

**Determinantes do tempo de vida de micro e pequenas empresas do varejo de
vestuário em Campos dos Goytacazes em 2019**

*Determinants of micro and small clothing retail companies lives in Campos dos
Goytacazes in 2019*

*Recebido: 23/03/2020 – Aprovado: 01/06/2020 – Publicado: 01/07/2020
Processo de Avaliação: Double Blind Review*

Gabriella Alves Rodrigues Manhães
gabriella.alves.r.m@gmail.com
Universidade Federal Fluminense, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-2717-9173>

Graciela Aparecida Profeta
graciela_profeta@yahoo.com.br
Universidade Federal Fluminense, Brasil
<https://orcid.org/0000-0001-8390-0562>

Tatiana Acar
tatiana.acar@gmail.com
Universidade Federal Fluminense, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-4527-7957>

Rodrigo Resende Ramos
rramos@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-8423-4925>

RESUMO

No Brasil, muitas das micro e pequenas empresas (MPEs) encerram suas atividades com menos de dois anos de existência, mas aquelas que conseguem estender seu ciclo de vida exercem importante papel econômico e social por meio da geração de postos de trabalho e de renda. Devido ao fato de ter se verificado a importância das MPEs no Brasil e em Campos dos Goytacazes para a geração de emprego e renda, a relevância do segmento de mercado ligado à indústria da moda para o município, assim como também observando

que boa parte das MPEs possui uma mortalidade precoce, neste estudo buscou-se responder quais são os fatores que determinam o tempo de vida de MPEs em Campos dos Goytacazes, considerando o segmento de varejo de vestuário no ano de 2019. Para tal, aplicaram-se entrevistas semiestruturadas em 56 MPEs do segmento de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, em outubro de 2019, e estimou-se um modelo econométrico proposto para mensurar os efeitos dos determinantes do tempo de vida das MPEs. De modo geral, os resultados indicaram que as principais variáveis que mais impactaram no tempo de vida das micro e pequenas empresas do segmento de vestuário na região central da cidade de Campos dos Goytacazes foram as variáveis ligadas à gestão, especialmente no que tange ao planejamento. Logo, faz-se importante que os gestores e elaboradores de políticas públicas se atentem a essas variáveis de modo a garantir a sobrevivência dessas empresas e, conseqüentemente, a geração de emprego e renda.

Palavras-chave: micro e pequenas empresas, tempo de vida, vestuário, gestão empresarial, MQO.

ABSTRACT

In Brazil, many micro and small companies (MSEs) end their activities with less than two years of existence, but those that achieve the life cycle play an important economic and social role through the generation of jobs and income. Consider the fact of having selected the importance of MSEs in Brazil and Campos dos Goytacazes for generating employment and income, a relevance of the market segment linked to the fashion industry for the municipality, as well as also observing an important part of MSEs has an early mortality rate, in this study, it was tried to answer what are the factors that determine the life span of MSEs in Campos dos Goytacazes, considering the clothing retail segment in 2019. For semi-structured applications in 56 MSEs of the clothing segment located in Campos dos Goytacazes, in October 2019, and estimated a controlled economic model to measure the effects of the determinants of the life span of MSEs. In general, the results indicated as the main variables that affect the life span of micro and small companies in the clothing segment in the central region of the city of Campos dos Goytacazes were the following management variables, especially with regard to planning. Therefore, it is

important for managers and public policy makers to address these variables in order to guarantee savings in these companies and, consequently, a generation of jobs and income.

keywords: *micro and small companies, life time, clothing; business management, MQO.*

1. INTRODUÇÃO

Há distintas formas de classificar empresas no Brasil: a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) as classificam por meio de sua receita bruta anual. Enquanto o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (Sebrae) e a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) baseiam sua classificação de empresas no número de empregados que as compõe.

Conforme Brasil (2019), a receita bruta anual é o critério adotado pela Secretaria de Receita Federal do Brasil como base para classificar as micro e pequenas empresas (MPEs) em diferentes categorias, assim tem-se que: microempresa é a sociedade empresária que possui a receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00; empresa de pequeno porte é a sociedade empresária que possui a receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (sendo esses valores referentes às receitas oriundas do mercado interno). Inclusive, essa é a base exigida para que as empresas sejam tributadas pelo sistema simplificado de tributação, conhecido como simples nacional. Além disso, a Lei Geral de Micro e Pequenas Empresas criou o microempreendedor individual que se refere a um indivíduo que trabalha de forma autônoma e se legaliza como empresário individual, optante pelo SIMEI que refere-se ao sistema de recolhimento em valores fixos mensais dos tributos do simples nacional, cuja receita bruta anual é de até R\$ 81.000,00 e, possui outras particularidades próprias em lei.

Destaca-se que a classificação do BNDES (2019) está de acordo com a classificação estabelecida pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, acrescentando a definição de média empresa, sendo essa a sociedade empresária que possui a receita bruta anual superior a R\$ 4.800.000,00, e igual ou inferior a R\$ 300.000.000,00; e a definição

de grande empresa, como a sociedade empresária que possui a receita bruta anual superior a R\$ 300.000.000,00.

No Brasil, é fato que muitas das MPEs encerram suas atividades com menos de dois anos de existência. Porém, as que conseguem estender seu ciclo de vida exercem importante papel econômico e social por meio da geração de postos de trabalho e de produtos que retratam a riqueza do país.

Segundo o Sebrae (2018), os impactos na economia do país causados pela recessão, que começou em 2014, contribuíram para que no segmento das MPEs fechasse estabelecimentos, reduzisse empregos, com conseqüente redução da renda. Apesar disso, observou-se que, quando comparadas às médias e grandes empresas (MGEs), as MPEs revelaram-se mais resistentes e colaboraram para suavizar os efeitos da crise no mercado de trabalho e na estrutura produtiva do Brasil, pois a redução no número de empregos e a queda na remuneração média foram menores nas MPEs do que nas MGEs, o que mostra que as MPEs configuram-se como um segmento estratégico para as políticas de retomada do crescimento econômico e distribuição de renda.

Conforme um estudo realizado, em 2013, pelo Sebrae (2014), que visava identificar quais fatores colaboravam para o sucesso de empresas, do primeiro ao quinto ano de atividade, no estado de São Paulo, a falta de gestão foi uma das principais causas de mortalidade de empresas. Segundo o mesmo, 36% das empresas em atividade destacaram um bom planejamento antes da abertura como o fator mais importante para a sobrevivência de um negócio e, 34% das empresas em atividade destacaram a gestão eficiente.

Segundo Bonacim, Cunha e Corrêa (2009), as MPEs tornaram-se essenciais para o desenvolvimento do país, sendo que tal realidade se mostrava ainda mais forte nos municípios menores, nos quais as MPEs eram as principais fontes de geração de empregos e de crescimento econômico regional, perante os relativos baixos investimentos para geração de renda e de novas ofertas de vagas de emprego. Ainda segundo esses autores, por mais que tais empresas contratassem uma quantidade pequena de funcionários, ao se considerar o conjunto de MPEs existentes, elas ganhavam proporções significativas, situando-se como as principais empregadoras em locais carecidos de indústrias de grande porte.

Segundo dados da Junta Comercial e Industrial do Estado do Rio de Janeiro - JUCERJA(2019), no primeiro semestre de 2019, o município de Campos dos Goytacazes ficou em primeiro lugar no ranking de constituição de empresas na região Norte Fluminense, com 779 estabelecimentos, sendo a atividade com o maior número de abertura de empresas o Comércio Varejista de Artigos de Vestuário e Acessórios, com 3,59% do total. Segundo Toni (2018), citando Marcelo Prado, diretor titular adjunto do Comitê da Cadeia Produtiva da Indústria Têxtil, Confecção e Vestuário da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo- FIESP (COMTEXTIL), a estimativa é que até 2021, haja um crescimento acumulado de 13% do mercado de moda no país, com média de 3,1% ao ano, o que pode acarretar em um recorde de produção de 6,68 bilhões de peças.

Assim, dada a importância das MPEs no Brasil e em Campos dos Goytacazes para a geração de emprego e renda, e considerando a relevância do segmento de mercado ligado à moda para a cidade de Campos, onde boa parte das MPEs possui uma mortalidade precoce, neste artigo objetivou-se responder à seguinte questão: quais são os fatores e como esses se comportam em relação ao tempo de vida de micro e pequenas empresas em Campos dos Goytacazes, considerando o segmento de varejo de vestuário no ano de 2019.

Destaca-se que as MPEs são, de acordo com o Sebrae (2016), as empresas que possuem o maior peso no encerramento dos pequenos negócios, logo é nesse tipo de empresa que o presente trabalho se concentrou. Considerando ainda que a classificação de MPEs utilizada é aquela proposta pela Secretaria de Receita Federal, como já apresentado.

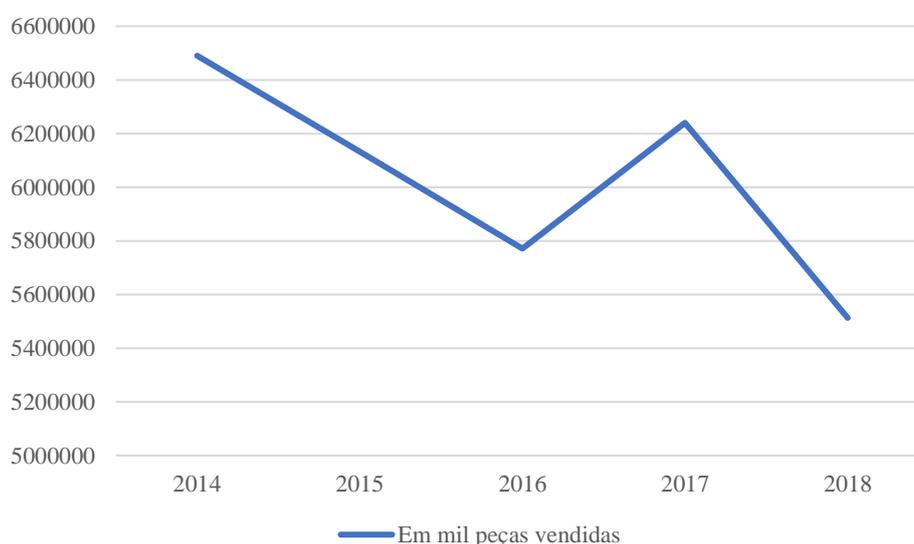
Também vale lembrar que o segmento de varejo de vestuário foi escolhido, pois esse além de estar inserido na atividade econômica com a maior quantidade de microempresas no município, o comércio foi o segmento em que houve mais constituição de empresas em Campos dos Goytacazes no primeiro semestre de 2019, de acordo com dados da JUCERJA (2019).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Varejo de Vestuário no Brasil

Conforme Prado (2018), devido à crise e à redução da demanda até a metade do ano de 2018, mais de 17 mil lojas especializadas em moda deixaram de funcionar no Brasil. Esse número representa 10% do total dessas lojas, em sua maior parte, lojas independentes (não organizadas em rede) de pequeno porte. Na Figura 1, apresenta-se o comportamento do varejo de vestuário em volume vendido para o período de 2014 a 2018.

Figura 1: Evolução do varejo de vestuário em volume no Brasil, de 2014 a 2018.



Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Inteligência de Mercado - IEMI (2018).

Segundo a Inteligência de Mercado-IEMI- (2018), e conforme pode ser visto na Figura 1, depois de dois anos de dificuldades (2015 e 2016), nos quais o varejo de vestuário no país somou uma redução de 11% no volume de peças comercializadas, o ano de 2017 apresentou uma relevante recuperação das vendas para o setor. Segundo Prado (2018), o varejo de Moda no Brasil, em 2018, contava com aproximadamente 149 mil pontos de vendas no país, considerando todos os principais canais de venda do varejo físico, incluindo as lojas especializadas e não especializadas no segmento.

Também pode ser visualizado na Figura 1, que esses canais somados foram responsáveis, em 2017, pela comercialização de 6,24 bilhões de peças do vestuário. Ainda segundo o IEMI (2018), esse valor deixa o segmento de moda entre um dos mais relevantes mercados do Brasil, suprido essencialmente pelas lojas especializadas, nas quais se inserem as lojas independentes, sendo a maior parte dessas, multimarcas responsáveis por escoar 36% das peças adquiridas no varejo físico.

Apesar da alta expectativa de que, em 2018, o varejo de vestuário tivesse resultados tão promissores quanto em 2017, o resultado foi adverso com redução da quantidade de peças vendidas se comparado a 2017, conforme pode ser verificado na Figura 1. Segundo Fernando Pimentel, presidente da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), citado por Sousa (2018), três eventos que contribuíram de forma negativa no desempenho do varejo de vestuário no Brasil, em 2018, foram: 1) a greve dos caminhoneiros, que causou perda de itens produzidos e que não chegaram aos pontos de venda; 2) a Copa do Mundo de Futebol, que teve como efeito negativo a redução do fluxo de consumidores no varejo nos dias de jogo; e 3) o inverno, pouco rigoroso.

2.2. Alguns estudos sobre determinantes do tempo de vida de MPEs no Brasil

Para Teixeira, Dantas e Barreto (2015), o planejamento estratégico evidencia as ações positivas que uma empresa pode ter em relação ao ambiente no qual ela esteja atuando, por meio da análise interna e externa do mesmo, com o objetivo de determinar quais são seus pontos fortes e fracos, assim como identificar as ameaças e oportunidades. Para a realização de tal planejamento, é importante a ajuda profissional, principalmente para os empresários com poucos conhecimentos de gestão e/ou falta de experiência no ramo.

Bonacim, Cunha e Corrêa (2009) realizaram uma pesquisa de campo envolvendo nove empreendedores que tiveram que encerrar suas respectivas empresas. Os autores observaram que os fatores que contribuíram para o encerramento das mesmas foram, principalmente, a falta de informações sobre o negócio, assim como a ausência de planejamento administrativo dos proprietários. O que reforça a importância da ajuda profissional, assim como a busca por capacitação pelo próprio empresário.

Além disso, ainda conforme a pesquisa de Bonacim, Cunha e Corrêa (2009), informações obtidas com os micro e pequenos empresários que participaram da pesquisa apontaram que as principais dificuldades enfrentadas pelos micro e pequenos empresários foram: a inadimplência dos clientes, elevada carga de tributos, elevada concorrência, escassez de trabalhador especializado, falta de capital de giro e de financiamentos para pequenas empresas, ponto comercial inadequado, baixa clientela, falta de fidelização de clientes e, dificuldades financeiras em geral, por exemplo, endividamento decorrente da má administração dos recursos disponíveis. Sendo que a maioria das dificuldades relacionadas à questão financeira pode ser revertida caso seja feita uma adequada projeção das futuras necessidades financeiras.

De acordo com Santos (2011), o atendimento pode ser visto como um fator determinante para a conquista e a manutenção de clientes, tornando-se fundamental para a sobrevivência da empresa. Segundo Bogmann (2000), 65% dos clientes perdidos na empresa são devido à indiferença do pessoal que os atendem, ou seja, falta de qualidade no atendimento. O que evidencia a importância de um bom atendimento, e consequentemente, da capacitação dos funcionários.

Conforme os estudos de Ferreira et al. (2012), notou-se a inexistência de um fator específico, no qual se possa atribuir a responsabilidade de forma isolada pelo encerramento precoce de uma empresa. Contudo, verificou-se que fatores relacionados à mortalidade se mostram muito interligados e dependem, em sua maioria, da atuação do empreendedor, que tende a influenciar demasiadamente no desempenho do negócio e seu eventual sucesso ou fracasso. O que reforça mais uma vez a importância da capacitação do empresário com cursos principalmente na área gerencial.

Assim, a partir dos estudos de Ferreira et al. (2012), constatou-se que fatores como falta de qualidade e a padronização dos produtos e serviços, assim como medo de inovar, falta de planejamento, dificuldade em conquistar e gerenciar clientes, ponto e atendimento inadequados, alta inadimplência, baixo poder aquisitivo dos clientes, falta de realização de propaganda ou marketing, falta de cadastro de clientes, alta concorrência estão associados à mortalidade precoce das empresas. Em tempo, ressalta-se que um instrumento que auxiliaria o empresário a evitar a maioria de tais fatores seria o plano de negócio. Conforme Greatti (2004), por meio da elaboração de um o plano de negócio, o empresário é capaz de pensar e de analisar, de forma cuidadosa, detalhes intrínsecos à

empresa, considerando possíveis riscos e desafios, assim como a potencialidade e viabilidade do negócio, antes mesmo de utilizar recursos próprios ou de terceiros em um empreendimento que possui como base apenas a simples intuição. Sendo assim, mesmo não eliminando todos os riscos, esse instrumento ajuda o empresário a tomar decisões e a atingir seus objetivos de modo mais direto e expressivo.

De acordo com pesquisa realizada pelo Sebrae (2016), com uma amostra de 2.006 empresas constituídas nos anos de 2011 e de 2012, no Brasil, verificaram-se como principais fatores contribuintes para o fracasso do negócio: i) o tipo de ocupação dos empresários antes da abertura (se desempregado ou não); ii) a experiência e/ou conhecimento do empresário anterior no ramo; iii) a motivação para a abertura do negócio; iv) o planejamento adequado do negócio antes da abertura; v) a qualidade da gestão do negócio; e, vi) a capacitação dos donos em gestão empresarial.

Em outra pesquisa realizada pelo Sebrae (2007), observou-se que para os empresários entrevistados “o alcance de bons resultados estava alicerçado em ter bom conhecimento do mercado em que atuava; boa estratégia de vendas; persistência, perseverança e criatividade; bom administrador e busca pelo uso de capital próprio” (SEBRAE, 2007, p. 35).

Gava e Martins (2016) também concluem para a inexistência de um único fator específico que seja capaz de explicar o motivo de muitas empresas encerrarem suas atividades com poucos anos de atuação e, portanto, presumem que a união de uma série de situações e ações, ou a ausência delas, são as responsáveis por ocasionar a morte prematura das MPes. Esses autores também observaram em sua pesquisa que muitas vezes o que faz uma empresa ir à falência, essencialmente, é o fato de a mesma não ser capaz de atender ao mercado em que atua e não ser capaz de fornecer a ele sua proposta de valor, o que leva ao não reconhecimento da empresa, diminuindo o retorno relativo ao seu investimento em produtos e serviços ofertados.

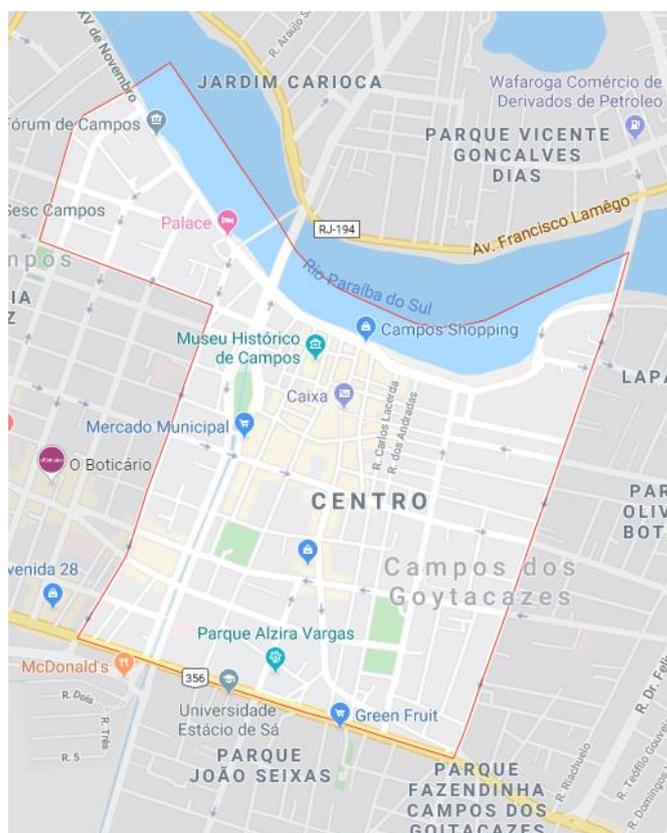
3. METODOLOGIA

O procedimento metodológico adotado foi o estudo de caso, pois nele o pesquisador costuma usar de uma variedade de dados coletados em distintos momentos,

por meio de várias fontes de informações. Ressalta-se que a coleta de dados ocorreu via entrevistas semiestruturadas em outubro de 2019. Com isso, o tipo de análise foi a de dados em corte transversal, visto que as variáveis foram coletadas no mesmo ponto do tempo e, portanto, foi possível elaborar um modelo econométrico utilizando os dados oriundos das entrevistas de modo a estimar os efeitos dos determinantes do tempo de vida de micro e pequenas empresas, como apontado no referencial teórico, para o segmento de vestuário em Campos dos Goytacazes no ano de 2019.

Especificamente, para a coleta de dados primários utilizou-se de uma amostra aleatória simples das MPEs do segmento de vestuário, localizadas na área central de Campos dos Goytacazes, que pode ser vista na Figura 2, considerando que a cidade possui a maior concentração de MPEs em seu centro de acordo com dados disponibilizados pela Secretária de Fazenda de Campos:

Figura 2: Mapa do Centro de Campos dos Goytacazes/RJ.



Fonte: Extraído do Google Maps, 2019.

Conforme a Prefeitura Municipal de Campos dos Goytacazes - PMCG (2018), tem-se que a estruturação do município é caracterizada por divisão espacial, onde na região central (Figura 2) concentra-se o comércio de caráter mais popular. A partir de informações da Secretaria Municipal de Fazenda de Campos dos Goytacazes, que é o órgão responsável pela fiscalização e emissão de alvará de funcionamento de empresas no município, até o início de junho de 2019, existiam 704 empresas do segmento de vestuário inscritas no município, sendo que a maioria dessas (44,6%) se concentrava no Centro da cidade.

Além disso, foi necessário calcular o tamanho da amostra de modo a se obter resultados representativos da população total (varejistas do setor de vestuário). Assim, dado a população finita, para determinar o tamanho da amostra, utilizou-se a Equação (1) na qual a determinação da amostra (n) é feita a partir da estimativa da proporção populacional.

$$n = \frac{N \times \hat{p} \times \hat{q} \times (Z_{\frac{\alpha}{2}})^2}{\hat{p} \times \hat{q} \times (Z_{\frac{\alpha}{2}})^2 + (N-1) \times E^2} \quad (1)$$

em que N compreende o tamanho da população, n refere-se ao número de indivíduos na amostra. $Z_{\frac{\alpha}{2}}$ expressa o nível de confiança escolhido. p expressa a proporção populacional de indivíduos pertencentes à categoria estudada. q compreende a proporção populacional de indivíduos não pertencente à categoria estudada ($q = 1 - p$). E expressa a margem de erro. Logo, calculando-se a amostra a partir da Equação 1, admitindo-se uma margem de erro de 10% e um nível de confiança de 90%, tem-se a quantidade amostral a ser estudada, que foi de 56 estabelecimentos.

Após determinada a amostra, a elaboração das entrevistas semiestruturadas considerou como base o apontado pelos trabalhos citados no referencial teórico e buscou-se, a partir do roteiro proposto, obter informações qualitativas e quantitativas referentes aos prováveis determinantes do tempo de existência de mercado das MPEs do segmento varejo de vestuário, situadas no centro da cidade de Campos dos Goytacazes. Para tal, a entrevista semiestruturada consistiu de perguntas abertas e fechadas e não houve necessidade de identificação por parte das empresas, como por exemplo, o nome do dono ou da própria empresa.

Perguntas de natureza aberta foram formuladas com o objetivo de se adquirir informações gerais sobre o perfil do empreendedor, do empreendimento e do ambiente externo, enquanto que com as perguntas fechadas, o intuito era uma análise mais quantitativa das informações por meio de análise estatística descritiva e da estimação do modelo econométrico.

No total, foram feitas 44 perguntas divididas em duas seções: a primeira buscando definir o perfil do empresário (com perguntas referentes à idade, sexo, escolaridade, experiência anterior no ramo, motivos de abrir a empresa, entre outros) e a segunda buscando definir as características das empresas (com perguntas sobre tempo de atividade, conhecimentos que foram buscados antes de abrir a empresa, como essas são geridas financeira, projeção de situação financeira, quantidade de funcionários, informações referente a concorrentes, diferencial da empresa, entre outros).

Isso posto, apresentam-se as variáveis selecionadas a partir do roteiro da entrevista semiestruturada e que compuseram a base de dados utilizada na modelagem econométrica. Assim, tem-se:

- a) Tempo de vida (TV): É o tempo em que a micro e pequena empresa atua no mercado, considerando desde o ano de abertura ao momento da entrevista e contado em anos;
- b) Idade (Id): É a idade do empresário. Variável qualitativa do tipo 0-se tem mais de 36 anos e 1-se tem entre 18 e 30 anos;
- c) Curso na área empresarial (Curso): Variável qualitativa do tipo 0-o empresário não possui curso na área empresarial e 1-o empresário possui curso na área empresarial;
- d) Experiência no ramo (Exper): Variável qualitativa do tipo 0-o empresário não tinha experiência no ramo antes de abrir a empresa e 1-o empresário tinha experiência no ramo antes de abrir a empresa;
- e) Origem do Capital de abertura (Cap): Variável qualitativa do tipo 0 capital de terceiros (considera-se empréstimo, seja bancário ou não) e 1-capital próprio;
- f) Plano de negócios (PN): Variável qualitativa do tipo 0-não houve plano de negócios e 1- houve plano de negócios;

- g) Ajuda Profissional (AP): Variável qualitativa do tipo 0-o empresário não utilizou nenhum tipo de ajuda profissional para traçar um planejamento estratégico e financeiro para a empresa e 1-o empresário utilizou algum tipo de ajuda profissional para traçar um planejamento estratégico e financeiro para a empresa;
- h) Projeta as futuras necessidades financeiras (PFNF): Variável qualitativa do tipo 0-empresário não projeta as futuras necessidades financeiras e 1-o empresário projeta as futuras necessidades financeiras;
- i) Funcionários (Func): Quantidade de funcionários das empresas considerando a época da entrevista;
- j) Capacitação para funcionários (Capac): Variável qualitativa do tipo 0-a empresa não oferece capacitação para seus funcionários e 1-a empresa oferece capacitação para seus funcionários;

Apresentado as variáveis que, segundo a literatura devem apresentar relação significativa com o tempo de vida das MPEs e, com vistas a atingir o objetivo de verificar e mensurar o impacto desses determinantes no tempo de vida das micro e pequenas empresas do segmento de varejo de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, em 2019, formulou-se a Equação 2, onde se apresenta o modelo econométrico que foi estimado na presente pesquisa:

$$TV_i = \beta_0 + \beta_1 Id_i + \beta_2 Curso_i + \beta_3 Exper_i + \beta_4 Cap_i + \beta_5 PN_i + \beta_6 AP_i + \beta_7 PFNF_i + \beta_8 Func_i + \beta_9 Capc_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

Em que i simboliza unidades, β_s são os parâmetros que foram estimados, Id_i , $Curso_i$, $Exper_i$, Cap_i , PN_i , AP_i , $PFNF_i$, $Func_i$ e $Capc_i$ retratam as variáveis explicativas; e ε_i é o termo de erro aleatório. Logo, segundo a Equação (2), a variável dependente do modelo é o TV_i (Tempo de vida) que se refere ao tempo de vida da empresa i .

Destaca-se que a maioria das variáveis presentes da Equação (2) são binárias, também chamadas de variáveis *dummies*. Conforme Gujarati (2011), essas variáveis geralmente apontam a presença ou ausência de uma “qualidade” ou atributo e são em

essência variáveis nominais, que podem ser quantificadas ao se formular variáveis artificiais que assumem valores de 1 ou 0, onde 1 aponta a presença (ou posse) de tal qualidade e 0, a falta da mesma. Quanto ao método de estimação, por ser uma regressão simples, utilizou-se do método dos mínimos quadrados ordinários (MQO).

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, foram apresentados os resultados estimados para o modelo econométrico descrito na Equação (2), para a análise dos impactos de determinantes no tempo de vida das micro e pequenas empresas do segmento de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, no ano de 2019. Inicialmente, observou-se que o tempo de vida médio das MPEs de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, em 2019, era de aproximadamente 13 anos e 5 meses, sendo que a empresa mais velha tinha 50 anos e a mais nova tinha apenas 1 (um) mês de vida. Após essa breve descrição em relação ao tempo de vida das empresas, apresenta-se na Tabela 1, os impactos estimados para os determinantes no tempo de vida das MPEs do segmento de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, no ano de 2019, por meio do MQO:

Tabela 1- Estimativas do MQO da relação entre determinantes e o tempo de vida de MPEs do segmento de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, no ano de 2019.

Variável	Coefficiente	Teste T	P-valor
Constante	14,564**	2,281	0,035
Id (idade)	-9,148**	-2,473	0,024
Curso	-8,898*	-2,099	0,050
Exper (experiência)	-4,873	-1,446	0,165
Cap (capital próprio)	2,426	0,495	0,626
PN (plano de negócio)	-10,160**	-2,624	0,017
AP (ajuda profissional)	-6,816*	-1,829	0,084
PFNF (projeta necessidades)	-8,556*	-1,950	0,067
Func (nº de funcionário)	3,997***	3,661	0,002
Capac (capacitação)	16,530***	4,136	0,001
R ²	0,734	R ² Ajustado	0,601
Erro padrão dos Resíduos	7,939	Estatística Durbin-Watson	2,022
Estatística F	5,521	p-valor (Estatística F)	0,001
Teste Jarque-Berra	1,218	p-valor (Estatística JB)	0,544
Teste de White	3,874	p-valor (Teste de White)	0,920
Teste LM	1,649	p-valor (Teste LM)	0,438

Fonte: Elaboração própria a partir dos resultados da pesquisa.

Nota: 28 Observações omissas ou incompletas foram ignoradas. Variável dependente: TV. (***) significativo a 1%; (**) significativo a 5%; (*) significativo a 10% e (NS) não significativo.

Antes de analisar os coeficientes estimados por MQO, é importante averiguar se os resíduos têm distribuição normal, visto que essa é uma das premissas do MQO. Para isso, utilizou-se o Teste de Jarque-Bera que indicou um p-valor (é o menor nível de significância estatística que uma hipótese pode ser rejeitada) de 0,544, como esse é maior que 10% (nível de significância estatística adotado no trabalho), não se rejeita a hipótese nula de que os resíduos se distribuem de forma normal e, com isso, os testes de hipóteses sobre os parâmetros estimados poderiam ocorrer sem distorções em decorrência de uma distribuição que não fosse normal. Isso posto, averiguou-se, também, a questão da presença de heterocedasticidade por meio da análise do Teste de White e notou-se que o p-valor foi maior que 10%, sendo assim, não se rejeita a hipótese nula na qual os resíduos são homocedásticos, logo não há presença de heterocedasticidade. No que diz respeito à presença de autocorrelação, por meio da análise do Teste LM, também se verificou a partir do p-valor que esse foi maior do que 10%, logo não se rejeita a hipótese nula de ausência de autocorrelação.

Por fim, examinou a possibilidade de problemas relacionados à multicolinearidade. Além de observar coerência em relação aos valores dos testes t de Student - que indicou que todos os coeficientes estimados (conforme Equação 2) foram estatisticamente significativos a pelo menos 10%, com exceção do estimado para a Exper (experiência) e Cap (capital próprio), e a qualidade de ajustamento do modelo apontada pelo R^2 , onde verificou-se que 73% das variações no tempo devida decorrem de variações nos seus determinantes (conforme Equação 2), realizou-se também a análise da matriz de correlação simples entre os regressores, onde a mesma apontou que o modelo não apresenta multicolinearidade.

Quanto à análise dos impactos dos determinantes no tempo de vida das micro e pequenas empresas do segmento de vestuário em Campos dos Goytacazes, em 2019, verificou-se por meio dos resultados expressos na Tabela 1, que todos os sinais dos coeficientes estimados foram coerentes com o que era esperado, conforme revisão da teoria e da literatura e, de acordo com os dados amostrais e o modelo econométrico proposto. Quanto à significância estatística, por meio da análise do teste F, notou-se

também que o p-valor foi menor que 10%, então, rejeita-se a hipótese nula na qual a variável dependente não é explicada pelas variáveis explicativas em conjunto.

Quanto às variáveis relacionadas à gestão, notou-se que os valores obtidos para os coeficientes das variáveis: Curso na área gerencial, Plano de Negócios, Projeção de Futuras Necessidades Financeiras e Ajuda Profissional apresentaram os sinais negativos conforme o esperado. Entretanto, as variáveis experiência anterior no ramo e capital de abertura não foram estatisticamente significativas. Assim, em relação ao curso na área gerencial, empresas cujo empresário possui curso na área gerencial são em média cerca de oito anos e onze meses mais novas do que empresas cujo empresário não possuem tal curso. Isso pode ser explicado pelo fato de que novos empresários estão mais preocupados em fazer cursos do que empresários mais antigos.

Quanto ao plano de negócios, empresas que disseram utilizar dessa ferramenta são, em média, cerca de dez anos mais novas do que as empresas que não fizeram. Tal evento pode ser explicado pelo fato de os micro e pequenos empresários mais novos estarem mais cautelosos, se preocupando e se planejando para possuir alguma sinalização de que o negócio poderá dar certo. Salienta-se que esse fato também foi observado durante a aplicação do questionário.

Já as micro e pequenas empresas que projetam suas futuras necessidades financeiras são, em média, cerca de oito anos e sete meses mais novas do que as empresas que não projetam. Isso pode ser explicado em razão de as empresas mais novas, geralmente, serem as que mais se preocupam em projetar a situação futura em relação às suas necessidades financeiras, visto que ainda precisam fidelizar clientes, amadurecer a estrutura física do negócio e expandir seu mercado para se firmarem no segmento.

No que concerne às micro e pequenas empresas que procuraram ajuda profissional para traçar um planejamento estratégico e financeiro para seu investimento, essas são, em média, seis anos mais novas do que as microempresas que não procuraram tal ajuda, já que empresas mais nova são, em teoria, as que mais utilizam ajuda profissional para traçar um planejamento estratégico e financeiro.

Como em tal ramo um bom atendimento ao cliente é indispensável, também foram consideradas as variáveis quantidade de funcionário e capacitação oferecidas aos mesmos pela empresa. Verificou-se que, em média, cada funcionário a mais significa aproximadamente quatro anos a mais no tempo de vida da empresa, ou seja, empresas

mais velhas possuem mais funcionários que empresas mais novas. Já aquelas que oferecem capacitação para seus funcionários, são em média, 16 anos mais velhas que as MPEs que não oferecem. Isso pode ser explicado pelo fato de que empresas mais velhas já estão consolidadas no mercado e possuem recursos para oferecerem tal capacitação, diferente de empresas mais novas que ainda precisam se consolidar.

Isso posto, considera-se que os resultados encontrados convergem com os objetivos propostos neste estudo, visto que questões relacionadas à gestão foram os determinantes que mais contribuíram para o tempo de vida das microempresas do segmento de vestuário situadas em Campos dos Goytacazes, considerando o ano de 2019.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se propôs a apontar e estimar as relações entre os principais determinantes e o tempo de vida de micro e pequenas empresas do segmento de varejo de vestuário no centro Campos dos Goytacazes, considerando o ano de 2019. Para tal, primeiramente procurou-se elaborar uma revisão de literatura (suporte teórico) sobre o tema que auxiliasse a elencar um conjunto de fatores relacionados ao tempo de vida de micro e pequenas empresas. Posteriormente, efetuou-se uma pesquisa quali-quantitativa, por meio de 56 entrevistas semiestruturadas às micro e pequenas empresas do segmento de vestuário, situadas no Centro da cidade de Campos.

De acordo com os resultados obtidos, verificou-se predomínio do sexo feminino dentre os empresários desse segmento, assim como, a maioria possuía o 2º grau completo e estava na faixa etária de 41 a 50 anos. Além disso, algo que se destacou nas respostas obtidas durante as entrevistas foi a quantidade de empreendedores iniciantes, ou seja, sem nenhuma experiência em negócios, que abrem um empreendimento sem a mínima noção prática de como é gerir uma organização.

Ademais, tem-se que os resultados do modelo econométrico apontaram para o fato de que as principais variáveis que mais impactaram no tempo de vida das MPEs do segmento de vestuário da região central da cidade de Campos dos Goytacazes, em 2019, foram as variáveis ligadas à gestão. Especialmente, no que tange ao planejamento.

Então, por fim, pôde-se concluir que os resultados evidenciaram a importância, no que se trata da gestão empresarial, no do tempo de vida das MPEs do segmento de vestuários alocadas na zona central do município de Campos dos Goytacazes. Logo, faz-se necessário que o empresariado, bem como os formuladores de políticas setoriais se atentem ao comportamento desses determinantes de modo que estes sejam trabalhados a fim de permitir que as MPEs sobrevivam e por mais tempo e, por consequência, gerem emprego e renda.

Também é importante destacar que houve certas limitações para a execução do presente trabalho, notavelmente no que se refere à disponibilidade de informações, tanto em relação a dados primários, visto que muitos microempresários deixaram de responder algumas das perguntas, talvez por não se sentirem confortáveis em dar informações da empresa, quanto aos dados secundários, embora esses últimos estivessem disponíveis na época do estudo, os mesmos estavam defasados, as informações não englobam o recorte temporal da pesquisa, qual seja, o ano 2019.

REFERÊNCIAS

BNDES. **Porte de empresa.** (2019). Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>. Acesso em 22 de junho de 2019.

BOGMANN, Itzhak; **Marketing de relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras.** Ed. Nobel, São Paulo, 2000.

BONACIM, Carlos Alberto Grespan; CUNHA, Julio Araújo Carneiro da; CORRÊA, Hamilton Luiz. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. **Gestão & Regionalidade**, v. 25, n. 74, 2009.

BRASIL, Receita Federal do. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** (2019). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm. Acesso em 16 de outubro de 2019.

FERREIRA, Luis Fernando Filardi et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão e Produção**, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.

GAVA, Valdineia Cibin; MARTINS, André Guarçoni. Caracterização e causas da falência prematura de micro e pequenas empresas em Venda Nova do Imigrante-ES. **Intellecto**, v.1, n.1, p.24-39, 2016.

GOOGLE MAPS. **Centro de Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil.** (2019). Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Centro,+Campos+dos+Goytacazes+-+RJ/@-21.7571608,-41.3273698,15z/data=!4m5!3m4!1s0xbdd5b30991410f:0x62a8d4d604199479!8m2!3d-21.760181!4d-41.3221141>. Acesso em 25 de outubro de 2019.

GREATTI, Ligia. O uso do plano de negócios como instrumento de análise comparativa das trajetórias de sucesso e de fracasso empresarial. **Anais** do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2004.

GUJARATI, Damodar N.; PORTER, Dawn C. **Econometria Básica-5ª ed.** Amgh Editora, 2011.

IEME. **Varejo de vestuário deve crescer 4% em volumes em 2018.** (2018). Disponível em: <https://www.iemi.com.br/varejo-de-vestuario-deve-crescer-5-em-volumes-em-2018/>. Acesso em 23 de Junho de 2019.

JUCERJA. **Estatística no mapa.** (2019). Disponível em: <https://www.jucerja.rj.gov.br/Informacoes/EstatisticaMapa>. Acesso em 21 de junho de 2019.

PRADO, Marcelo Villin. **Varejo de Moda em Transformação.** (2018). Disponível em: <http://www.iemi.com.br/varejo-de-moda-em-transformacao-2/>. Acesso em 23 de Junho de 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DOS GOYTACAZES. **Perfil Campos 2018.** (2019). Disponível em: <https://www.campos.rj.gov.br/newdocs/1542233062PERFILCAMPOS2018.pdf>. Acesso em 21 de abril de 2019.

SANTOS, Julio Cesar S. **Qualidade no atendimento ao cliente.** Clube de Autores. 1ª ed. 2011. 41p.

SEBRAE. **Anuário do Trabalho nos Pequenos Negócios 2016.** 2018. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20nos%20Pequenos%20Neg%C3%B3cios%202016_.pdf. Acesso em 16 de novembro de 2018.

SEBRAE. **Causa Mortis: o sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros cinco anos de vida.** 2014. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf. Acesso em 15 de dezembro de 2019.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil – 2003/2005.** Brasília: Sebrae, 2007.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil.** 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>. Acesso em: 10 de novembro de 2018.

SOUSA, Dayanne. **Abit reduz projeção de crescimento do setor de vestuário de 2,5% para até 1%.** 2018. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,abit-reduz-projecao-de-crescimento-do-setor-de-vestuario-de-2-5-para-ate-1,70002438357>. Acesso em 24 de Junho de 2019.

TEIXEIRA, Carlos Alberto Chagas; DANTAS, Giane Gomes Teixeira; BARRETO, Carla Alessandra. A importância do planejamento estratégico para as pequenas empresas. **Revista Eletrônica Científica da FAESB**, v. 1, n. 1, 2015.

TONI, Graciliano. **Mercado de moda deve crescer 3,1% ao ano até 2021.** 2018. Disponível em: <https://www.fiesp.com.br/noticias/mercado-de-moda-deve-crescer-31-ao-ano-ate-2021/>. Acesso em 23 de Abril de 2019.