463,61           | 81.541,00            | -37%        |
| Intesa Sanpaolo         | 64.379,93            | 78.408,00            | 22%         |
| Outros                  | 10.077.229,99        | 673.504,00           | -93%        |
| <b>TOTAL</b>            | <b>49.699.485,76</b> | <b>36.063.211,00</b> | <b>-27%</b> |

Fonte: SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. If.data (BACEN). INCP.

Todos os apontamentos realizados neste capítulo quanto ao financiamento dos diversos bancos fossem privados, públicos ou estrangeiros para as MPE's, revelaram que nos últimos anos, as empresas buscaram todas as opções de financiamento, mas ainda assim, essa busca sofreu quedas significativas como bem demonstra o quadro a seguir:

Quadro 05: Tipos de financiamento que estava utilizando no momento da entrevista (2013- 2017).

| Crédito                  | Tipo                            | 2013                        | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Tendência 2013/17 |
|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------|------|------|------|-------------------|
| Comercial                | Fornecedores (negociação prazo) | 63%                         | 61%  | 67%  | 52%  | 53%  | ↓                 |
|                          | Cheque pré-datado               | 43%                         | 35%  | 46%  | 27%  | 28%  | ↓                 |
| Bancário                 | Cheque especial (*)             | 54%                         | 24%  | 29%  | 20%  | 19%  | ↓                 |
|                          | Cartão de crédito empresarial   | n.d.                        | 25%  | 28%  | 21%  | 18%  | ↓                 |
|                          | Bancos privados (empréstimo)    | 21%                         | 19%  | 15%  | 13%  | 11%  | ↓                 |
|                          | Desconto de duplicata/títulos   | 14%                         | 11%  | 17%  | 11%  | 11%  | ↓                 |
|                          | Bancos oficiais (empréstimo)    | 25%                         | 23%  | 28%  | 15%  | 11%  | ↓                 |
|                          | Factoring                       | 11%                         | 6%   | 11%  | 5%   | 6%   | ↓                 |
|                          | Cooperativas de crédito         | 5%                          | 4%   | 9%   | 5%   | 5%   | cte               |
|                          | Leasing/financeiras             | 11%                         | 8%   | 6%   | 5%   | 4%   | ↓                 |
|                          | Microcrédito                    | 5%                          | 6%   | 8%   | 6%   | 3%   | ↓                 |
|                          | Informal                        | Dinheiro de amigos/parentes | 13%  | 13%  | 13%  | 14%  | 17%               |
| Agiotas                  |                                 | 4%                          | 3%   | 4%   | 3%   | 4%   | cte               |
| Outros                   | Outros recursos financeiros     | 7%                          | 8%   | 5%   | 9%   | 10%  | ↑                 |
| Nenhum dos itens citados |                                 | 15%                         | 16%  | 12%  | 22%  | 23%  | ↑                 |

Nesse sentido, é possível compreender que diversos fatores podem estar influenciando para a redução de tais números, como por exemplo uma economia instável.

#### 4.3 OUTROS ASPECTOS QUE PODEM INFLUENCIAR NA MORTALIDADE DAS EMPRESAS

Existe um número significativo de empresas que fecham as portas durante os primeiros dois anos de funcionamento no país, tais números são alarmantes, e a verdade é que não há um único motivo capaz de explicar tantas falências.

É possível concluir que, a má gestão desempenha um papel de destaque nessas estatísticas negativas. Sendo assim, diversos fatores apontam as principais causas para a mortalidades das empresas em geral.

Um estudo realizado pelo SEBRAE, em 2016, verificou que a sobrevivência (ou a mortalidade) do negócio resulta não apenas de um único fator tomado isoladamente, mas depende da combinação de um conjunto de fatores: os “fatores contribuintes” (SEBRAE, 2016).

#### **4.3.1 Falta de planejamento**

Nos primeiros meses de existência, as empresas se encontram em seu estado mais vulnerável. Completamente desconhecida no mercado e com pouco dinheiro no caixa, um pequeno erro pode tomar proporções ainda maiores do que em outros momentos, de maior estabilidade.

Dessa forma, é fundamental fazer um plano de negócio e estudar com cautela todos os elementos que envolvem o empreendimento. Essa etapa preliminar de pesquisa deve levar em consideração o público-alvo, a concorrência, os custos e o maior número possível de variáveis, para se precaver de quaisquer imprevistos que surgirem pelo caminho, (E-GESTOR, 2018).

#### **4.3.2 Cópia de modelos existentes**

Adotar modelos existentes de negócio de sucesso na hora de empreender, não é um plano ruim, no entanto, quando se opta por reproduzir uma cópia integral, a tendência é o fracasso. E isso acontece porque, nesses casos, o empresário acaba negligenciando a importância de adaptar as fórmulas à sua própria realidade, criando um diferencial para o seu produto, (E-GESTOR, 2018).

Nesse sentido é importante escolher bem, como realizar um modelo de negócio no empreendimento escolhido.

#### **4.3.3 Elaboração de um plano de negócios incompatível com a realidade**

Uma das etapas de se criar um empreendimento, é a elaboração de um bom plano de negócios, que pode ser crucial para o sucesso e crescimento das empresas. Porém é necessário fazer um amplo estudo de mercado, desde a descrição do público-alvo do negócio, ramo de atuação da empresa, tipo de produtos oferecidos, capacidade de pagamento para funcionários, número de filiais, etc. Através de uma análise mercadológica, será possível definir até mesmo a aplicação do preço de venda do seu produto, (SEBRAE, 2016).

É nesse momento que nasce um dos primeiros problemas, pois muitos empresários não fazem este estudo de uma maneira adequada, e acabam estipulando no plano de negócios valores de pagamento muito acima da capacidade

financeira da empresa.

Visando apenas atingir um público muito alto em um curto período de tempo, acabam não obtendo os resultados esperados, devido a elaboração de expectativas que não condizem com a realidade do mercado, (E-GESTOR, 2018).

#### **4.3.4 Inexperiência e falta de capacitação dos empresários**

Muitos empreendedores abrem o seu negócio sem possuir um devido conhecimento do mercado e sem uma adequada capacitação profissional e acabam tendo inúmeros problemas para conseguir atrair clientes e também para gerir a empresa financeiramente. Por isso a dica é que os empreendedores busquem o máximo de informações e treinamentos possíveis. Existem diversos cursos online a respeito de vários temas que podem ser de extrema importância para o ambiente de gestão empresarial, (SEBRAE, 2016)

Há ainda diversos outros fatores que contribuem para a mortalidades das empresas em geral, como por exemplo, a falta de fiscalização e acompanhamento, mistura de contas pessoais com as contas da empresa, falta de divulgação, desequilíbrio no fluxo de caixa, entre outros motivos. Com base na pesquisa realizada pelo SEBRAE, foi realizado um quadro comparativo dos fatores contribuintes da mortalidade das empresas.

Quadro 06 - Resultados comparativos selecionados da pesquisa.

| FATORES CONTRIBUINTES      |                                                        | EMPRESAS ATIVAS                                                                                                   | EMPRESAS INATIVAS                                                                                                 |
|----------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Situação antes da abertura | Condição anterior do empresário*                       | MENOR proporção de desempregados (21%)                                                                            | MAIOR proporção de desempregados (30%)                                                                            |
|                            | Experiência anterior do empresário*                    | MAIOR proporção de pessoas com experiência anterior no mesmo ramo (71%)                                           | MENOR proporção de pessoas com experiência anterior no mesmo ramo (64%)                                           |
|                            | Motivação para abrir o negócio*                        | MENOR proporção dos que abriram por exigência de cliente/fornecedor (12%)                                         | MAIOR proporção dos que abriram por exigência de cliente/fornecedor (23%)                                         |
|                            |                                                        | MAIOR proporção dos que abriram porque identificaram oportunidade ou porque desejavam ter o próprio negócio (59%) | MENOR proporção dos que abriram porque identificaram oportunidade ou porque desejavam ter o próprio negócio (49%) |
| Planejamento               | Tempo médio de planejamento antes de abrir a empresa** | 11 meses                                                                                                          | 8 meses                                                                                                           |
|                            | Recursos*                                              | MAIOR proporção que negociou prazos com fornecedores ou obteve empréstimo em bancos (39%)                         | MENOR proporção que negociou prazos com fornecedores ou obteve empréstimo em bancos (23%)                         |

Fonte: Sebrae (2016a). Notas: \* Aplicado o teste z de comparação de proporções. O teste evidenciou que as diferenças das proporções são estatisticamente significantes ao nível  $\alpha = 0,05$ .

\*\* Aplicado o teste t de comparação de médias. O teste evidenciou que há diferença significativa entre as empresas ativas e inativas, considerando um  $\alpha = 0,05$ , entre as médias.

Quadro 07 - Resultados comparativos selecionados da pesquisa.

| FATORES CONTRIBUINTES             |  | EMPRESAS ATIVAS                                                                                     | EMPRESAS INATIVAS                                                                                   |
|-----------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gestão do negócio                 |  | Investir na capacitação da mão de obra e dos sócios (69%)                                           | Investir na capacitação da mão de obra e dos sócios (52%)                                           |
|                                   |  | Aperfeiçoar sistematicamente seus produtos e serviços às necessidades dos clientes (95%)            | Aperfeiçoar sistematicamente seus produtos e serviços às necessidades dos clientes (84%)            |
|                                   |  | Estar sempre atualizado com respeito às novas tecnologias do seu setor (89%)                        | Estar sempre atualizado com respeito às novas tecnologias do seu setor (78%)                        |
|                                   |  | Realizar um acompanhamento rigoroso da evolução das receitas e das despesas ao longo do tempo (74%) | Realizar um acompanhamento rigoroso da evolução das receitas e das despesas ao longo do tempo (65%) |
| Capacitação em gestão empresarial |  | Diferenciar produtos e serviços (31%)                                                               | Diferenciar produtos e serviços (24%)                                                               |

Fonte: Sebrae (2016a). Notas: \* Aplicado o teste z de comparação de proporções. O teste evidenciou que as diferenças das proporções são estatisticamente significantes ao nível  $\alpha = 0,05$ .

\*\* Aplicado o teste t de comparação de médias. O teste evidenciou que há diferença significativa entre as empresas ativas e inativas, considerando um  $\alpha = 0,05$ , entre as médias.



## 5 CONCLUSÃO

O objetivo geral do trabalho foi evidenciar o que leva a mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil. A pesquisa realizada para desenvolver o trabalho, buscou através de evidências divulgadas pelo SEBRAE, órgão responsável em apoiar as Micro e pequenas empresas, compreender o que pode gerar o encerramento das atividades de uma organização antes mesmo de completar seu primeiro ano de existência.

O foco do trabalho foi analisar o setor de gelados comestíveis. É um mercado diferenciado, tendo em vista a sua sazonalidade que se dá em decorrência das épocas mais quentes, e nas épocas mais frias o seu consumo acaba sendo menor.

Nesse sentido, entender o que que pode ser feito para evitar o encerramento de uma atividade como essa é fundamental para o empresário, bem como para a economia.

Fatores divulgados pelo SEBRAE mostram a importância de se estudar bem os produtos, o mercado, a forma de gestão, o modelo de negócio que deverá ser adotado, entre outros, que quando não observados podem culminar no encerramento das atividades.

A má gestão, a falta de conhecimento na legislação que regula determinados empreendimentos, a não realização da pesquisa de mercado, as dificuldades financeiras e as escolhas na hora de financiar o negócio são fatores que geralmente acarretam no insucesso do negócio.

Outro ponto de destaque durante a pesquisa foi relacionado aos diversos tipos de financiamentos bancários para as MPE's, fossem dos bancos privados, público ou estrangeiros. O que demonstrou que ao longo dos últimos anos, houve uma redução de investimentos desses bancos nas micro e pequenas empresas.

Outro estudo está relacionado à taxa de sobrevivência de empresas com até dois anos de vida. O SEBRAE vem realizando com frequência esse tipo de pesquisa, e a última, foi realizada em 2016, onde se destacou 2.006 (duas mil e seis) empresas, ativas e inativas, questionando-as para identificar os fatores determinantes do fechamento dos negócios.

Antes de finalizar, vale lembrar que todo negócio deve ser planejado, deve ser feita uma avaliação de mercado, entender como funciona a separação do fluxo de caixa pessoal do profissional, entre outros fatores que contribuem para uma gestão

próspera e saudável.

Portanto, considerando os diversos fatores que influenciam na sobrevivência dessas empresas, é possível concluir que a mortalidade precoce de uma empresa deriva de um acúmulo de insucessos em variadas áreas do negócio, bem como a falta de planejamento antes de se abrir um empreendimento.

## REFERÊNCIAS

- ABIS – **Associação Brasileira das Indústrias de Sorvetes**. Techno Sorvetes - 8ª Feira Internacional de Tecnologia para a indústria de Sorveteria Profissional. Disponível em: <[http://www.abis.com.br/noticias\\_2011\\_3.html](http://www.abis.com.br/noticias_2011_3.html)>. Acesso em: 29 nov. 2017.
- ABS. **Associação Brasileira de Startups**. Disponível em <[www.abStartups.com.br](http://www.abStartups.com.br)> Acesso em 21 set. 2017
- AURÉLIO, Dicionário. **Empreendedorismo**. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/empreendedorismo>> Acesso em: 01 out. 2018.
- BRASIL. **Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Texto da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, atualizado até a Lei Complementar n.º 155, de 27 de outubro de 2016.
- BRASIL ECONÔMICO. Home IG Economia. **Muito recente no país, já que os primeiros cases surgiram no Brasil só em 2011, o setor de startup tem despontado no Brasil e atraí investidores**. Disponível em: <<https://economia.ig.com.br/2016-06-30/startup-conceito.html>>. Acesso em: 25 mai. 2017.
- BRASIL. **Lei das Licitações**. Texto da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8666cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8666cons.htm)>. Acessado em 15 mai. 2017.
- BRASIL. **Lei nº 11.598, de 3 de dezembro de 2007**. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/1592528.pdf>> Acesso em: 16 ago. 2018.
- CASTRO, Carla Appollinario; NUNES, Tiago de García. Crítica À Razão Empreendedora: **Sobre A Função Ideológica do Empreendedorismo no Capitalismo Contemporâneo**. Revista de Direitos Humanos e Estudo Social. 2014.
- DICIONÁRIO. **Significado de Financeiro**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/financeira/>> Acesso em: 08 set. 2017
- DICIONÁRIO, Português. **Significado de Capitalismo**. 2009-2017. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/capitalismo/>> Acesso em: 30 set. 2017.
- DICIONÁRIO, Português. **Significado de Inovação**. 2009-2017. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/inovacao/>>. Acesso em: 30 set. 2017
- DUAS RODAS INDUSTRIAL LTDA. **Guia Completo do Sorvete**. Jaraguá do Sul 1999.
- DORNELAS, José. **Modelo de Negócio ou Plano de Negócio**. Disponível em

<http://www.josedornelas.com.br/artigos/modelo-de-negocio-canvas-ou-plano-de-negocios/> Acesso em: 25 mai. 2017.

E-GESTOR. Empreendedorismo. **8 Principais causas da mortalidade de empresas**. Disponível em: < <https://blog.egestor.com.br/8-principais-causas-da-mortalidade-de-empresas/> > Acesso em: 17 ago. 2018.

EMPREENDEDEDORIMSO. *Apud* HISRICH; Peters; Shepherd, 2009, p. 30. Disponível em < <https://www.priberam.pt/dlpo/empreendedorismo> > Acesso em: 22 ago. 2017.

FARBER, Alexandre. **A Estratégia e a Estrutura organizacional em uma Startup de Base Tecnológica**. Disponível em < [http://pro.poli.usp.br/wp-content/uploads/2015/09/TF\\_formatado\\_alexandre\\_farber\\_v04.pdf](http://pro.poli.usp.br/wp-content/uploads/2015/09/TF_formatado_alexandre_farber_v04.pdf) > Acesso em 26 mai. 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4° ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Tradução Teresa Felix de Souza. 7ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LIMA, Eugenia Bezerra de. **Legalização de empresas**. Rio de Janeiro. Apostila CRC/RJ. 2016

MELO, Luísa. **Crise faz empreendedorismo por necessidade voltar a crescer no Brasil**. Disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/crise-faz-empreendedorismo-por-necessidade-voltar-a-crescer-no-brasil.ghtml> > Acesso em: 15 ago. 2018.

MOREIRA, Daniela. **O que é uma Startup?** Revista Exame. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/> > Acesso em: 22 out. 2017.  
PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. Disponível em < <http://revistapegn.globo.com/Tecnologia/noticia/2016/11/estamos-abertos-apoiar-inovacao-no-sistema-financeiro-diz-representante-do-banco-central.html> > Acesso em 20 nov. 2016

RODRIGUES, Patrícia Lopes. **Empreendedorismo no Brasil: um olhar sobre as Startups**. Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1984.

SEBRAE. **Cartilha de boas práticas de fabricação na indústria de gelados comestíveis**. Disponível em:< [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/arquivos\\_chronus/bds/bds.nsf/18e69ee9eca639b33372eefdf6ecfb4e/\\$file/7574.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/arquivos_chronus/bds/bds.nsf/18e69ee9eca639b33372eefdf6ecfb4e/$file/7574.pdf) > Acesso em: 24 nov. 2017.

SEBRAE. **Financiamento das MPE no Brasil**. setembro de 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/843a3cb8bd1901b9dec713eb3cddb260/\\$File/7754.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/843a3cb8bd1901b9dec713eb3cddb260/$File/7754.pdf). > Acesso em: 16 jun. 2018.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil 2016**. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>> Acesso em: 27 nov. 2017.