

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Administração

Jaqueline Silva Melo

**SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DAS ATIVIDADES PRODUTIVAS
INFORMAIS NA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA:
O CASO DE INDIVÍDUOS APOIADOS PELA REDE CIDADÃ**

Belo Horizonte
23 de fevereiro de 2017

Jaqueline Silva Melo

**SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DAS ATIVIDADES PRODUTIVAS
INFORMAIS NA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA:
O CASO DE INDIVÍDUOS APOIADOS PELA REDE CIDADÃ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Linha de Pesquisa: Estratégia e Marketing

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Gláucia Maria de Vasconcelos Vale

Belo Horizonte

23 de fevereiro de 2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Melo, Jaqueline Silva

M528s Sobrevivência e mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda: o caso de indivíduos apoiados pela rede cidadã / Jaqueline Silva Melo. Belo Horizonte, 2017.

165 f.: il.

Orientadora: Gláucia Maria de Vasconcelos Vale

Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Administração

1. Setor informal (Economia). 2. Sobrevivência. 3. Pequenas e médias empresas. 4. Planejamento - Aspectos sociais. 5. População - Mortalidade. 6. Famílias pobres. I. Vale Gláucia Maria de Vasconcelos. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 658.012.2

Jaqueline Silva Melo

**SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DAS ATIVIDADES PRODUTIVAS
INFORMAIS NA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA:
O CASO DE INDIVÍDUOS APOIADOS PELA REDE CIDADÃ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Prof^ª. Dr^ª. Gláucia Maria de Vasconcelos Vale – PUC Minas

Prof^ª. Dr^ª. Liliane de Oliveira Guimarães – PUC Minas

Prof. Dr. Cândido Borges Júnior - Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves – FUMEC / Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte

23 de fevereiro de 2017

*Ao Pai Celeste, amor maior...
À minha família e amigos, presença material de Deus na terra.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelas bênçãos e por me proporcionar a oportunidade de realização de mais esse desafio.

À Professora Gláucia Maria Vasconcelos Vale, pela orientação competente, presente e essencial durante esta caminhada acadêmica. Obrigada por acreditar em mim!

À minha filha Ana Luisa, por compreender a minha ausência e pelo incentivo proporcionado nos momentos difíceis.

Aos meus pais pelo apoio, incentivo e amor incondicionais durante toda minha vida.

À minha irmã, pelo apoio pessoal e acadêmico, imprescindíveis para a evolução do trabalho.

Aos funcionários do Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC Minas, fundamentais para o bom andamento das questões administrativas do Curso, mas também amigos e companheiros nesta longa jornada.

Aos entrevistados desta pesquisa, atores essenciais, que, de forma cordial e receptiva, contribuíram para a efetivação do objetivo da pesquisa, sem os quais, não seria possível a sua realização.

Por fim, meu agradecimento especial para todos os mestres e amigos do Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC Minas, que me ensinaram, incentivaram e ajudaram, direta ou indiretamente, contribuindo para meu crescimento acadêmico e pessoal.

É preciso revigorar a consciência de que somos uma única família humana. Não há fronteiras nem barreiras políticas ou sociais que permitam isolar-nos e, por isso mesmo, também não há espaço para a globalização da indiferença [...]. Estas situações provocam os gemidos da irmã terra, que se unem aos gemidos dos abandonados do mundo, com um lamento que reclama de nós outro rumbo. (FRANCISCO, Papa, 2015).

RESUMO

O segmento informal, constituído por pequenas unidades produtivas de subsistência concentradas em comunidades de baixa renda, vem adquirindo crescente importância no Brasil e no mundo. Sua lógica, no entanto, permanece pouco explorada e compreendida. Nesse contexto, um tema relevante diz respeito à temática da sobrevivência e da mortalidade desses empreendimentos. Embora existam muitas pesquisas, estas são voltadas, exclusivamente, para a análise de empresas formalmente constituídas, sobretudo, de micro e pequeno porte. O propósito deste trabalho é o de contribuir para a compreensão das causas de sobrevivência e de mortalidade das atividades produtivas informais localizadas no segmento de baixa renda e atendidas pela Instituição Rede Cidadã. Perante isso, foram investigadas, através de uma abordagem qualitativa baseada em um estudo de casos múltiplos “indivíduos/empreendedores”, que identifica as que sobreviveram e outras que encerraram suas atividades nos últimos dois anos. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas em profundidade com quatro indivíduos, sendo dois cujas atividades produtivas informais ainda prosperam e dois que foram encerradas. Os resultados obtidos apontam para uma relação de fatores que, se presentes ou ausentes, podem direcionar a atividade para sua sobrevivência ou sua mortalidade, respectivamente. De forma geral, pode-se perceber que as razões apontadas pelos indivíduos, tanto das atividades ativas quanto das extintas, possuem alguns pontos comuns e outros divergentes. Como pontos comuns, destacaram-se a localização das atividades, auxiliares, planejamento, linhas de crédito, despesas, lucro, disponibilidade de produtos e insumos, parcerias e fornecedores. No entanto, existiram fatores que se mostraram presentes apenas no contexto das empresas ativas, sendo eles, experiência prévia, escolaridade, personalidade do indivíduo e concorrência.

Palavras-chave: Informalidade. Sobrevivência. Mortalidade. Atividades produtivas. Baixa renda.

ABSTRACT

The informal segment, consisting of small subsistence productive units concentrated in low-income communities, is becoming increasingly important in Brazil and in the world. Its logic, however, remains little explored and understood. In this context, a relevant topic concerns the survival and mortality of these enterprises. Although there is much research, these are exclusively focused on the analysis of formally constituted companies, especially micro and small companies. The purpose of this work is to contribute to the understanding of the causes of survival and mortality of informal productive activities located in the low income segment and attended by the Rede Cidadã Institution. In view of this, they were investigated through a qualitative approach based on a multiple case study "individuals / entrepreneurs", identifying those who survived and others who ended their activities in the last two years. Data collection was done through in-depth interviews with four entrepreneurs, two of whose informal productive activities are still thriving and two are closed. The results obtained point to a relation of factors that, if present or absent, can direct the activity to its survival or its mortality, respectively. In general, it can be seen that the reasons pointed out by individuals, both active and extinct, have some common and other divergent points. The most common points were the location of activities, auxiliaries, planning, lines of credit, expenses, profit, availability of products and inputs, partnerships and suppliers. However, there were factors that were present only in the context of the active companies, being, previous experience, schooling, personality of the individual and competition.

Key words: Informality. Survival. Mortality. Productive activities. Low income.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Motivos/Fatores passíveis de análise no segmento informal por categoria	49
Figura 2 – Modelo teórico da pesquisa	50
Figura 3 - Esquema de mentoria da Rede Cidadã	56
Figura 4 - Três fases da análise de conteúdo	61
Figura 5 – Fatores de Sobrevivência das Unidades Produtivas Informais na população de baixa renda	150
Figura 6 - Fatores de Mortalidade das Unidades Produtivas Informais na população de baixa renda.....	150
Figura 7 – Modelo teórico da pesquisa	151

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Situação fiscal das MPE's estudadas.....	21
Quadro 2 – Negócios Informais: conceitos e contexto	31
Quadro 3 – A informalidade no segmento de baixa renda	36
Quadro 4 - Fatores de sobrevivência e/ou de mortalidade identificados nas pesquisas, autores e contextos	41
Quadro 5 – Classificação dos fatores de sobrevivência e/ou de mortalidade segundo a natureza	44
Quadro 6 - Sobrevivência e Mortalidade no Mundo dos Negócios.....	46
Quadro 7 - Roteiro didático para análise de conteúdo	62
Quadro 8 – Categorias Iniciais	64
Quadro 9 - Categorias Intermediárias	66
Quadro 10 – Categoria Final I	69
Quadro 11 - Categoria Final II	69
Quadro 12 – Categoria Final III	69
Quadro 13 – Síntese das categorias de análise.....	70
Quadro 14 – Características das unidades produtivas pesquisadas.....	91
Quadro 15 – Fatores inerentes aos indivíduos.....	93
Quadro 16 – Experiência prévia	95
Quadro 17 – Escolaridade.....	97
Quadro 18 – Influência do gênero nas atividades	100
Quadro 19 – Redes de relacionamentos.....	103
Quadro 20 – Influência da Personalidade	106
Quadro 21 – Fatores inerentes às atividades produtivas	107
Quadro 22 – Localização das atividades produtivas	108
Quadro 23 – Planejamento	111
Quadro 24 – Presença de Auxiliares	114
Quadro 25 – Clientela	115
Quadro 26 – Ferramentas	118
Quadro 27 – Crédito	119
Quadro 28 – Principais despesas.....	121
Quadro 29 – Lucro	123
Quadro 30 – Disponibilidade de produtos	125
Quadro 31 – Fatores inerentes ao Socioeconômico	127
Quadro 32 – Conjuntura Econômica	128

Quadro 33 – Concorrência	130
Quadro 34 – Parcerias	132
Quadro 35 – Fornecedores	133
Quadro 36 – Burocracia	134
Quadro 37 - Alinhamento das proposições teóricas com os resultados da pesquisa	140
Quadro 38 – Comparativo entre as atividades produtivas ativas X desativadas.....	143

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BIRD	Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento
BNDES	Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
CNRH/IPEA	Conselho Nacional de Recursos Humanos/Instituto de Planejamento Econômico e Social
CODEFAT	Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador
EI	Empreendedor Individual
EJA	Educação para Jovens e Adultos
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
LBA	Legião Brasileira de Assistência
MPE	Micro e Pequenas Empresas
MEI	Microempreendedor Individual
OIT	Organização Internacional do Trabalho
ONGs	Organizações não governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
RSP	Rede sócio produtiva
SINE	Sistema Nacional de Emprego
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
TEA	Taxa de Atividade Empreendedora Total

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
1.1 Problemática da pesquisa	19
1.2 Objetivos	19
1.2.1 <i>Objetivo geral</i>	19
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	20
1.3 Justificativa.....	20
1.4 Estrutura do trabalho	23
2 REFERENCIAL TEÓRICO	24
2.1 Negócios Informais	24
2.1.1 <i>Conceitos e características da informalidade nos negócios</i>	24
2.1.2 <i>Contexto histórico da informalidade nos negócios</i>	26
2.1.3 <i>Informalidade e suas particularidades no segmento de baixa renda</i>	33
2.2 Sobrevivência e Mortalidade no Mundo dos Negócios.....	36
2.3 Proposta de um Modelo para Análise das Causas de Sobrevivência e de Mortalidade das Unidades Produtivas Informais na População de Baixa Renda	47
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	52
3.1 Abordagem e classificação da pesquisa.....	52
3.2 Unidade empírica de análise	53
3.2.1 <i>A Rede Cidadã e o empreendedorismo da base da pirâmide</i>	54
3.2.1.1 Contexto histórico e caracterização da Rede Cidadã	54
3.2.1.3 Metodologia adotada pela Rede Cidadã.....	56
3.3 Procedimentos utilizados na coleta de dados	58
3.3.1 <i>Entrevista em profundidade</i>	58
3.4 Procedimentos para a análise e apresentação dos dados	59
3.5 Estratégia de análise dos resultados	62
3.5.1 <i>Elaboração das categorias de análise</i>	63
3.5.1.1 Categorias iniciais.....	63
3.5.1.2 Categorias intermediárias	65
3.5.1.3 Categorias finais.....	68
3.5.1.4 Síntese das categorias.....	70
4 DESCRIÇÃO DOS CASOS	71
4.1. Caso 1: Pão da Vida (Ativa)	71
4.1.1 <i>Características do indivíduo</i>	71
4.1.2 <i>Características da atividade produtiva</i>	72
4.1.3 <i>Características do ambiente socioeconômico</i>	74
4.2 Caso 2: Feng Shui Decorações (Ativa).....	75
4.2.1 <i>Características do indivíduo</i>	75
4.2.2 <i>Características da atividade produtiva</i>	76
4.2.3 <i>Características do ambiente socioeconômico</i>	79
4.3 Caso 3: Chinelos Decorados (Extinta).....	81
4.3.1 <i>Características do indivíduo</i>	81
4.3.2 <i>Características da atividade produtiva</i>	81
4.3.3 <i>Características do Ambiente socioeconômico</i>	83
4.4 Caso 4: Revendedora Mary Kay (Extinta).....	85

4.4.1 Características do indivíduo	85
4.4.2 Características da atividade produtiva.....	86
4.4.3 Características do Ambiente socioeconômico.....	88
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	91
5.1 Fatores inerentes ao “INDIVÍDUO”	93
5.1.1 Experiência prévia.....	94
5.1.2 Escolaridade.....	95
5.1.3 Gênero.....	98
5.1.4 Redes de relacionamento.....	101
5.1.5 Personalidade.....	104
5.2 Fatores de sobrevivência e de mortalidade inerentes às “ATIVIDADES PRODUTIVAS”	106
5.2.1 Localização.....	107
5.2.2 Planejamento.....	110
5.2.3 Presença de auxiliares.....	112
5.2.4 Clientela	114
5.2.5 Ferramentas.....	117
5.2.6 Crédito.....	118
5.2.7 Despesas.....	120
5.2.8 Lucro	122
5.2.9 Disponibilidade de produtos.....	124
5.3 Fatores de sobrevivência e de mortalidade inerentes ao “AMBIENTE SOCIOECONÔMICO”	127
5.3.1 Conjuntura Econômica	127
5.3.2 Concorrência	129
5.3.3 Parcerias	131
5.3.4 Fornecedores.....	133
5.3.5 Burocracia.....	134
6 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS.....	135
7 CONCLUSÕES	146
7.1 Limitações, contribuições e sugestões para pesquisas futuras	152
REFERÊNCIAS.....	155
APÊNDICES	163

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido discutido no campo dos estudos sociais como um importante propulsor da economia, seja nos negócios formais ou informais, em grandes ou pequenas empresas, na esfera privada ou no chamado terceiro setor, cujas atividades são compostas por iniciativas da sociedade civil.

Assegurar um trabalho “decente” é um componente essencial para a promoção do desenvolvimento socioeconômico, o combate à pobreza e a redução das desigualdades (Leone, 2010). Entende-se por trabalho decente a promoção de emprego e ocupação com proteção social, respeito aos direitos e princípios fundamentais no trabalho e diálogo social (Leone, 2010).

De acordo com o Relatório do Banco Mundial (2015), para os pobres e vulneráveis, o emprego é o caminho principal para sair da pobreza. No entanto, mais de um bilhão de pessoas, em idade ativa, não estão absolutamente participando da força de trabalho formal. A maioria dessas pessoas é composta por mulheres que, mesmo quando trabalham, são frequentemente empurradas para setores informais, menos seguros e de remuneração mais baixa. Para explicar a dimensão do fenômeno da informalidade, Abonizio (2010) lembra que, de acordo com o Relatório do Banco Mundial (2007), 54% das pessoas que exercem algum tipo de atividade econômica nas regiões urbanas da América Latina é de maneira informal, ou seja, trabalham por conta própria ou são funcionários sem carteira assinada.

Segundo Pochmann (2003), as regiões Norte e Nordeste do Brasil apresentam o indicador da velha exclusão, caracterizada pela ausência ou carência de escolaridade e baixa densidade populacional, enquanto as regiões Sul e Sudeste apresentam outro tipo de exclusão que é a violência e onde a melhor escolaridade não significa a garantia de emprego. Assim, proporcionar reais oportunidades de inclusão produtiva aos que vivem na pobreza extrema Lavinás e Martins (2012) podem dirimir graves déficits de bem estar e sedimentar meios de autonomização importantes.

Alguns estudos vêm discutindo os diversos fatores inerentes à solução da pobreza mundial e afirmam que são nítidos os sinais de redução da pobreza em várias dimensões (Abramovay, 2012 & Sachs, 2008). Porém, a fome deixou de ser a forma mais ampla e difundida de pobreza no mundo contemporâneo (Abramovay, 2012), pois ela teve redução significativa mesmo ali onde outras formas de pobreza

(a violência, a falta de acesso a serviços básicos, a precariedade da educação, do saneamento e do emprego) permanecem, e, por vezes, se ampliam (Castro, 1980). Atualmente, 2,4 bilhões de pessoas carecem de acesso ao saneamento; pelo menos 663 milhões de pessoas não têm acesso à água potável e até 2025 cerca de 1,8 bilhões de pessoas viverão em lugares com absoluta escassez de água (Banco Mundial, 2015).

Nesse sentido, a redução da pobreza precisa incluir fatores que busquem melhorar o estado de bem-estar dos indivíduos, que, por vezes, incluem outras demandas além do aumento da renda ou do atendimento às necessidades básicas (Abramovay, 2012). Desse modo, os modelos de negócios inclusivos são eficazes para conectar setores de baixa renda aos mercados convencionais, com o potencial e a aspiração de melhorar substancialmente as condições de vida. Os negócios inclusivos originam-se, principalmente, de iniciativas voltadas à geração de ocupação e renda para grupos sociais que tenham poucas possibilidades de inserção no mercado de trabalho formal (Fischer, 2014). Essas iniciativas permitem que as comunidades pobres abordem os mercados convencionais e exerçam uma cidadania mais eficaz, abrangente e completa (Márquez, Reficco, & Berger, 2010).

Isso se traduz, na prática, na tentativa de atender efetivamente a população mais vulnerável, que acaba não sendo adequadamente alcançada pelas redes de provisão de serviços públicos, e de certo modo, no esforço de prover não somente bens e serviços, mas também meios de resgate, através de alternativas de inclusão produtiva. Nesse ponto, estimular o empreendedorismo individual, através de capacitação e acesso a ativos – o crédito, em particular – aparece como uma modalidade possível de resgate (Lavinias & Martins, 2012).

A pobreza é um fenômeno complexo Sen (2010), com múltiplas dimensões e facetas adicionais incluindo desigualdade, exclusão e informalidade (Márquez, Reficco & Berger, 2010). A respeito desse último tema, informalidade no segmento de baixa renda, Valarelli e Vale (1997) realizaram um dos estudos pioneiros no Brasil. As autoras buscaram em suas pesquisas a dinâmica de pequenos negócios informais, localizados em favelas e periferias da cidade do Rio de Janeiro. Elas chegaram à conclusão que impera no âmbito da informalidade uma lógica diferenciada, dotada de certos elementos de cooperação e competição. Todavia, não foi abordada a temática da sobrevivência e da mortalidade nesse segmento.

O surgimento do interesse pelo tema da mortalidade de empresas foi capitaneado, inicialmente, pelo SEBRAE, que realiza estudos para monitorar a sobrevivência dos novos empreendimentos (ver, por exemplo,) Vale, Aguiar e Andrade (1998). A partir de pesquisas de natureza amostral, sucederam-se, posteriormente, estudos baseados em dados cadastrais de caráter censitário. Em parceria com a Secretaria da Receita Federal, o SEBRAE elaborou uma metodologia que permite identificar pela base de dados da Receita Federal, o total de empresas que são criadas e as que encerram suas atividades antes de completar o segundo ano de atividade (SEBRAE, 2011).

Após essa iniciativa, surgiram inúmeras pesquisas, inclusive algumas de natureza periódica, como por exemplo: o “Anuário do trabalho na micro e pequena empresa” e o “Monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas” do SEBRAE/SP. O tema vem sendo explorado por diferentes autores como Albuquerque (2013), Bonacim *et al.* (2009), Cazarini e Braga (2008), Dias, Gonçalves e Augusto (2014), Dutra e Previdelli (2005), Eckert, Mecca, Blasio e Macari (2013), dentre outros. Observa-se, no entanto, que a maior parte dos artigos foi elaborada por economistas ou sociólogos, deixando um pouco de lado os analistas organizacionais e o segmento das atividades produtivas informais na população de baixa renda.

1.1 Problemática da pesquisa

Considerando a lacuna existente na literatura no tocante à sobrevivência e à mortalidade das atividades produtivas informais, especialmente no segmento de baixa renda, isso nos remete ao seguinte questionamento: quais seriam as causas de sobrevivência e de mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é identificar fatores associados à sobrevivência e à mortalidade de atividades produtivas informais no segmento de baixa renda.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar e categorizar as causas de sobrevivência e de mortalidade de empresas abordadas pela literatura corrente;
- b) Verificar se as causas de sobrevivência e de mortalidade de empresas do segmento formal podem ser aplicadas no segmento das atividades produtivas informais;
- c) Identificar e analisar as características inerentes às atividades produtivas informais associadas à sua sobrevivência e à sua mortalidade;
- d) Identificar e analisar as causas de sobrevivência e de mortalidade nas atividades produtivas informais;
- e) Realizar uma análise comparativa entre, por um lado, os fatores de sobrevivência e de mortalidade de empresas, como elencados na literatura corrente, e, por outro, os fatores de sobrevivência e mortalidade de unidades produtivas informais, como identificados na presente pesquisa.

1.3 Justificativa

A pressão do desemprego, a expansão da informalidade, da elevação do trabalho por conta própria e o crescimento do emprego em pequenos negócios precários, abertos como estratégias de sobrevivência, reforçam a crescente importância do segmento informal para a geração de trabalho e renda em todo o mundo e, em particular, no Brasil (Santos 2006). O atual cenário econômico do país corrobora esta afirmação, que pode ser comprovada diariamente pela mídia, redes sociais e outros meios de comunicação. De acordo com o relatório do Banco Mundial (2016) a previsão de queda do PIB do país para 2016 e 2017 aumentou, com estimativa de retomada do crescimento apenas em 2018. Segundo a nova estimativa, o PIB brasileiro encolheu 4% em 2016. Para 2017, a previsão anterior era de crescimento de 1,4% do PIB. Agora, o BIRD prevê queda de 0,2% para 2017, citando tentativas de políticas de aperto econômico, aumento do desemprego, redução da renda das famílias e incertezas políticas. O Banco prevê, ainda, que o Brasil deve voltar a registrar resultado positivo do PIB em 2018 com crescimento de 0,8%. Segundo o

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016) o PIB do Brasil caiu 0,3% nos três primeiros meses de 2016 no 5º trimestre seguido de queda. Em 2015, a economia do país teve uma retração de 3,8%, o pior resultado em 25 anos e pior que a queda de 3,7% esperada pelo Banco Mundial. Nesse contexto, devido à situação econômica e política do país, temos presenciado o fechamento de algumas empresas e, certamente, de muitos dos negócios informais.

A partir da literatura analisada, foi constatado que os estudos sobre a sobrevivência e a mortalidade das micro e pequenas empresas são largamente discutidos na perspectiva dos negócios formais, o que pode ser verificado no QUADRO 1:

Quadro 1 – Situação fiscal das MPE's estudadas

(continua)

Autores	Ano	Periódico/Congresso	Enfoque
Vale <i>et al.</i>	1998	Relatório SEBRAE	100 MPE's em Minas Gerais
Bates	2005	Journal of Businnes Venturing	Analysis of Young, small firms that have closed: delineating sucessful from unsuccessful claisures
Dutra e Previdelli	2005	Revista Capital Científico	Fatores condicionantes da mortalidade de empresas: um estudo dos empreendedores de empresas paranaenses
Megliorini e Motta	2005	IX Congresso Internacional de Custos	Mortalidade MPE's: uma análise financeira e econômica
Krom e Felipe	2005	Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional	Fatores da mortalidade de Pequenas e Médias empresas
Carter e Auken	2006	Journal of small business management	Small firms bankruptcy
Sales, Barros e Pereira	2008	Revista da Micro e Pequena empresa	Mortalidade dos pequenos negócios em um município interiorano brasileiro
Cazarini <i>et al.</i>	2008	V EGEPE (Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas)	Pequeno empreendedor: um olhar sobre sua personalidade e estilos de aprendizagem
SEBRAE	2008	Relatório "10 anos de monitoramento de sobrevivência e de mortalidade das empresas"	Sobrevivência e Mortalidade de Empresas
Bonacim, Cunha e Corrêa	2009	Revista Gestão e Regionalidade	Mortalidade das MPE's: causas e aprendizagem
Pereira <i>et al.</i>	2009	Revista de Administração e Inovação (RAI)	Fatores de inovação para a sobrevivência das MPE's no Brasil
Cunha e Soares	2010	Revista de Micro e Pequena Empresa (RMPE)	Aspectos relevantes no planejamento das MPE's
Grapeggia <i>et.al.</i>	2010	Revista Produção	Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de MPE's em Santa Catarina
Guerra e Teixeira	2010	Revista de Economia Política	A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista
Vale e Guimarães	2010	Revista Perspectivas em Ciência da Informação	Redes sociais, informação, criação e sobrevivência de empresas
Storey	2011	African Journal of Business Management	Mil empresas industriais e comerciais na África do Sul

(conclusão)

Autores	Ano	Periódico/Congresso	Enfoque
Scheers	2011	Internacional small bussines Journal	Sucesso das empresas a partir da teoria do otimismo/acaso
Pereira e Souza	2011	Simpósio de Excelência e Gestão e Tecnologia	Fatores de mortalidade de MPE's do setor de serviços
Ferreira <i>et al.</i>	2012	Revista Gestão & Produção	Análise quantitativa sobre a mortalidade de MPE's da cidade de São Paulo
Mrtvi <i>et al.</i>	2012	Revista de Gestão e Projetos	Análise da possibilidade de insucesso de novos empreendimentos: um estudo com dados da Kauffman Firm Survey
Misunaga, Miyatake e Filippin	2012	Revista Maringá Management	Mortalidade de MPE's: ensaio teórico sobre os motivos do fechamento prematuro de empresas e lacunas de pesquisa
Eckert <i>et al.</i>	2013	Revista Escola de Negócios (REN)	Gestão de Pequenas Empresas: identificação e análise dos fatores de mortalidade das MPE's nos municípios da Serra Gaúcha
Borges e Oliveira,	2014	Enciclopédia Biosfera – Centro Científico Conhecer	Sobrevivência e Mortalidade das MPE's: fatores determinantes e condicionantes
Dias <i>et al.</i>	2014	8º Fórum de Ensino, Pesquisa, Extensão e Gestão (FEPEG).	Natividade versus mortalidade de MPE's no Brasil
Neitzke e Oliveira	2014	XIV Congresso USP de Controladoria e Contabilidade	Processo de gestão das MPE's gaúchas
Santini <i>et al.</i>	2015	Revista Estratégia & Negócios (REEN)	Fatores de Mortalidade de MPE's: um estudo na região central do Rio Grande do Sul

Fonte: Elaborado pela autora

O quadro acima corrobora a afirmação de que a literatura tem abordado o tema da sobrevivência e da mortalidade de negócios apenas no contexto das empresas formais. Para realizar essa constatação, o presente estudo recorreu a uma minuciosa análise de 26 artigos, selecionados na literatura, que abordam a temática da sobrevivência e da mortalidade de pequenas e médias empresas. Em um primeiro momento, os artigos foram escolhidos de maneira mais ou menos aleatória, por abordarem o tema. Todos eles foram, em seguida, cuidadosamente analisados, buscando-se a identificação dos motivos ou fatores intervenientes no processo de sobrevivência ou mortalidade. A partir do momento em que se verificou que a inclusão de mais um novo artigo não ampliava, de maneira significativa, o conhecimento sobre o tema – que começa a se tornar repetitivo – decidiu-se suspender a pesquisa. Contudo, não foram encontrados estudos com enfoque nos negócios informais.

Pelo exposto, dada a crescente importância do segmento informal para a geração de trabalho e renda em todo o mundo e a ausência de pesquisas sobre os fatores de sobrevivência e de mortalidade de empreendimentos nesse segmento, o presente trabalho pretende dar um importante passo para a compreensão de tais fatores no segmento das atividades produtivas informais de baixa renda. Nesse

cenário, entender os fatores que causam a prosperidade ou o encerramento das pequenas empresas é um desafio à pesquisa científica e uma grande contribuição para a sociedade (Albuquerque, 2013).

1.4 Estrutura do trabalho

O presente trabalho divide-se, além da introdução, em outros sete capítulos. No segundo, encontra-se a fundamentação teórica, enfocando, inicialmente, a temática da informalidade, em particular dos negócios no segmento de baixa renda, apresentando seus conceitos, características e seu contexto histórico. Em seguida são identificados alguns dos fatores de mortalidade dos negócios formais. A partir desses tópicos anteriores, apresenta-se, na sequência, o esboço de uma proposta para análise dos empreendimentos informais no segmento de baixa renda.

No terceiro capítulo, são apresentados os procedimentos metodológicos que nortearam a pesquisa, descrevendo a abordagem e o método de estudo adotados, a unidade empírica de análise contendo sua história, características e metodologia. Em seguida, o detalhamento das técnicas e instrumentos para a coleta de dados, a descrição dos procedimentos realizados, assim como as técnicas de análise.

Posteriormente, no quarto capítulo, seguem as descrições dos casos. No quinto capítulo, apresentam-se os resultados e sua discussão, seguidos da consolidação dos resultados e da análise comparativa intra e intercasos.

Adiante, no sexto e último capítulo, apresentamos as conclusões, destacando as limitações, contribuições e sugestões para pesquisas futuras. Por fim, espera-se que as reflexões, aqui apenas iniciadas, possam servir de subsídios para futuros trabalhos na área.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são apresentados os fundamentos teóricos que irão embasar o trabalho, começando com a apresentação de alguns conceitos, o contexto histórico e as características inerentes à temática da informalidade. Em seguida, foram abordados alguns aspectos que correlacionam a informalidade à população de baixa renda e sua inserção no mercado de trabalho, apesar da informalidade não ser exclusividade deste segmento. Ademais, são identificados alguns dos fatores de sobrevivência e de mortalidade dos negócios, como abordado pela literatura corrente, que destaca, basicamente, empreendimentos formalizados. Para isso, buscou-se analisar a produção científica sobre estes empreendimentos, compilando os resultados com os motivos que levaram à sua sobrevivência ou à sua mortalidade, conforme será demonstrado mais adiante.

2.1 Negócios Informais

2.1.1 Conceitos e características da informalidade nos negócios

A informalidade do trabalho pode assumir diversos conceitos na medida em que sua análise perpassa pela academia, pela opinião pública ou pelos governantes, sendo, sua compreensão, variável de acordo com cada cenário, interesse ou visão de cada setor.

Para o SEBRAE (2007), as atividades informais compreendem as unidades econômicas pertencentes aos trabalhadores por conta própria e aos empregadores com até cinco empregados, incluindo todos os proprietários (sócios) desses empreendimentos (Viana, Teixeira & Franca, 2013). Segundo Pochmann (2008), as unidades de micro empreendimento informal no Brasil compreendem um amplo, complexo e um universo extremamente heterogêneo de atividades. Varia desde uma porta de absorção de desempregados sem alternativas no mercado de trabalho, passando pelo exercício de atividades artesanais, até a constituição de iniciativas pré-capitalistas com potencial de expansão.

Lazarte (2000) aponta que os estudos sobre o “setor informal”, principalmente os de caráter sociológico ou antropológico, tem contribuído para o conhecimento das heterogeneidades existentes em seu interior. É preciso levar em consideração as

diferenças entre os diversos tipos de trabalhadores por conta própria, ou entre a mesma ocupação no setor formal e informal. Para o autor, ainda são necessárias pesquisas empíricas para a devida elucidação dessas diferenças.

Gomes, Freitas e Capello Júnior (2005) descrevem que o trabalho informal pode ser caracterizado pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e por não apresentar uma separação clara entre o capital e o trabalho, além de exercer atividades econômicas à margem da lei e desprovidas de proteção ou regulamentação pública.

Conforme pondera Villaça (1998), a partir dos anos 1970, o centro das maiores cidades brasileiras foi abandonado como local de comércio, serviços e lazer das classes mais abastadas, se consolidando, ao mesmo passo, enquanto centralidade de comércios e serviços populares. Nesta seara, Valarelli e Vale (1997) realizaram um estudo piloto no Rio de Janeiro em que se verificava grande concentração e exposição do setor informal urbano, além de certo acúmulo de experiências desenvolvidas pelo IBASE e pelo SEBRAE.

De acordo com os dados do Ministério da Fazenda (2010), existem 10.335.962 (dez milhões, trezentos e trinta e cinco mil, novecentos e sessenta e dois) empreendimentos informais no Brasil. (Viana, Teixeira & Franca, 2013). Estes empreendimentos se localizam em centros urbanos e juntos produzem cerca de 17% do PIB brasileiro, gerando cerca de 573 bilhões de reais (Cupertino & Mendonça, 2012). Nesse sentido, a propensão à criação de negócios informais nessa região pode ser uma forma de promover o aporte financeiro para a população de baixa renda.

Atualmente, na maioria dos países, sejam eles desenvolvidos ou subdesenvolvidos, prolifera uma vasta gama de atividades econômicas que, fugindo às obrigações tributárias, deixam de pertencer ao mercado formal (Azevedo, 1988; Warren, 2003 & Maia, 1999). No entanto, segundo Valarelli e Vale (1997), nas áreas de mais alta renda, diferente do que ocorre nas favelas, a maior parte das pessoas transcorre na formalidade. Foi constatado em sua pesquisa quantitativa, que as atividades informais realizadas por pessoas de classe média são complementares em termos de composição de sua renda ou desenvolvida simultaneamente às atividades profissionais formais. Sendo assim, segundo as autoras, esses elementos nos levam a supor que, mais do que um setor informal operando com regras

próprias em um espaço social distinto, o que temos são práticas informais permeando desigualmente o conjunto da sociedade (Valarelli & Vale, 1997).

Buscando elucidar as diversas abordagens conceituais sobre o tema, e, ainda, atentos à relevância e à atualidade desse fenômeno, estudiosos vêm realizando um debate sobre esse assunto na América Latina. Eles avaliam, sobretudo, os pontos de convergência ou divergência, e Rakowski (1994); Portes e Schauffler (1993); Maia (1999); Lazarte (2000) e Abonízio (2010), cuja ênfase dada à questão vai depender do volume, da natureza e do feito assumidos pela economia informal dentro da realidade econômica vivida por cada nação.

Segundo Leone (2010), a noção de trabalho informal tem passado por variadas tentativas de operacionalização, resultando numa multiplicidade de estudos e interpretações. Embora não exista consenso na definição de informal, entende-se, em geral, que a expressão abrange uma diversidade considerável de trabalhadores que enfrentam desvantagens e problemas em comparação aos trabalhadores com emprego formal (aquele em que existe algum tipo de contrato entre empregador e empregado, seja através da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) ou pelo Estatuto do Servidor Público) e, portanto, são privados de condições básicas ou mínimas de trabalho e proteção social. Associam-se às atividades informais características como:

[...] indefinição dos locais de trabalho, condições de trabalho que não garantem saúde nem segurança, baixos níveis de qualificação e de produtividade, rendimentos baixos e irregulares, longas jornadas de trabalho, falta de acesso à informação, aos mercados, ao financiamento, à formação e à tecnologia. Essa diversidade de situações adversas que atinge aos trabalhadores informais induz, muitas vezes, ao uso dos conceitos de precariedade, subemprego e informalidade como sinônimos. Muitas vezes a associação entre informalidade e ilegalidade também está presente nos estudos sobre o tema. (Leone, 2010, p. 9).

2.1.2 Contexto histórico da informalidade nos negócios

Em meados dos anos 70, o termo “setor informal” passou a fazer parte do jargão oficial. Criado no seio da Organização Internacional do Trabalho (OIT), o conceito de setor informal aparece como um novo instrumento explicativo para um velho fenômeno: a existência de atividades econômicas de baixa produtividade e que se desenvolvem à margem da legislação e nas franjas do mercado. A partir de 1980, esse processo ganhou força, já que houve uma política de privatização, uma

acumulação de bens e serviços em poucas mãos, o que acabou desestabilizando socialmente os países periféricos e lançando milhões de pessoas na informalidade. (Ferreira, 2009).

Ao longo dos anos, o debate sobre o setor informal tem aumentado sua complexidade (Rakowski, 1994). Isso justifica o uso de expressões como economia subterrânea, invisível, clandestina, oculta, ou informal para designar essa parcela sabidamente grande, mas quase desconhecida da economia (Portes & Schayffler, 1993), constituindo-se em fenômenos preocupantes em virtudes dos inúmeros problemas paralelos que estão associados em países como o Brasil (Maia, 1999).

Segundo Pochmann (2008), a informalidade e sua relação com o emprego não é tema novo no Brasil. Ela é parte do processo histórico de formação e de desenvolvimento de uma economia periférica que se industrializou tardiamente. Assim, no ciclo da industrialização nacional (1933 a 1980), com avanços significativos na valorização do trabalho, grande parcela da população foi excluída do emprego protegido. Nas últimas décadas, diante do quadro geral desfavorável ao mercado de trabalho, destacou-se sua informalização (Pochmann, 2008).

Para Portes e Schayffler (1993), entre as várias escolas de pensamento sobre a economia informal há um consenso de que a razão fundamental para o seu surgimento foi a acelerada migração rural para as cidades, o que gerou um excedente de trabalho urbano. Pochmann (2008) afirma que a partir de 1980, diante do abandono do projeto de desenvolvimento nacional, a economia brasileira ingressou em uma longa fase de baixo dinamismo nas atividades produtivas. Assim, sem capacidade de expandir o emprego no mesmo nível da população economicamente ativa, ganhou expressão o maior contingente de mão de obra excedente. Conseqüentemente, segundo o autor, essa reestruturação capitalista incorporou de forma pontual e instável algumas formas de trabalho ditas informais. Nesse contexto, o autor destaca, por exemplo, as atividades laborais associadas ao trabalho doméstico, sendo as que mais apresentaram expansão entre 1989 e 2001.

Nesse cenário, as políticas e programas de apoio ao trabalho informal foram introduzidos, inicialmente, por intermédio do CNRH/IPEA e da SUDENE. Nos últimos 20 anos, diversas proposições nesse sentido vieram enriquecer o leque do apoio governamental ao informal, por iniciativa de instituições das mais distintas como o SINE, a extinta LBA, o antigo CEBRAE, e mais recentemente, o CODEFAT e o BNDES (Theodoro, 2000).

No início dos anos 2000, a marcante informalidade no segmento dos pequenos negócios não era apenas expressão dos problemas históricos e estruturais de uma economia em desenvolvimento – cujo segmento tendia a perder peso na estrutura socioeconômica brasileira com o acelerado ritmo de crescimento econômico e de industrialização até 1980 –, mas passa a ser também expressão da estagnação relativa da economia brasileira e das mudanças estruturais dos anos 1990, abruptas e, em geral, adversas ao mundo do trabalho e ao segmento de pequenos negócios (Santos, 2012).

Nesse interim, com taxas médias de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) mais elevadas no período 2004-2010, com o expressivo crescimento do emprego formal (Santos, 2006), do emprego público, do emprego em grandes, médias e empresas de menor porte mais organizadas, a discussão da problemática da informalidade nas relações de trabalho no segmento de micro e pequenas empresas (MPE's) ganha novos contornos.

Passam a ser considerados, naquela ocasião, os impactos positivos dessa nova conjuntura econômica sobre o mercado de trabalho brasileiro e também as mudanças legislativas que refletiam o aprofundamento e a implementação de políticas com impactos sobre o trabalho informal no segmento de pequenos negócios (Baltar *et al.*, 2010). Nesse cenário econômico mais favorável – de forte expansão do emprego formal, redução do desemprego, melhoria da situação econômica, financeira e institucional – que acabou por criar melhores condições para a formalização das empresas, alguns impactos positivos também ocorreram no mundo do trabalho dos pequenos negócios no Brasil, marcado ainda por níveis muito elevados de informalidade e precariedade (Santos, 2012).

Na tentativa de incentivar esse cenário, o SEBRAE, com o intuito de retirar da informalidade milhões de empreendedores e facilitar a abertura de novos negócios, instituiu a figura do 'Empreendedor Individual' (EI), por meio da Lei Complementar nº 128/2008, que altera a Lei Complementar nº 123/2006 (Lei Geral da MPE). Assim, com a publicação de Resoluções e Portarias específicas, os empreendedores que faturam até R\$ 60.000,00 (Sessenta mil reais) por ano, não possuem participação em outra empresa como sócio ou titular e que empregam até um trabalhador, podem se formalizar como EI (Vianna, Teixeira & Franca, 2013). Observa-se, no entanto, que muitos empreendimentos populares são de mera subsistência, com volumes muito reduzidos de faturamento, não se beneficiando, conseqüentemente, dos

possíveis benefícios oferecidos pelo SEBRAE. Porém, o Programa EI já formalizou mais de 2,5 milhões de empreendedores desde o início do Programa (SEBRAE, 2012).

Apesar do esforço do SEBRAE, destacamos outro achado importante na pesquisa de Valarelli e Vale (1997), em que as autoras relatam o fato dos empresários não entenderem ser necessária a formalização de suas empresas, pois consideram os impostos e taxas muito altos, com burocracias e encargos sobre salários muito elevados. Os resultados apontaram que 40% dos entrevistados não perceberam nenhuma vantagem ou necessidade de legalizar o seu empreendimento. Segundo as autoras, de fato, a legalização de alguns empreendimentos poderia não ser vantajosa, pois existem algumas barreiras intransponíveis, especialmente nas favelas, como por exemplo, obter um alvará de funcionamento junto aos órgãos oficiais como Prefeitura Municipal, Corpo de Bombeiros, etc. Tais impedimentos ainda são evidentes na atualidade, considerando a infraestrutura existente nas regiões onde se encontra a população de baixa renda.

A expressiva expansão do universo de ocupados em pequenos negócios reflete um conjunto de importantes movimentos no período 1980-2004 (Santos, 2006). Esse processo impulsionou a expansão das estratégias de sobrevivência no meio urbano, principalmente, por meio do trabalho por conta própria de baixa renda no comércio de mercadorias e em diversas atividades da prestação de serviços pessoais. Diante do desemprego elevado à parcela da população trabalhadora empobrecida, com menor grau de instrução e qualificação profissional resultou, por ora, a inserção nos circuitos mercantis urbanos com espaços marcados pelo trabalho e por pequenos negócios informais. Com reduzida qualificação profissional e instrução acadêmica e, ainda, sem nenhum “capital” acumulado, essa parcela dos trabalhadores desempregados não conseguiu nem mesmo ter acesso a outras formas menos precárias de trabalho, como as representadas pelas atividades desenvolvidas em estabelecimentos, locais relativamente fixos e/ou em espaços públicos (Santos, 2012).

Portanto, no período 1980-2004, a elevação do peso dos ocupados em pequenos negócios na estrutura ocupacional brasileira não agrícola – não somente pelas importantes mudanças setoriais do emprego que a impulsionaram, como também pela perda de participação do setor secundário e elevação do peso do setor terciário na estrutura ocupacional – ocorreu em um contexto de profundas

mudanças, em geral com fortes impactos na expansão da informalidade e na deterioração da estrutura ocupacional das condições e das relações de trabalho no segmento de pequenos negócios (Santos, 2012). Assim, o trabalho informal e os diversos problemas trabalhistas enfrentados pelo segmento de pequenos negócios (CESIT/SEBRAE, 2005) ampliaram-se de forma profunda, paralelamente à enorme expansão do segmento nos últimos 25 anos (Santos, 2006).

As informações disponíveis para o conjunto do Brasil até o ano de 2009 mostram que não houve um aumento do grau de formalização dos empregadores suficiente para evitar que o número de empregadores informais fosse contido, a despeito dos avanços alcançados com a Lei Geral da Micro e Pequenas Empresas – o Simples Nacional ou Supersimples – e o programa do MEI. Mais do que isso, as informações apontam para um agravamento do quadro de empregadores que desenvolvem suas atividades em condições informais, ilegais, marcadas por diversas formas de precariedades e pela ausência de proteção social e previdenciária (Santos, 2012).

Diante dessa discussão, podemos destacar que o processo de desenvolvimento da economia brasileira não tem sido capaz de gerar trabalhos de “qualidade” para parcela significativa dos trabalhadores, assim como não tem conseguido propiciar uma redução expressiva da informalidade, que ainda hoje continua em patamar elevado, apesar dos recentes resultados positivos (Leone, 2010).

Abordando o tema Pochmann (2008), afirma que a saída da informalidade representa um longo processo aliado ao grande desejo dos empreendedores de crescerem e se desenvolverem. Para o autor, o essencial no primeiro momento, é tentar sobreviver em meio à instabilidade do negócio. À medida que o negócio se afirma, surge a perspectiva de sua formalização. Apesar do empenho individual dos empreendedores, mesmo com os subsídios do governo e do apoio das organizações não governamentais, existem dificuldades inerentes à sobrevivência e altas taxas de mortalidade das MPE's, assim como acreditamos existirem esses empecilhos nos negócios informais do segmento de baixa renda.

Ao analisar a literatura sobre negócios informais, observa-se a presença de diferentes conceitos que buscam caracterizar fenômenos eventualmente semelhantes ou convergentes. Essa ausência de convergência conceitual repercute, inclusive, no próprio conceito de informalidade, como pode ser observado quadro a

seguir (QUADRO 2) que apresenta diferentes concepções e contextos em que alguns desses conceitos surgiram.

Quadro 2 – Negócios Informais: conceitos e contexto

(continua)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES
Conceitos	
Compreendem as unidades econômicas pertencentes aos trabalhadores por conta própria e aos empregadores com até cinco empregados incluindo todos os proprietários (sócios) desses empreendimentos.	SEBRAE (2007)
Compreendem um amplo, complexo e extremamente heterogêneo universo de atividades. Varia desde uma porta de absorção de desempregados sem alternativas no mercado de trabalho, passando pelo exercício de atividades artesanais, até a constituição de iniciativas pré-capitalistas com potencial de expansão.	Pochmann (2008)
Pode ser caracterizado pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e por não apresentar uma separação clara entre o capital e o trabalho, além de exercer atividades econômicas à margem da lei e desprovidas de proteção ou regulamentação pública.	Gomes, Freitas e Capello Júnior (2005)
Mais do que um setor informal operando com regras próprias em um espaço social distinto, o que temos são práticas informais permeando desigualmente o conjunto da sociedade.	Valarelli e Vale (1997)
Abrange uma diversidade considerável de trabalhadores que enfrentam desvantagens e problemas em comparação aos trabalhadores com emprego formal.	Leone (2010)
Contexto	
Em meados dos anos 70, o termo “setor informal” passou a fazer parte do jargão oficial, criado no seio da Organização Internacional do Trabalho (OIT). A partir de 1980, esse processo ganhou força, já que houve uma política de privatização, uma acumulação de bens e serviços em poucas mãos, o que acabou desestabilizando socialmente os países periféricos e lançando milhões de pessoas na informalidade.	Ferreira (2009)
Ao longo dos anos, o debate sobre o setor informal tem aumentado sua complexidade.	Rakowski (1994)

conclusão)	
PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES
<p>A informalidade e sua relação com o emprego não é tema novo no Brasil. Ela é parte do processo histórico de formação e de desenvolvimento de uma economia periférica que se industrializou tardiamente.</p> <p>A partir de 1980, diante do abandono do projeto de desenvolvimento nacional, a economia brasileira ingressou em uma longa fase de baixo dinamismo nas atividades produtivas.</p>	Pochmann (2008)
<p>Entre as várias escolas de pensamento sobre a economia informal há um consenso de que a razão fundamental para o seu surgimento foi a acelerada migração rural para as cidades o que gerou um excedente de trabalho urbano.</p>	Portes e Schauffler (1993)
<p>As políticas e programas de apoio ao trabalho informal foram introduzidos, inicialmente, por intermédio do CNRH/IPEA e da SUDENE. Nos últimos 20 anos, diversas proposições nesse sentido vieram enriquecer o leque do apoio governamental ao informal, por iniciativa de instituições as mais distintas como o SINE, a extinta LBA, o antigo CEBRAE, e mais recentemente, o CODEFAT e o BNDES.</p>	Theodoro (2000)
<p>No início dos anos 2000 passa a ser também expressão da estagnação relativa da economia brasileira e das mudanças estruturais dos anos 1990, abruptas e, em geral, adversas ao mundo do trabalho e ao segmento de pequenos negócios.</p>	Santos (2012)
<p>O SEBRAE, com o intuito de retirar da informalidade milhões de empreendedores e facilitar a abertura de novos negócios, instituiu a figura do 'Empreendedor Individual' (EI), por meio da Lei Complementar nº 128/2008, que altera a Lei Complementar nº 123/2006 (Lei Geral da MPE).</p>	SEBRAE (2012)

Fonte: Elaborado pela autora

Considerando o público alvo desta pesquisa e o ambiente socioeconômico no qual estão inseridos, optamos por denominar o segmento informal, no contexto deste estudo, como o relativo às “atividades produtivas informais”, estas caracterizadas pela presença de trabalhadores por conta própria, com produção em pequena escala, ausência de separação entre capital e trabalho, atuando à margem da lei e desprovidos de regulação pública.

Observa-se que, diferentemente de outros analistas ou estudiosos, não pretendemos, ao longo do trabalho, utilizar, sistematicamente, a designação “empreendedores”, para caracterizar tais indivíduos, nem de “negócios”, para caracterizar suas iniciativas produtivas, pois nos parecem termos mais apropriados à análise do fenômeno no contexto mais formal da economia. Dessa forma,

utilizaremos, ao longo deste trabalho, muitas vezes, a designação indivíduo ("Empreendedor") e de atividade produtiva ("negócio").

Nesse sentido, a seção seguinte abordará a informalidade no segmento de baixa renda com vistas a elucidar suas características e algumas de suas particularidades.

2.1.3 Informalidade e suas particularidades no segmento de baixa renda

Os motivos que levam os indivíduos a exercerem atividades empreendedoras são diversos. Alguns autores consideram que as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade (Vale, Correa & Reis, 2014; Souza, Trindade & Freire, 2010; Oliveira, Valle & Mello, 2010). Ambas as situações são propensas ao risco, entretanto, a segunda está mais sujeita ao fracasso, tendo em vista que não há uma prévia análise de mercado, nem um planejamento adequado (Cupertino & Mendonça, 2012).

Sobre o tema da informalidade, partimos do pressuposto que os negócios informais surgem a partir do empreendedorismo por necessidade, considerando a condição social e econômica na qual tais indivíduos estão inseridos. Assim, os negócios informais possuem particularidades distintas em relação aos negócios formais.

O Global Entrepreneurship Monitor (2011) propõe-se a medir a quantidade de empreendedores por país, assim como avaliar os motivos pelos quais buscam o caminho do empreendedorismo. Para o GEM (2011), pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por motivo de necessidade ou oportunidade. Os empreendedores por necessidade representariam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho. Já os empreendedores por oportunidade formariam a parcela da população envolvida com o empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho, mas, sim, por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende desenvolver (GEM, 2011).

No relatório de 2015, foi investigada separadamente a motivação dos empreendedores iniciais para cada estágio dos empreendimentos. Observou-se que a proporção de empreendedores por necessidade aumentou tanto para os novos quanto para os nascentes, porém, no grupo dos nascentes esse crescimento foi de 23% entre 2014 e 2015, significando um aumento atípico de dois pontos percentuais

na taxa de empreendedores nascentes. Importa ressaltar que, de acordo com o GEM (2015) a taxa de empreendedores nascentes por necessidade vinha decrescendo desde 2010 (1,4% em 2010 e 0,5% em 2014), sofrendo um abrupto crescimento de 1,9% entre 2014 e 2015, chegando a 2,4% no último ano (GEM, 2015).

Segundo Montenegro (2013), embora os pequenos negócios informais tendam a se concentrar nas parcelas mais desvalorizadas do tecido urbano, haja vista seu baixo nível de capitalização, esses necessitam, todavia, de uma escala mínima de mercado que lhes permita perpetuar sua existência. No entanto, é evidente que apenas uma parcela restrita desses agentes consiga se fixar em pontos centrais, visto que os recursos da maioria lhes permitem a inserção somente em áreas menos valorizadas da cidade.

Montenegro (2013) afirma que o grau de deterioração do meio construído nas periferias, revelado, sobretudo, pelo mau estado de conservação dos imóveis e pela precariedade da infraestrutura e dos equipamentos públicos, evidencia o baixo nível de renda da população residente nessa região da cidade, refletindo sua grande vulnerabilidade econômica e social. No entanto, a desvalorização do meio construído é precisamente um dos fatores que permite o surgimento de uma atividade econômica de pequena dimensão, desenvolvida com poucos recursos, em áreas que coincidem com o local de residência de seus agentes.

Para Santos (1996), são as redes locais as constituintes das condições técnicas do trabalho direto. Para ele, a densidade comunicacional configura outro atributo dos espaços periféricos relacionados à intensidade da presença dos negócios informais nessas localizações. Nesse contexto, Marques (2010) salienta que a participação em determinadas redes de sociabilidade desdobra-se, muitas vezes, na prestação de pequenos serviços entre os próprios membros das redes de âmbito local que se formam nas periferias das grandes cidades. Em outro estudo, Marques (2009) avalia a importância das redes sociais para a pobreza. Ele conclui que elas tendem a serem menores mais locais e a terem sociabilidade menos variada do que a de pessoas de classe média. Apesar disso, as redes também variam substancialmente dentro de cada grupo, e foi possível encontrar redes com características bastante distintas dentre os pobres. O estudo demonstrou que essas diferenças têm importantes consequências para os indivíduos em termos de acesso ao trabalho, trabalho protegido, precariedade social e rendimentos monetários. Para

Montenegro (2013), a confiança e a reciprocidade aparecem como elementos centrais dessa teia de relações.

A reflexão supracitada não pretende esgotar a discussão acerca das particularidades do segmento informal, mas apenas permitir a explicitação de algumas dimensões-chave de interesse do presente trabalho. Pelo exposto, destacam-se, entre algumas características inerentes a esse segmento: vulnerabilidade, precariedade de recursos, instabilidade produtiva, caráter refratário a mecanismos convencionais de políticas públicas, ausência de alternativas, heterogeneidade, caráter pré-capitalista de alguns deles, pequena escala, ausência de distinção entre capital e trabalho, entre trabalho e dimensão social, ausência de proteção legal, baixa produtividade, importância das redes, forte interação entre o indivíduo, o negócio e o ambiente.

Para elucidar o estudo, entende-se por atividades produtivas informais aquelas em que os indivíduos/empreendedores são movidos pela necessidade de sobrevivência, visando seu sustento e de suas famílias. Nesse contexto, o segmento informal, constituído por pequenas unidades produtivas de subsistência, concentradas, predominantemente, em comunidades de baixa renda, torna-se nosso segmento de interesse.

O QUADRO 3, a seguir, apresenta um resumo da relação existente entre a população de baixa renda no contexto da informalidade na perspectiva dos autores estudados:

Quadro 3 – A informalidade no segmento de baixa renda

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES
As pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por necessidade.	Vale, Correa & Reis (2014) Souza, Trindade & Freire (2010) Oliveira, Valle & Mello (2010)
O empreendedorismo por necessidade é sempre propenso ao risco e está mais sujeito ao fracasso.	Cupertino e Mendonça (2012).
Os empreendedores por necessidade representariam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho.	GEM (2011)
Tendem a se concentrar nas parcelas mais desvalorizadas do tecido urbano. O grau de deterioração do meio construído nas periferias evidencia o baixo nível de renda da população, refletindo sua grande vulnerabilidade econômica e social. A confiança e a reciprocidade aparecem como elementos centrais dessa teia de relações.	Montenegro (2013)
A densidade comunicacional configura outro atributo dos espaços periféricos relacionado à intensidade da presença dos negócios informais nessas localizações.	Santos (1996)
As redes tendem a ser menores, mais locais e a sociabilidade menos variada do que a de pessoas de classe média.	Marques (2009)

Fonte: Elaborado pela autora

Passamos, agora, a uma análise sobre o fenômeno da sobrevivência e da mortalidade dos negócios, como explorado na literatura corrente, na perspectiva dos negócios formais.

2.2 Sobrevivência e Mortalidade no Mundo dos Negócios

Dada a natureza peculiar das atividades produtivas informais localizadas no segmento de baixa renda, alguns dos fatores/causas de sobrevivência e mortalidade com enfoque na literatura corrente devem ser utilizados com cautela, apenas como uma referência preliminar, na ausência de outras referências. Diante disso, observa-se que quanto menor ou mais vulnerável for o negócio analisado, mais próximo, a princípio, ele poderia estar da lógica do segmento informal de baixa renda. Nesse sentido, pesquisas sobre o segmento de microempresas estariam, pelo menos a princípio, mais próximas do universo de interesse do presente trabalho.

O ambiente econômico mundial tem se mostrado bastante turbulento, complexo e competitivo. Assim sendo, manter um empreendimento funcionando é

um desafio para os proprietários formais ou informais. De acordo com o SEBRAE (2016), o Microempreendedor Individual (“MEI”) é uma figura criada pela Lei Complementar 128/2008, com o principal objetivo de retirar da informalidade milhões de empreendedores. O Microempreendedor Individual é um empresário com faturamento bruto de, no máximo, R\$ 60 mil ao ano, empregando até 09 indivíduos. Após mais de 5 anos da existência do Microempreendedor Individual (MEI), não há dúvidas do tamanho e da importância desse fenômeno. De julho de 2009 a dezembro de 2015, o número de MEI saltou de zero para 5.680.614, alcançando uma média de 100 registros por hora (SEBRAE, 2016). No entanto, essas microempresas situam-se na fronteira entre o segmento informal e o formal, cujo ambiente apresenta-se muito fluido. Alguns autores fazem menção à zona de transição existente entre o setor informal e a microempresa, pois, em contextos desfavoráveis, microempresas podem passar à informalidade. Da mesma maneira, em contextos muito favoráveis, pequenas unidades produtivas informais, inclusive de baixa renda, podem se formalizar, transformando-se em microempresas ativas no mercado (Valarelli & Vale, 1997). Em tal caso, o SEBRAE (2016) relata que as motivações e origens dos microempreendedores são variadas, mas foi possível constatar na pesquisa de 2015 que parte considerável dos MEI eram empreendedores informais, antes de se registrarem como microempreendedores individuais.

Schneider (2008) identificou os principais fatores que influenciam no aumento da economia informal, ou seja, a transição do segmento formal dos negócios devidamente constituídos para o informal. Observa o autor que a maioria dos fatores citados pelos empreendedores para explicar a mortalidade dos seus negócios faz referência a fatores associados a custos, como são os casos de aumento de tributos (39%), falta de vontade de pagar impostos (25%) e intensidade da regulação governamental. Schneider (2008) destaca que as intervenções fiscais têm forte influência nas decisões dos empreendedores sobre o custo/benefício das ações, pois acrescem o custo de oportunidade e diminuem a possibilidade de lucro do empreendimento.

Segundo estudo de monitoramento do SEBRAE (2011), a cada 100 empresas que abrem, cerca de 99% delas são caracterizadas como microempresas e 27% fecham as portas em menos de dois anos. No entanto, em estudo mais recente (SEBRAE 2013) a taxa de mortalidade de empresas com até 2 anos caiu de 26,4%

(nascidas em 2005) para 24,9% (nascidas em 2006) e para 24,4% (nascidas em 2007). À vista disso, o SEBRAE (2008) ressalta que “as empresas encerram suas atividades não apenas devido a uma única causa, mas sim, devido a uma sucessão de falhas ou problemas que, por não serem resolvidos no tempo apropriado, levam à paralisação de suas atividades”.

Visando pesquisar os fatores que são determinantes para a sobrevivência e/ou mortalidade das MPE's no cenário brasileiro, Borges e Oliveira (2014) destacam que os avanços tecnológicos nos diversos ramos de negócio e a busca por novos modelos de gestão exigem dos empreendedores uma atualização contínua. Não obstante, os autores observam que os motivos alegados pelos empreendedores tendem a refletir mais a situação final a que chegou o negócio do que as efetivas causas do fechamento, ou seja, os empresários desconhecem efetivamente os fatores e/ou motivos da mortalidade do seu negócio.

Como fatores que propiciaram uma taxa maior de sobrevivência das empresas brasileiras, os autores elencam o aquecimento da economia brasileira, o avanço da legislação de simplificação tributária e desburocratização, o aumento na escolaridade dos empreendedores e forte crescimento do mercado consumidor interno. Por fim, eles concluem que o encerramento das empresas está associado a um conjunto de fatores e o acúmulo desses fatores amplia as chances de fechamento.

Para Valarelli e Vale (1997), há elementos essenciais ao sucesso de qualquer novo empreendimento, seja ele formal ou informal: a existência (ou possibilidade de criação) de mercado para o produto, as condições materiais básicas para o início da atividade, a qualificação do empreendedor e a sua rede de relações (formais e informais) que garantem o acesso aos meios necessários para a organização do negócio. Para as autoras, no caso da população de baixa renda, de modo geral, tanto a qualificação quanto a rede de relações são formadas ainda na situação de empregado. Assim, a presença de experiência prévia no mundo dos negócios, ainda que como empregado, poderia ampliar as chances de sobrevivência tanto no segmento formal quanto no informal.

As discussões acerca dos motivos que levam à sobrevivência ou à mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil não são simples. Segundo o SEBRAE (2011), existem diversos fatores que influenciam essa análise. Muitas empresas ao encerrarem fisicamente suas atividades demoram certo tempo para

regularizarem sua situação nos órgãos oficiais. Em parte, porque os donos têm a esperança de reativar seu negócio em um futuro próximo (e muitos até o fazem, de fato). Há também casos de empreendedores que iniciam o registro de sua empresa, mas logo se deparam com problemas de pendências fiscais nos nomes de seus sócios, o que acabam interrompendo prematuramente o registro formal da empresa.

Por outro lado, o registro de fechamento de uma empresa, às vezes, é acompanhado de reabertura de outra empresa, muito semelhante, que utiliza a mesma estrutura da empresa extinta anteriormente. Esses são apenas alguns exemplos com que se deparam os pesquisadores que buscam medir o fenômeno da sobrevivência/mortalidade de empresas. Observa-se que situações semelhantes poderiam, eventualmente, ocorrer no segmento informal. Algumas vezes, a atividade informal pode, com o tempo, prosperar e se formalizar ou um empreendimento informal pode ser passível de descontinuidade (Mortalidade), pelo simples fato de ter sido transformada em outra iniciativa produtiva mantida pelo mesmo indivíduo. Nesse caso, houve o desaparecimento de uma iniciativa, que foi substituída por outra (Valarelli & Vale, 1997).

A pesquisa do GEM (2015) contribui ao afirmar que na avaliação dos especialistas faltam políticas públicas adequadas às necessidades dos empreendedores e há excesso de burocracia para abertura, funcionamento e encerramento dos negócios. Os negócios também enfrentam alta carga tributária e complexidade da legislação brasileira que aumentam os custos de operação e tornam os negócios menos competitivos.

Os especialistas também citaram como condição limitante ao empreendedorismo no Brasil a educação e a capacitação nos níveis básico, fundamental e técnico que historicamente têm como foco a formação de mão-de-obra para o mercado de trabalho ou para o setor público, sem a devida ênfase ao empreendedorismo. Dessa maneira, o GEM (2015) sinaliza que empreendedores estabelecidos, cujos negócios contam com CNPJ, diferenciam-se positivamente daqueles que não possuem, quando mensurados pelas seguintes características: novidade do produto/serviço, geração de empregos, e faturamento (GEM, 2015).

Para Silva *et al.* (2015), apesar de serem a grande maioria, as MPE's, não possuíam estímulos e incentivos para que após sua abertura a sua permanência no mercado pudesse perdurar por muitos anos. Esses autores realizaram um estudo com análise comparativa entre micro e pequenas empresas com as médias e

grandes empresas no Brasil, concluíram, por sua vez, que em relação aos fatores que causam a mortalidade de micro e pequenas empresas, destacam-se as características do perfil do empreendedor, a experiência do empreendedor com a gestão de negócios e o planejamento (ou a falta dele) para implementação do empreendimento. Por mais que as micro e pequenas empresas estejam cientes de suas dificuldades, é necessário planejar e implementar ações específicas buscando reduzir de maneira efetiva as altas taxas de mortalidade prematura dos empreendimentos. Nesse segmento, os autores elucidam que é relevante pensar os desafios e as perspectivas das MPE's no cenário contemporâneo, caracterizado por importantes mudanças na estrutura produtiva.

Alguns artigos publicados procuram identificar grandes conjuntos de fatores ou motivos provenientes das dificuldades encontradas pelas MPE's, é o caso, por exemplo, de Albuquerque e Escrivão Filho, E. (2011). Esses autores, buscando identificar o estado da arte, em um ensaio teórico, a partir de uma pesquisa bibliográfica, entre 2000 e 2010, concluíram que os fatores causadores da mortalidade de uma empresa são: fatores internos e externos ou fatores relacionados ao proprietário-dirigente, à empresa e ao ambiente.

Os fatores internos correspondem àqueles relacionados ao proprietário-dirigente e à empresa e os fatores externos aos fatores ambientais. A principal conclusão do artigo é que nenhum fator, isoladamente, pode explicar a mortalidade precoce das pequenas empresas, esses fatores são interdependentes e contribuem para o sucesso ou insucesso empresarial. A sobrevivência da empresa não depende apenas do dirigente. Os fatores mais discutidos na literatura, consoante ao destacado por Albuquerque e Escrivão Filho, E. (2011) estão relacionados à empresa e ao ambiente, conforme segue: o planejamento formal (13 citações), os fatores relacionados às áreas funcionais (10 citações), as condições econômicas (8 citações), a concorrência (8 citações) e o mercado consumidor (7 citações). Mais de 50% dos estudos investigados apontaram a falta do planejamento estratégico formal como a principal causa da mortalidade das pequenas empresas.

Analisando o referencial teórico pertinente ao tema discutido nessa seção e considerando sua importância para a presente pesquisa, buscamos elencar (QUADRO 4) de maneira resumida, os fatores identificados em cada um dos artigos pesquisados. Nota-se que os motivos são redundantes e estão direcionados para o

perfil empreendedor, para a gestão do negócio ou para o ambiente no qual a empresa está inserida.

Quadro 4 - Fatores de sobrevivência e/ou de mortalidade identificados nas pesquisas, autores e contextos

(continua)

Autores	Contexto	Fatores/Motivos elencados
Vale <i>et al.</i> , 1998 (1)	100 MPE's em Minas Gerais	Escolaridade; natureza da experiência prévia; experiência na área; motivação para abrir um negócio; ausência de apoio; capital de giro; clientes.
Bates, 2005 (2)	Analysis of Young, small firms that have closed: delineating successful from unsuccessful closures	Custos de oportunidade; custos de mudanças e considerações não econômicas.
Dutra e Previdelli, 2005 (3)	Mortalidade de empresas paranaenses	Experiência e perfil do empreendedor; número de sócios; porte da empresa; capital inicial disponível; plano de negócio; ensino precário do empreendedorismo no Brasil.
Megliorini e Motta, 2005 (4)	Mortalidade MPE's: uma análise econômica	Adequação do montante de capital empregado no negócio, associado à remuneração exigida.
Krom e Felipe, 2005 (5)	Fatores da mortalidade de MPE's	Falta de conhecimentos gerenciais; clientes e mão de obra qualificada; problemas financeiros e fiscais; ponto e instalações inadequados; desconhecimento do mercado; carga tributária elevada; concorrência forte; recessão econômica no país.
Carter e Auken, 2006 (6)	Journal of small business management	Incompetência do proprietário; falta de acesso ao capital e a informações; condições do mercado.
Sales, Barros e Pereira, 2008 (7)	Mortalidade dos pequenos negócios em um município interiorano brasileiro	Problemas particulares dos sócios; falta de conhecimento técnico, baixo capital de giro, clientes e crédito; ponto/instalações inadequados; desconhecimento do mercado; problemas com a fiscalização; qualidade dos produtos/serviços; carga tributária alta; forte concorrência; inadimplência; recessão econômica do país; descumprimento de contratos.
Cazarini <i>et al.</i> , 2008 (8)	Pequeno empreendedor: sua personalidade e estilos de aprendizagem	Os tipos de personalidades e os estilos de aprendizagem dos empreendedores não interferem no sucesso ou insucesso de seus empreendimentos, havendo diferença somente na dimensão verbal, o que não influencia as habilidades.
SEBRAE, 2008 (9)	Sobrevivência e Mortalidade de Empresas	Comportamento empreendedor; problemas pessoais; deficiências na gestão; insuficiência de políticas de apoio; problemas de conjuntura econômica.
Bonacim <i>et al.</i> , 2009 (10)	Mortalidade das MPE's: causas e aprendizagem	Falta de conhecimento técnico, dificuldade de acesso ao crédito, de planejamento prévio e informações sobre o negócio; baixa demanda pelos produtos e serviços; elevada carga tributária.

(continua)

Autores	Contexto	Fatores/Motivos elencados
Pereira, <i>et. al.</i> , 2009 (11)	Sobrevivência das MPE's no Brasil	Criatividade; aproveitamento de oportunidades; perseverança; liderança; conhecimento do mercado; estratégia de vendas; ter um bom administrador; uso de capital próprio; reinvestimento dos lucros; acesso a novas tecnologias.
Cunha e Soares, 2010 (12)	Aspectos para o planejamento de MPE's	Comportamento empreendedor; planejamento prévio; gestão empresarial; políticas de apoio; problemas de conjuntura econômica e problemas pessoais.
Grapeggia, <i>et. al.</i> , 2010 (13)	Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de MPE's em Santa Catarina	Conhecimento do produto/mercado, foco no negócio e na identificação de oportunidades, organização e adequação dos produtos; relacionamento entre os sócios.
Guerra e Teixeira, 2010 (14)	A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista	Acesso ao crédito e a novas tecnologias; barreiras para a compra de equipamentos sofisticados e realização de gastos com propaganda; pensar a empresa em termos estratégicos, pois ele precisa "fazer de tudo"; reduzido poder de barganha por conta das diminutas escalas de produção; baixa taxa de lucro devido à intensa concorrência; limitada flexibilidade financeira para institucionalizar departamentos de pesquisa e desenvolvimento ou estabelecer convênios com universidades com o objetivo de gerar inovações.
Vale e Guimarães, 2010 (15)	Redes sociais, informação, criação e sobrevivência de empresas	Natureza dos relacionamentos/ redes; diversidade de fontes de informação; capacidade de se relacionar com diferentes segmentos empresariais e comunitários; acesso a informação.
Storey, 2011 (16)	Mil empresas industriais e comerciais na África do Sul	Falta de habilidades de Marketing.
Scheers, 2011 (17)	Sucesso das empresas a partir da teoria do otimismo/acaso	Uso de recursos do proprietário, acesso a financiamento e visão de futuro.
Pereira e Souza, 2011 (18)	MPE's do setor de serviços	Competência, experiência e negligência do empreendedor; estoques; despesas operacionais; capital, ativos e lucro; dívidas e encargos; competitividade; vendas insuficientes.
Ferreira, Santos, Oliva, Grisi e Lima, 2012 (19)	MPE's da cidade de São Paulo	Natureza da gestão; experiência no ramo; nível de escolaridade; relação com os sócios; acesso ao crédito; mão de obra; planejamento estratégico; suporte jurídico e contábil; qualidade e inovação de produtos e serviços; burocracia; competitividade; demanda dos clientes; fornecedores, representantes, distribuidores e parceiros ruins; cargas de impostos e tributos altos.
Mrtvi, Silva, Rocha e Andreassi, 2012 (20)	Insucesso de novos empreendimentos	Sexo e remuneração do proprietário; localização do empreendimento.
Misunaga, Miyatake e Filippin, 2012 (21)	Motivos do fechamento prematuro de empresas	Perfil inadequado e inexperiência do empreendedor; falta de planejamento para a implementação do negócio.

(conclusão)

Autores	Contexto	Fatores/Motivos elencados
Eckert <i>et al.</i> , 2013 (22)	Mortalidade das MPE's na Serra Gaúcha	Incapacidade empreendedora, falta de liderança e persistência/perseverança; falta de criatividade e inovação; desconhecimento do mercado; falhas gerenciais; logística; uso de capital próprio; falta de acesso a novidades; não aproveitamento das oportunidades; falta de estratégia de vendas; local, propaganda e precificação inadequadas; falta de clientes; problemas financeiros e fiscais; má qualidade dos produtos/serviços; concorrência e carga tributária elevada.
Borges e Oliveira, 2014 (23)	MPE's: fatores determinantes e condicionantes	Escolaridade; planejamento do negócio; técnicas de marketing; avaliação de custos e fluxo de caixa; desenvolvimento de novos produtos; desaquecimento da economia brasileira.
Dias <i>et al.</i> , 2014 (24)	Natividade versus mortalidade de MPE's no Brasil	Competência e experiência do empreendedor; acesso ao crédito, lucros e estoques insuficientes; dívidas e encargos; despesas operacionais; fraudes; recessão econômica; juros altos; perda de mercado ou mercado consumidor restrito.
Neitzke e Oliveira, 2014 (25)	Processo de gestão das MPE's gaúchas	Estilo de liderança; planejamento estratégico; treinamento das equipes.
Santini, Favarin, Nogueira, Oliveira e Ruppenthal, 2015 (26)	Mortalidade de MPE's no Rio Grande do Sul	Falta de conhecimento do negócio; problemas financeiros; falta de clientes; ponto inadequado; inadimplência; carga tributária; recessão econômica; concorrência; falta de mão de obra.

Fonte: Elaborado pela autora

Com a finalidade de auxiliar a análise dos fatores elencados no QUADRO 4, verificamos a necessidade de agrupar os fatores encontrados por categorias distintas gerais. Para isso, recorreremos a proposições de Ferreira *et al.* (2012). Os autores propõem um conjunto formado por três grandes categorias, para classificação dos fatores de sobrevivência e de mortalidade, são eles: a) inerentes ao empreendedor; b) relativos ao negócio; e c) relacionados ao ambiente externo da empresa. Em consonância com esses autores, Oliveira, Gonçalves e Gosling (2006), Fontenelle, Hoeltgebaum, e Silveira (2006) e Uriarte, Damau, Barcia, Valente e Lapolli (2000) consolidam que a mortalidade ou sobrevivência dos pequenos negócios está sempre associada a fatores como: falhas gerenciais, perfil e comportamento do empreendedor, abusos de recursos e ações do ambiente de negócios. Além disso, Dias *et al.* (2014) contribuem quando ponderam que o gerenciamento de uma empresa depende de duas vertentes, a saber: os fatores endógenos ligados às atividades próprias da empresa e do seu empreendedor e os

fatores exógenos, ou conjunturais que interagem diretamente com as ameaças externas à empresa.

As categorias propostas por Ferreira *et al* (2012) serão utilizadas para ordenamento dos fatores ou motivos explicitados no quadro anterior. Os resultados são apresentados a seguir (QUADRO 5). Saliencia-se que vários dos fatores perdem totalmente o sentido se cotejados com a lógica do segmento informal. É o caso, por exemplo, do fator “empreendedor”, “problemas particulares com os sócios”, “escolha de um bom administrador” ou, então, “presença de mão de obra qualificada”. Tais fatores são dotados de sentido apenas no contexto de empreendimentos de maior porte, localizados no segmento formal, a exemplo da separação entre proprietário e administrador; presença de sócios; presença de mão de obra; etc.

Quadro 5 – Classificação dos fatores de sobrevivência e/ou de mortalidade segundo a natureza

(continua)

Categorias	Fatores
<i>Empreendedor</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Competência, experiência e negligência - Conhecimento técnico - Recursos do proprietário - Comportamento empreendedor - Gestão empresarial - Nível de escolaridade - Estilos de liderança - Capacidade de assumir riscos - Motivação - Perfil, quantidade, problemas pessoais e remuneração de sócios - Sexo do proprietário - Escolha de um bom administrador - Persistência/perseverança - Criatividade e inovação - Aproveitamento de oportunidades - Relacionamentos profissionais, pessoais e familiares - Tradição familiar - Tipos de personalidades e estilos de aprendizagem - Foco no negócio e na identificação de oportunidades
<i>Empresa</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldades financeiras - Plano de negócio - Quantidade de vendas - Capital de giro - Competitividade - Qualidade da mão de obra - Visão estratégica - Apoio profissional - Capacidade de inovação - Natureza da Clientela - Capacidade de pagamento do cliente - Ponto/Local e instalações - Relação com o fisco - Satisfação do cliente - Porte da empresa

(conclusão)

Categorias	Fatores
	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidade de reinvestir os lucros da empresa - Aproveitamento das oportunidades do negócio - Capacidade de compor preços - Informações sobre o negócio, produto, mercado e oportunidades - Qualidade dos produtos e serviços - Estoques - Despesas operacionais - Ativos e lucros - Utilização de lições aprendidas - Expectativa futura - Habilidades de marketing - Organização e adequação dos produtos - Flexibilidade financeira para institucionalizar departamentos de pesquisa e desenvolvimento ou estabelecer convênios com universidades com o objetivo de gerar inovações. - Barreiras para a compra de equipamentos sofisticados e realização de gastos com propaganda - Poder de barganha por conta das diminutas escalas de produção
Ambiente Externo	<ul style="list-style-type: none"> - Burocracia legal e fiscal - Concorrência - Pressão dos clientes - Fornecedores, representantes, distribuidores e parceiros - Natureza do mercado - Ciclo econômico: aquecimento versus recessão econômica - Mercado consumidor - Apoio institucional ao empreendedorismo - Acesso a novas tecnologias - Disponibilidade de crédito - Diversidade de fontes de informação - Políticas de apoio

Fonte: Elaborado pela autora, a partir das categorias de Ferreira *et al.* (2012)

Sobre a temática da sobrevivência e da mortalidade de empreendimentos no segmento informal, aprecia-se que a população de baixa renda busca sua subsistência nas unidades produtivas informais. Trata-se de um caminho alternativo para a inclusão social. Por conseguinte, a lógica de sobrevivência e de mortalidade dessas atividades pode apresentar muitas peculiaridades, sendo distinta da lógica geral abordada na literatura corrente. Apresentamos na próxima seção uma proposta para a análise dos fatores de mortalidade das unidades produtivas informais no contexto da população de baixa renda. Antes, porém, apresentamos no QUADRO 6 um resumo das pesquisas sobre a temática da sobrevivência e da mortalidade dos negócios.

Quadro 6 - Sobrevivência e Mortalidade no Mundo dos Negócios

(continua)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES
<p>As empresas encerram suas atividades não apenas devido a uma única causa, mas sim, devido a uma sucessão de falhas ou problemas que, por não serem resolvidos no tempo apropriado, levam à paralisação de suas atividades.</p> <p>Os motivos que levam à sobrevivência ou à mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil não são simples. Existem diversos fatores que influenciam esta análise.</p> <p>As motivações e origens dos microempreendedores são variadas, mas na pesquisa de 2015, parte considerável eram empreendedores informais, antes de se registrarem como MEI.</p>	<p>SEBRAE (2008)</p> <p>SEBRAE (2011)</p> <p>SEBRAE (2016)</p>
<p>Os empresários desconhecem efetivamente os fatores e/ou motivos da mortalidade do seu negócio.</p> <p>Como fatores de sobrevivência das empresas brasileiras, os autores elencam o aquecimento da economia brasileira, avanço da legislação de simplificação tributária e desburocratização, aumento na escolaridade dos empreendedores e forte crescimento do mercado consumidor interno. O encerramento das empresas está associado a um conjunto de fatores e o acúmulo desses fatores ampliam as chances de fechamento.</p>	<p>Borges e Oliveira (2014)</p>
<p>Existem elementos essenciais ao sucesso de qualquer novo empreendimento, seja ele formal ou informal: a existência (ou possibilidade de criação) de mercado para o produto, as condições materiais básicas para o início da atividade, a qualificação do empreendedor e a sua rede de relações (formais e informais).</p> <p>No caso da população de baixa renda, de modo geral, tanto a qualificação quanto a rede de relações são formadas ainda na situação de empregado.</p> <p>A presença de experiência prévia no mundo dos negócios, ainda que como empregado, poderia ampliar as chances de sobrevivência, tanto no segmento formal quanto no informal.</p> <p>Alguns autores fazem menção à zona de transição existente entre o setor informal e a microempresa, pois, em contextos desfavoráveis, microempresas podem passar à informalidade. Em contextos muito favoráveis, pequenos negócios informais, inclusive de baixa renda, podem se formalizar, transformando-se em microempresas ativas no mercado.</p> <p>A atividade informal pode, com o tempo, prosperar e se formalizar. Um empreendimento informal pode ser passível de descontinuidade (Mortalidade), pelo simples fato de ter sido transformado em outra iniciativa produtiva, mantida pelo mesmo indivíduo.</p>	<p>Valarelli e Vale (1997)</p>

(conclusão)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES
<p>Faltam políticas públicas adequadas às necessidades dos empreendedores e há excesso de burocracia para abertura, funcionamento e encerramento dos negócios.</p> <p>Os negócios também enfrentam alta carga tributária e complexidade da legislação brasileira, que aumentam os custos de operação e os tornam os menos competitivos.</p> <p>É condição limitante ao empreendedorismo no Brasil a educação e capacitação, em especial nos níveis básico, fundamental e técnico, que historicamente têm como foco a formação de mão-de-obra para o mercado de trabalho ou para o setor público, sem a devida ênfase ao empreendedorismo.</p>	GEM (2015)
<p>Apesar de serem a grande maioria, as MPE's, não possuíam estímulos e incentivos para que após sua abertura a sua permanência no mercado pudesse perdurar por muitos anos.</p> <p>Dentre os fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas destacam-se as características do perfil do empreendedor, a experiência do empreendedor com a gestão de negócios e o planejamento (ou a falta dele) para criação do empreendimento.</p>	Silva <i>et al.</i> (2015)
<p>Os fatores que levam uma empresa à mortalidade são: fatores internos e externos ou fatores relacionados ao proprietário-dirigente, à empresa e ao ambiente. Os fatores internos correspondem àqueles relacionados ao proprietário-dirigente e à empresa, e os fatores externos aos fatores ambientais.</p> <p>Nenhum fator, isoladamente, pode explicar a mortalidade precoce das pequenas empresas, eles são interdependentes e contribuem para o sucesso ou insucesso empresarial. A sobrevivência da empresa não depende apenas do dirigente.</p>	Albuquerque e Escrivão Filho (2011).
<p>A maioria dos fatores de mortalidade faz referência a custos, como são os casos de aumento de tributos (39%), falta de vontade de pagar impostos (25%) e intensidade da regulação governamental. As intervenções fiscais têm forte influência nas decisões dos empreendedores sobre o custo/benefício das ações, pois crescem o custo de oportunidade e diminuem a possibilidade de lucro do empreendimento.</p>	Schneider (2008)

Fonte: Elaborado pela autora

2.3 Proposta de um Modelo para Análise das Causas de Sobrevivência e de Mortalidade das Unidades Produtivas Informais na População de Baixa Renda

À luz das análises e reflexões sobre o setor informal até aqui apresentadas, pode-se afirmar, pelo menos a princípio, que a informalidade poderia ser dotada de uma dinâmica diferenciada e isso se desencadeia por algumas particularidades. Uma delas é que os setores informais são unidades produtivas muito pequenas, compostas, na maioria das vezes, por uma única pessoa (o dono, ou empreendedor

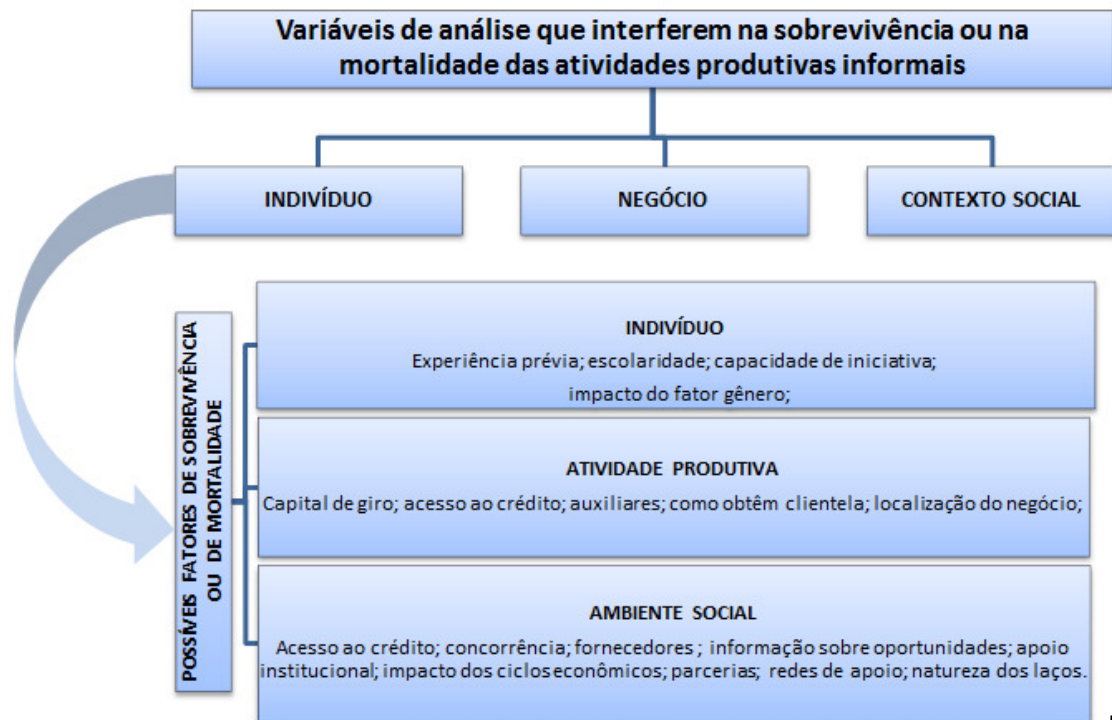
ou autônomo). Estando tais atividades inseridas em comunidades de baixa renda (periferias ou favelas) seus indivíduos são comumente de baixa escolaridade, de pouca experiência com o trabalho assalariado, atuando como autônomos ou camelôs. Em sua maioria, exploram atividades voltadas para a subsistência, ou seja, movimentam um conjunto muito pequeno de recursos, inclusive financeiros, e se voltam para atendimento das necessidades nos locais onde atuam.

Em decorrência disso, seu “mercado” é muito restrito e limitado, muitas vezes, formado por conhecidos e amigos, o que demonstra a importância das redes e laços, por sua vez, também muito limitados. Além disso, competem em um ambiente de grande fragilidade e vulnerabilidade (seja econômica, seja social). Nesse caso, seriam mais resistentes às formas oficiais de programas que regularizam oficialmente seus negócios devido ao público e ao cenário que operam.

Tomando-se em consideração essas observações, seria possível analisar os motivos e fatores de sobrevivência e de mortalidade, previamente elencados, e verificar quais deles, a princípio, estariam mais aptos a serem considerados no segmento informal. Nesse ponto, sugere-se uma pequena alteração na designação das 3 categorias até então apontadas. Essas passariam a ser: Indivíduo (empreendedor), Atividade produtiva (Empresa) e Ambiente Socioeconômico (ambiente externo da empresa).

A figura a seguir (FIGURA 1) pretende, a partir dos motivos evidenciados sob a ótica do segmento informal, apresentar um conjunto de fatores passíveis de serem analisados no segmento de interesse desse estudo. Prioriza-se, conforme proposto, que as categorias passem a ser focadas no indivíduo, na sua atividade produtiva e no ambiente socioeconômico. No caso do indivíduo, os fatores a serem analisados incluem, basicamente, a experiência prévia, a escolaridade básica, a capacidade de iniciativa, o impacto do fator gênero, entre outros. Na atividade produtiva (Negócio) os fatores incluem capital de giro, crédito, presença de auxiliares, clientela, localização, redes, parcerias, entre outros. No ambiente socioeconômico, seriam o acesso ao crédito, concorrência, fornecedores, informação sobre oportunidades, presença de apoio institucional e impacto dos ciclos econômicos. Os motivos elencados servem como uma primeira sugestão, capaz de ser testada, e eventualmente, alterada e ampliada a partir de pesquisas empíricas.

Figura 1 – Motivos/Fatores passíveis de análise no segmento informal por categoria



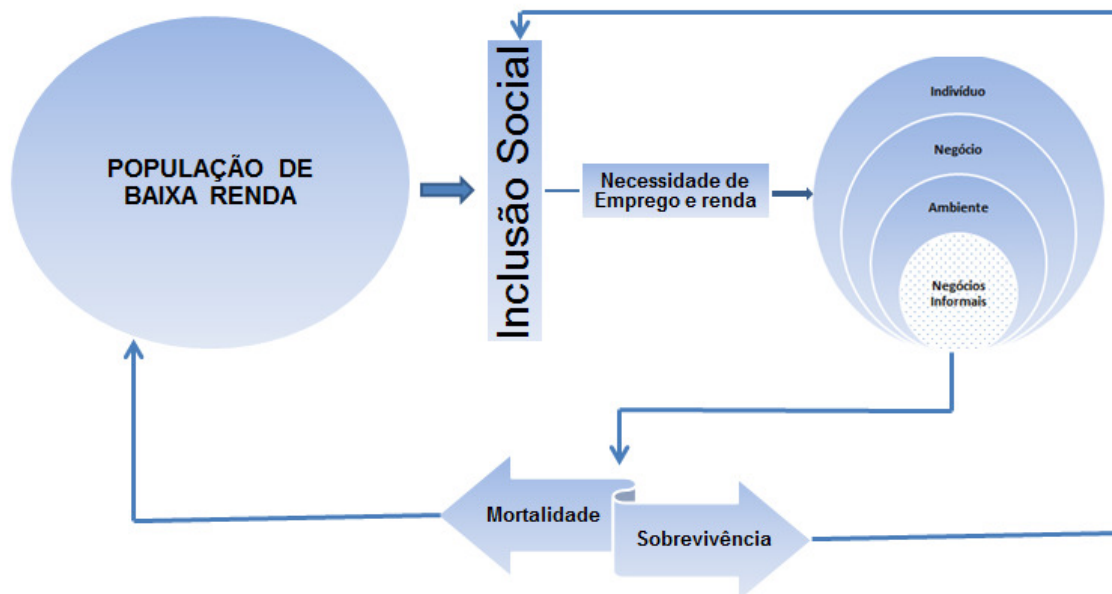
Fonte: Elaborada pela autora

Destaca-se, porém, que os fatores, embora possam, a princípio, serem identificados e classificados, podem, na prática, encontrarem-se bastante imbricados uns aos outros. Ou seja, provavelmente existirá uma grande interação entre as características do indivíduo, a capacidade de sua atividade produtiva e o meio social onde ele se insere. Como afirma Ferreira *et al.* (2008), referindo ao caso das MPE's, pode não existir um fator específico que possa ser responsável, individualmente, pelo sucesso do empreendimento ou pelo encerramento precoce das atividades. Os fatores responsáveis encontram-se, eventualmente, interligados e dependem, em grande parte, da atuação do empreendedor. Se isso pode ser correto no segmento das MPE's, com muito mais destaque ocorrerá no segmento das unidades produtivas informais. Diferentemente do que acontece no mundo dos negócios devidamente formalizados, no segmento informal pode não ser possível uma distinção clara entre cada um dos fatores ou motivos e uma análise dos seus impactos. Isso, porque prevalece nesse segmento, uma mistura entre dimensões de trabalho, geração de renda, vida e contexto social, e também, entre trabalho e capital e entre vida social e mercado, etc.

Embora se referindo ao segmento formal, Albuquerque e Filho (2011) corroboram com essa observação ao elucidarem que nenhum fator isoladamente pode explicar a sobrevivência ou a mortalidade precoce dos empreendimentos. Além disso, assim como nos negócios formais, as atividades produtivas informais possuem características típicas que influenciam em sua gestão, de modo que, o reconhecimento dos fatores pode levar à sua sobrevivência ou à sua mortalidade dependendo das suas especificidades.

Um melhor conhecimento das condições aí intervenientes é de fundamental importância. Existem muitas pessoas nas grandes cidades brasileiras que dependem das pequenas unidades produtivas informais para geração de renda e inclusão social. Esperamos, a partir dessa análise, gerar alguns elementos de reflexão e estimular investigações específicas nessa área. Para tal, propomos, abaixo, um modelo teórico para análise dos possíveis fatores de sobrevivência e de mortalidade das unidades produtivas informais, elaborado a partir do embasamento teórico da pesquisa:

Figura 2 – Modelo teórico da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora

O esquema apresentado acima sugere que a população de baixa renda, na busca por sua subsistência, encontra nas unidades produtivas informais um caminho alternativo para a inclusão social. Nesse caso, se o empreendedor obtém sucesso em seu empreendimento, o ciclo da inclusão social se fortalece. Porém, o insucesso

nessa empreitada retroalimenta o ciclo da pobreza. Em conformidade com as categorias apresentadas, encaminharemos nossa análise no intuito de realizar um diagnóstico dos fatores determinantes de mortalidade e de sobrevivência dessas atividades produtivas informais no contexto da população de baixa renda.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Vergara (2000), a pesquisa metodológica é o estudo que se refere a instrumentos de captação ou de manipulação da realidade. Está, portanto, associada a caminhos, formas, maneiras, procedimentos para atingir determinado fim. Marconi e Lakatos (2010) salientam que o método utilizado depende do objeto da pesquisa e defendem que o método científico está diretamente ligado a pesquisa científica, “pois não há ciência sem o emprego de métodos científicos”.

Os capítulos, até aqui apresentados, forneceram o embasamento teórico necessário para a análise proposta nesta pesquisa. A seguir, serão apresentados os procedimentos metodológicos, descrevendo a abordagem, a classificação adotada e a unidade empírica de análise contendo sua história, características e metodologia. Na sequência, elucida-se o detalhamento dos procedimentos utilizados para a coleta de dados, assim como a estratégia de análise e apresentação, seguidas dos resultados e suas discussões. Por fim, são demonstradas as conclusões e as limitações da pesquisa.

3.1 Abordagem e classificação da pesquisa

Baseados em Yin (2005), para atender aos objetivos propostos na presente pesquisa, estabeleceu-se como estratégia a abordagem de natureza qualitativa possibilitando explorar o problema proposto, reunindo uma ampla gama de dados e impressões que permitirão analisar a interação de suas variáveis.

Na perspectiva de Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa qualitativa se preocupa em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano, fornecendo uma análise mais detalhada sobre investigações, hábitos, atitudes e tendências de comportamento. Além disso, as autoras afirmam que esse tipo de pesquisa tem seus dados coletados por meio de entrevistas, pesquisa bibliográfica, observações e questionários e salientam que os pesquisadores devem possuir capacidade de interpretação da realidade coletada de maneira holística e sistêmica.

Quanto aos fins, pôde-se classificar esta pesquisa como descritiva, pois, de acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007) ela buscou conhecer situações através da

observação, registro, análise dos fatos ou fenômenos que ocorrem na vida social do comportamento humano sem manipulá-los. Para os autores:

A pesquisa descritiva busca dessa forma, estudar fatos quotidianos do comportamento social, em seu habitat natural, abordando problemas que merecem ser estudados, procurando descobrir, com maior precisão possível, a frequência com que esse fenômeno ocorre, sua relação e contexto com os outros, sua natureza e suas características. (Cervo, Bervian & Silva 2007, p. 61).

Quanto aos meios, a pesquisa foi caracterizada como um estudo de caso. Segundo Collis e Hussey (2005), isso vai além da pesquisa exploratória ao examinar um problema, uma vez que avalia e descreve as características das questões pertinentes. Para Yin (2005), o estudo de caso envolve um ambiente ou um contexto contemporâneo da vida real. Para Creswell (2014), o estudo de caso é um tipo de pesquisa qualitativa que pode ser objeto de estudo, como também um produto da investigação. Trata-se de uma abordagem qualitativa na qual o investigador explora um sistema delimitado contemporâneo da vida real (um caso) ou múltiplos sistemas delimitados (casos) ao longo do tempo, por meio da coleta de dados detalhada em profundidade, envolvendo múltiplas fontes de informação, e relata uma descrição e temas do caso (Creswell, 2014).

A pesquisa utilizou o método de estudos de casos múltiplos, buscando identificar e analisar os fatores de sobrevivência e de mortalidade das unidades produtivas informais da população de baixa renda dos beneficiários do “Programa de Empreendedorismo” da Rede Cidadã.

3.2 Unidade empírica de análise

A seleção das unidades de análise foi intencional, não probabilística, visto que não foram utilizadas formas aleatórias de seleção de amostras, não se adotando a aplicação de fórmulas estatísticas. Nesse sentido, para Chehuen Neto (2012), o método qualitativo não apresenta dados estatísticos como centro do processo, o que difere da abordagem quantitativa, ou seja, não tem a pretensão de numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas. Utiliza-se como parâmetros o uso de critérios, categorias, escalas de atitudes ou identificam-se com que intensidade ou grau, um determinado conceito, uma opinião ou um comportamento se manifestam.

As unidades empíricas de análise foram quatro unidades produtivas informais, beneficiárias do Programa de “Apoio ao Empreendedorismo” da Rede Cidadã. Como critérios de seleção foram considerados empreendedores residentes na Cidade de Belo Horizonte ou em sua região metropolitana, cujos negócios sobreviveram ou morreram. Esse grupo foi escolhido de acordo com a facilidade de acesso, disponibilidade dos respondentes e por conveniência da pesquisadora. As identidades dos empreendedores foram preservadas, visando manter sua privacidade e a nomenclatura adotada foi “A”, “B”, “C” e “D”.

3.2.1 A Rede Cidadã e o empreendedorismo da base da pirâmide

3.2.1.1 Contexto histórico e caracterização da Rede Cidadã

Buscando entender o desempenho da população de baixa renda no cenário econômico atual, o presente trabalho tem como objetivo fazer um diagnóstico dos fatores de sobrevivência e de mortalidade de atividades produtivas informais da população de baixa renda na região metropolitana de Belo Horizonte/MG. Tal região é reconhecida como um dos principais polos industriais do país, possuindo um grande contingente de contradições socioculturais e econômicas. Dentre elas, uma alta taxa de desemprego, o que acarreta diversos problemas sociais (Maia, 1999). O baixo nível de escolaridade e de formação profissional da população contribui para que muitas vezes as unidades produtivas informais sejam a única forma de sobrevivência. Nesse caso, segundo Azevedo (1988), as atividades informais funcionariam como estratégias de que tanto o trabalhador lança mão para sobreviver como o capital se vale para reproduzir-se.

A dinâmica socioeconômica da Região Metropolitana de Belo Horizonte foi alterada drasticamente nos anos 1990, seja pelo processo de privatização das empresas estatais, pela maior abertura comercial, pela crise fiscal do setor público, pelas elevadas taxas de juros e conseqüentemente, a redução do crescimento econômico, entre outros fatores, acarretando em uma redução relativa do setor industrial e elevando os níveis de desemprego. As áreas mais atingidas social e economicamente por essas mudanças foram o Vetor Oeste (regiões mais industrializadas) e o Vetor Norte, pois apresentaram expressivo aumento do

desemprego, da informalidade e da criminalidade (Observatório das Metrôpoles, 2014).

O público alvo pesquisado é beneficiado pelo Programa de apoio aos micro e pequenos empreendedores da “Rede Cidadã”, uma Organização Social, de âmbito Nacional, sem fins lucrativos, cuja missão é “promover a cidadania, constituindo redes de voluntários, empresas, sociedade civil e governo, gerando maior valor social” (Rede Cidadã, 2015).

A Rede Cidadã foi criada em 2002 para formar uma rede social real que integrasse ações complementares, gerando sinergia entre três setores da economia e integrando o trabalho voluntário. O objetivo da organização é criar soluções de geração de trabalho e renda para pessoas da base da pirâmide e, desde a sua fundação, a Rede Cidadã já inseriu mais de 50.000 pessoas no mercado de trabalho. (Rede Cidadã, 2016).

Para a organização, o empreendedorismo é visto como uma plataforma para o desenvolvimento da sociedade, tendo como pilares: I) geração de renda; II) geração de postos de trabalho; III) criação de produtos e serviços novos e inovadores e IV) fortalecimento do conceito de empoderamento. (Rede Cidadã, 2014).

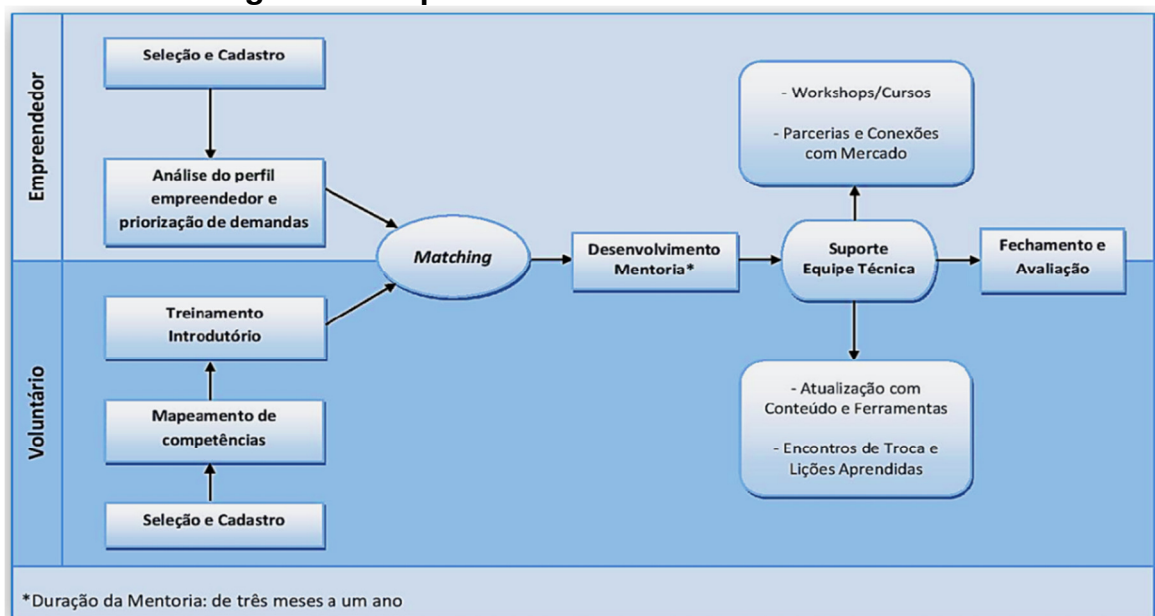
A Rede Cidadã apoia micro e pequenos empreendedores, em sua maioria no segmento informal, por meio de mentorias em gestão de negócios, troca de experiências, treinamentos e capacitações, suporte para a elaboração de planos de negócios e orientação para acesso ao crédito. Essas mentorias são executadas por voluntários sob a coordenação da equipe técnica da Rede Cidadã, que conta com estrutura metodológica e ferramentas especializadas para o apoio aos empreendedores e alavancagem dos empreendimentos (Rede Cidadã, 2016).

Segundo seus fundadores, a Rede Cidadã foi criada com o objetivo de maximizar os recursos de investimento social disponíveis, de modo a integrar ações e iniciativas sociais, utilizando-se das ferramentas de gestão empresarial, fortalecendo as políticas públicas e o interesse público. Em crescimento para todo o Brasil, a Rede Cidadã, atualmente, opera em projetos nos Estados de Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo, Rio de Janeiro, Pará, Maranhão, Bahia, Rio Grande do Sul, Ceará, Pernambuco e no Distrito Federal (Rede Cidadã, 2015).

3.2.1.3 Metodologia adotada pela Rede Cidadã

O processo de assessoria oferecido pela Rede Cidadã acontece por meio de mentoria. A mentoria é reconhecida como um dos melhores métodos para desenvolvimento do indivíduo em diversas dimensões da vida, inclusive o trabalho e a carreira. Em sua forma básica, trata-se de um relacionamento transformacional pelo qual uma pessoa (Mentor) influencia o desenvolvimento cognitivo, motivacional e profissional de outra (Mentorado). Dessa forma, apresentamos na FIGURA 3, abaixo, o modelo de mentoria proposto pela Rede Cidadã.

Figura 3 - Esquema de mentoria da Rede Cidadã



Fonte: Rede Cidadã (2014)

A Mentoria tem um foco de desenvolvimento de longo prazo, visando abrir a perspectiva do Mentorado e expandir seus horizontes. Ela é voltada para “o que fazer”. A atividade de Mentoria é, por isso, transformacional, pois ela envolve o indivíduo como um todo, determinando melhorias das competências técnicas e também mudanças de atitudes, visão e inspiração (Rede Cidadã, 2014).

O Programa de apoio aos Microempreendedores da Rede Cidadã adota a categoria de mentoria formal, a qual é dirigida por uma organização e intimamente ligada aos seus objetivos, estabelecendo a relação entre Mentor e Mentorado através do Matching (casamento) e pode envolver um contrato. Pode ser realizada com prazos específicos, geralmente, tem um pilar de formação e treinamento

relacionado com o Programa, possui metas estabelecidas que possam ser monitoradas e medidas pela organização (Rede Cidadã, 2014).

Como ferramenta de apoio ao Programa, a Instituição utiliza a Metodologia RGTR – Rede de Geração de Trabalho e Renda da Rede Cidadã – Eixo de empreendedorismo - atuando na Seleção de Empreendedores e prestação de mentorias voluntárias em três focos: mentoria em gestão, mentoria em acesso ao crédito e mentoria em conexão com o mercado. Tais ações visam apoiar e potencializar os empreendimentos, através de aconselhamentos e orientações, treinamentos e capacitações, suporte para a elaboração de planos de negócios e orientação para o acesso ao crédito. Outro ponto importante na metodologia utilizada está relacionado ao mapeamento das competências através de uma ferramenta chamada Iriskon, que permite a identificação do perfil profissional do empreendedor. As ações são realizadas por voluntários coordenados por equipe técnica da Rede Cidadã, que conta com estrutura metodológica e ferramentas especializadas para o apoio aos empreendedores e o desenvolvimento e alavancagem dos empreendimentos (Rede Cidadã, 2014).

Cabe ressaltar aqui alguns detalhes acerca dos casos selecionados para a presente pesquisa. Dos 40 empreendedores indicados pela Rede Cidadã para a coleta de dados, 38 eram do sexo feminino e apenas 02 do sexo masculino. Um deles migrou da informalidade para a formalidade e o outro continua com o negócio ativo, mas não conseguimos contato, não sendo possível, portanto, selecioná-los como objeto de estudo da presente pesquisa. Nesse sentido, esses dados denotam uma tendência que direciona o perfil dos empreendedores informais de baixa renda apoiados pela Rede Cidadã como sendo, majoritariamente, uma atividade feminina. Todavia, para confirmação dessa hipótese, faz-se necessária pesquisa empírica para este fim.

Foi possível notar, também, uma predominância da população de baixa renda, porém foram encontrados perfis que, em uma primeira análise, poderiam ser encaixados na população de classe média, ainda que incipiente, mas com situações e relatos que, pontualmente, os colocavam na situação de baixa renda. Nesse sentido, ao verificarmos essa situação, constatamos que apesar do foco do eixo do empreendedorismo da Rede Cidadã ser o apoio à população de baixa renda, não há restrições ao atendimento de empreendedores que sejam considerados como pertencentes à classe média.

3.3 Procedimentos utilizados na coleta de dados

No tocante à coleta de dados, foi utilizada a pesquisa de campo. De acordo com Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa de campo conduz à observação de fatos e fenômenos, permitindo que a coleta de dados seja realizada. Tal método permite a análise e a interpretação dos dados obtidos, a partir de uma fundamentação teórica consistente, com o intuito de se compreender e explicar o problema pesquisado.

Para Creswell (2014), a coleta de dados é uma série de atividades inter-relacionadas que objetivam a reunião de boas informações para responder às perguntas da pesquisa. Para Yin (2005), as evidências dos estudos de casos podem vir de várias fontes. O autor apresenta três princípios importantes para a coleta de dados: uso de múltiplas fontes de evidências, a criação de um banco de dados do estudo de caso e a manutenção do encadeamento de evidências. A presente pesquisa utilizou como fonte de evidências entrevistas em profundidade aplicadas pelo pesquisador junto aos empreendedores selecionados para participarem da pesquisa. Para tal, foi utilizada a entrevista focalizada individual. Tal fonte possibilitou que os dados fossem obtidos de duas formas: direcionada, por focar diretamente o tópico do estudo, e perceptiva, por fornecer inferências percebidas (Yin, 2007).

3.3.1 Entrevista em profundidade

A entrevista é uma ferramenta de coleta de dados para projetos cujo objeto é a avaliação de resultados. Podemos encarar a entrevista como uma série de passos em um procedimento (Creswell, 2014).

Para Gaskell (2002) a entrevista “individual ou em profundidade” tem como característica uma conversação que dura entre uma hora e uma hora e meia, podendo acontecer em mais de uma ocasião (YIN, 2005). Antes da entrevista o pesquisador terá preparado um tópico guia cobrindo os temas centrais e os problemas da pesquisa (Gaskell, 2002).

Foram realizadas entrevistas em profundidade (Apêndice A), que segundo Yin (2005), o pesquisador pode perguntar aos respondentes-chave sobre os fatos de um assunto, assim como suas opiniões sobre os eventos. Para o autor, o entrevistado deve ser considerado um informante e não apenas um respondente nesse processo.

As entrevistas foram aplicadas diretamente pela pesquisadora, para quatro entrevistadas e obedeceram as seguintes etapas: I) contato telefônico para verificação da disponibilidade das empreendedoras, explicação dos objetivos do contato e agendamento da entrevista presencial; II) no início da entrevista, realizou-se uma breve explanação sobre o tema e os objetivos da pesquisa; III) pedido, por parte da entrevistadora, para a gravação da entrevista; IV) realização da entrevista com anotações e preenchimento no roteiro impresso.

As fontes complementares utilizadas para a coleta de dados secundários se deram em livros, artigos de revistas, artigos eletrônicos, journals, sites, dissertações e teses, entre outros. Além disso, algumas informações referentes às histórias das empresas pesquisadas foram fornecidas pela Administração da Rede Cidadã.

3.4 Procedimentos para a análise e apresentação dos dados

A análise de dados em pesquisa qualitativa consiste da preparação e organização dos dados para análise, depois a redução dos dados em temas por meio de um processo de criação e condensação dos códigos e, finalmente, da representação dos dados em figuras, tabelas ou uma discussão (Creswell, 2014).

Para Júnior *et al.* (2010), a análise dos dados, ainda que não se dissocie das demais fases, tem como objetivo compreender o que foi coletado, confirmar ou não os pressupostos da pesquisa e ampliar a compreensão de contextos para além do que se pode verificar nas aparências do fenômeno.

Para um estudo de caso, a análise consiste em fazer uma descrição detalhada do caso e de seu contexto. Yin (2009) desenvolve uma síntese entre os casos como uma técnica analítica quando o pesquisador estuda dois ou mais casos.

Segundo Campos (2004), um método muito utilizado na análise de dados qualitativos é o de análise de conteúdo, compreendida como um conjunto de técnicas de pesquisa cujo objetivo é a busca do sentido ou dos sentidos de um documento. Apesar da origem da técnica nos remeter à análise cartesiana devido à objetividade proposta por seus precursores, Campos (2004) destaca que, atualmente, a técnica de análise de conteúdo refere-se ao estudo tanto dos conteúdos nas figuras de linguagem, reticências, entrelinhas, quanto dos manifestos. Para este autor:

O conteúdo de uma comunicação, não obstante a fala humana é tão rica e apresenta uma visão polissêmica e valiosa, que notadamente permite ao pesquisador qualitativo uma variedade de interpretações. Talvez o maior “nó” em relação à abordagem desses conteúdos está em como visualizá-lo no campo objetivo, a princípio mais palpável; e no campo simbólico, ou seja, naquilo que não está aparente na mensagem. Isto nos remete a uma breve discussão sobre os limites dos “conteúdos manifestos” e dos “conteúdos latentes” de uma mensagem. (Campos, 2004, p. 612)

Em relação aos conteúdos manifestos (explícitos), é dele que se deve partir (tal como se manifesta) e não falar “através dele”, num exercício de mera projeção subjetiva, da mesma maneira é importante que os resultados da análise de conteúdo devam refletir os objetivos da pesquisa e ter como apoio indícios manifestos no conteúdo das comunicações (Campos, 2004).

A análise de conteúdo não deve ser extremamente vinculada ao texto ou a técnica, num formalismo excessivo, que prejudique a criatividade e a capacidade intuitiva do pesquisador, por conseguinte, nem tão subjetiva, levando-se a impor as suas próprias ideias ou valores, no qual o texto passe a funcionar meramente como confirmador dessas. Outro ponto importante ainda dentro dos conteúdos, é que esses tendem a serem valorizados à medida que são interpretados, levando-se em consideração o contexto social e histórico sob o qual foram produzidos (Campos, 2004).

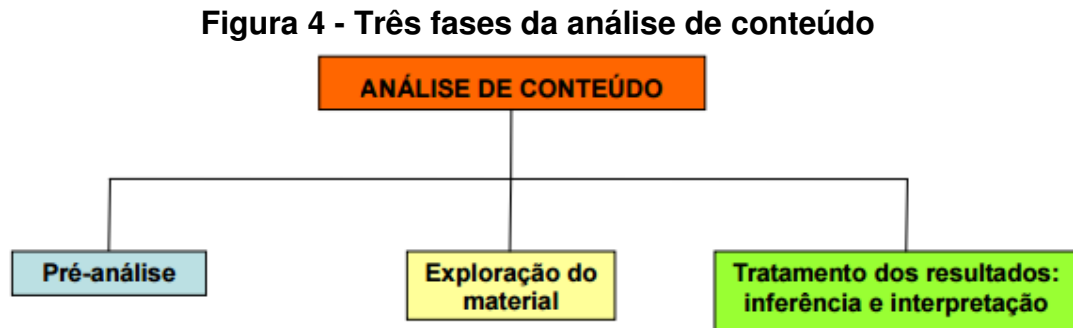
Cabe salientar que, por mais que muitos autores abordem a análise de conteúdo, até mesmo utilizando conceitos diferenciados e diferentes terminologias para as diversas etapas da técnica, para o estudo, tomamos como base a conceituação de Bardin (2006), bem como as etapas da técnica explicitadas pelo autor. Tal opção se deve ao fato de que o autor é o mais citado no Brasil em pesquisas que adotam a análise de conteúdo como técnica de análise de dados (Mozzato & Grzybovski, 2011).

Bardin (2006, p. 38) ressalta que a análise de conteúdo consiste em:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não) (Tradução de Mozzato & Grzybovski, 2011, p. 734).

Bardin (2011) *apud* Câmara (2013) indica que a utilização da análise de conteúdo prevê três fases fundamentais, conforme o esquema apresentado na

FIGURA 4: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados - a inferência e a interpretação.



Fonte: Câmara (2013), adaptado de Bardin (2011)

A primeira fase, a pré-análise, pode ser identificada como uma fase de organização. Nela se estabelece um esquema de trabalho que deve ser preciso, com procedimentos bem definidos, embora flexíveis (Câmara, 2013).

Na segunda fase, ou fase de exploração do material são escolhidas as unidades de codificação, adotando-se os seguintes procedimentos: a seleção de regras de contagem e a escolha de categorias (classificação e agregação); rubricas ou classes que reúnem um grupo de elementos (unidades de registro) em razão de características comuns; classificação (temas, no exemplo dado); agrupamento pelo sentido das palavras; expressivo - agrupar as perturbações da linguagem, tais como: perplexidade, hesitação, embaraço, outras formas da escrita, etc., e categorização (que permite reunir maior número de informações à custa de uma esquematização e assim correlacionar classes de acontecimentos para ordená-los) (Câmara, 2013).

Com a unidade de codificação escolhida, o próximo passo será a classificação em blocos que expressem determinadas categorias, que confirmam ou modificam aquelas presentes nas hipóteses e referenciais teóricos inicialmente propostos. Assim, num movimento contínuo da teoria para os dados e vice-versa, as categorias vão se tornando cada vez mais claras e apropriadas aos propósitos do estudo (Câmara, 2013).

A terceira fase do processo de análise do conteúdo é denominada tratamento dos resultados – a inferência e interpretação. Calcado nos resultados brutos, o pesquisador procurará torná-los significativos e válidos. Essa interpretação deverá ir além do conteúdo manifesto dos documentos, pois, interessa ao pesquisador o conteúdo latente, o sentido que se encontra por trás do imediatamente apreendido.

A inferência na análise de conteúdo se orienta por diversos polos de atenção, que são os de atração da comunicação (Câmara, 2013), passando à interpretação de conceitos e proposições. Os conceitos dão um sentido de referência geral e produzem imagem significativa. Salienta-se, portanto, o caráter social da análise de conteúdo, uma vez que é uma técnica com intuito de produzir inferências de um texto para seu contexto social de forma objetiva (Bauer; Gaskell, 2002).

Baseados em Bardin (1988) e em Minayo (1998), Júnior *et al.* (2010) sugerem uma organização didática dessas etapas para a análise de conteúdo (QUADRO 7), deixando claro que as intenções e ações não se apresentam de maneira estanque, linear, e, sim, como um roteiro didático para o tratamento dos dados, sendo importante que o pesquisador tenha ciência de que isso pode passar por entrelaçamentos e, por vezes, idas e vindas.

Quadro 7 - Roteiro didático para análise de conteúdo

Etapas	Intenções	Ações
1ª Etapa Pré-análise	- Retomada do objeto e objetivos da pesquisa; - Escolha inicial dos documentos; Construção inicial de indicadores para a análise: definição de unidades de registro – palavras-chave ou frases; e de unidade de contexto – delimitação do contexto (se necessário);	- Leitura flutuante: primeiro contato com os textos, captando o conteúdo genericamente, sem maiores preocupações técnicas; - Constituição do corpus: seguir normas de validade; 1 – Exaustividade: dar conta do roteiro 1 – Representatividade: dar conta do universo pretendido; 2 – Homogeneidade: coerência interna de temas, técnicas e interlocutores; 3 Pertinência: adequação ao objeto e objetivos do estudo;
2ª Etapa Exploração do Material	- Referenciação dos índices e a elaboração de indicadores – recortes do texto e categorização; - Preparação e exploração do material, alinhamento;	- Desmembramento do texto em unidades/categorias – inventário (isolamento dos elementos); - Reagrupamento por categorias para análise posterior – classificação (organização das mensagens a partir dos elementos repartidos);
3ª Etapa Tratamento dos dados e interpretação	- Interpretações dos dados brutos (falantes); - Estabelecimento de quadros de resultados, pondo em relevo as informações fornecidas pelas análises;	- Inferências em com abordagem variante/qualitativa, trabalhando com significações em lugar de inferências estatísticas;

Fonte: Júnior *et al.* (2010)

3.5 Estratégia de análise dos resultados

Yin (2010) sugere as seguintes etapas para a análise dos dados em pesquisas qualitativas: transcrever as entrevistas de forma imediata, fazer uma convergência de evidências e classificar os dados obtidos conforme os construtos do

modelo de análise de dados. A análise de conteúdo é um método muito utilizado nessa fase da pesquisa, pois auxilia na sistematização, interpretação e descrição do conteúdo dos dados.

Como os pesquisadores qualitativos não partem de hipóteses previamente estabelecidas, não se preocupam em obterem dados ou evidências que corroborem ou neguem tais suposições. Partem de questões ou focos de interesses amplos, que vão se tornando mais diretos e específicos no transcorrer da investigação. As abstrações são construídas a partir dos dados, num processo de baixo para cima (Câmara, 2013).

Quando um pesquisador de orientação qualitativa planeja desenvolver algum tipo de teoria sobre o que está estudando, constrói o quadro teórico aos poucos, à medida que coleta os dados e os examina (Godoy, 1995). O autor considera, ainda, que o desenvolvimento da perspectiva qualitativa gerou uma grande diversidade de métodos de trabalho, estilos de análise, apresentação de resultados e diferentes considerações quanto aos sujeitos, tendo, porém, como técnica mais usual, a análise de conteúdo. Na pesquisa qualitativa deve haver maior preocupação com o processo em detrimento dos resultados ou produto. Para Silva (2005), a aplicação da técnica de análise de conteúdo nas ciências sociais apresenta-se como uma ferramenta útil à interpretação das percepções dos atores sociais.

3.5.1 Elaboração das categorias de análise

3.5.1.1 Categorias iniciais

Durante a etapa da exploração do material, o investigador busca encontrar categorias que são expressões ou palavras significativas em função das quais o conteúdo de uma fala será organizado (Cavalcante *et al.* 2014). Tais expressões, denominadas categorias iniciais (Bardin, 2011), configuram-se como as primeiras impressões acerca da realidade estudada. A categorização, para Minayo (2007), consiste num processo de redução do texto às palavras e expressões significativas.

As categorias iniciais aqui apresentadas resultaram do processo de codificação das entrevistas transcritas, totalizando 75 (setenta e cinco) categorias. Cada categoria constitui-se dos trechos selecionados das falas dos entrevistados e, também, conta com o respaldo do referencial teórico, a partir dos estudos acerca da

temática da sobrevivência e da mortalidade das atividades produtivas formais. Destaca-se que não existem “regras” tanto para a nomeação das categorias, quanto para a determinação do número de categorias, cujo volume fica condicionado à quantidade do corpus de dados coletados anteriormente (Câmara, 2013). O QUADRO 8 apresenta, na sua íntegra, a relação das categorias iniciais extraídas das entrevistas realizadas.

Quadro 8 – Categorias Iniciais

(continua)

Categorias Iniciais	
1	Satisfação do cliente
2	Qualidade
3	Consumidores
4	Respeito recíproco
5	Qualidade x quantidade de clientes
6	Confiança
7	Credibilidade
8	Divulgação entre amigas
9	Redes sociais
10	Relações familiares
11	Relações profissionais
12	Grupos de amigos
13	Ajuda mútua
14	Dificuldade de crédito
15	Linhas de crédito
16	Empréstimos
17	Capital de giro
18	Retorno de investimento baixo
19	Complemento de renda
20	Rentabilidade
21	Lucratividade
22	Custo benefício
23	Comercialização
24	Vendas
25	Não promove descontos
26	Inadimplência
27	Ferramentas de Informática
28	Planilhas
29	Equipamentos de cozinha
30	Artesanato
31	Espaço de produção
32	Feiras Artesanais
33	Dedicação
34	Ambição
35	Compromisso
36	Motivação
37	Criatividade
38	Perseverança
39	Amadorismo
40	Aventura no negócio
41	Experiência
42	Fornecimento de mercadorias
43	Fidelidade
44	Entidades de apoio
45	Profissionais parceiros

(conclusão)

Categorias Iniciais	
46	Sócios
47	Organização
48	Cronograma de atividades
49	Controle no caderno
50	Plano de negócio
51	Questões burocráticas
52	Formalidade
53	Negócio feminino
54	O sexo e o negócio
55	A objetividade masculina
56	Logística
57	Hoje seria difícil abrir o negócio
58	Incentivos do governo
59	Mercado
60	Crise
61	Vendas
62	Tributos
63	Concorrência
64	Mercado
65	Autogestão
66	Conhecimentos gerenciais
67	Ensino precário
68	Ser previdente
69	Independência
70	Sobrevivência
71	Contabilidade
72	Problemas jurídicos
73	Ajuda de família e amigos
74	Gastos
75	Custos

Fonte: Elaborado pela autora

Com vistas a aglutinar a análise dos dados, o agrupamento das categorias iniciais resultou na emergência das categorias intermediárias, as quais são apresentadas na sessão seguinte.

3.5.1.2 Categorias intermediárias

As primeiras categorias foram criadas e nomeadas em conformidade com os dados que as constituíram, advindos das entrevistas realizadas, do referencial teórico utilizado na pesquisa e observações do entrevistador. Ressalta-se aqui, portanto, a subjetividade do pesquisador ao conceder a identificação das categorias. Nessa sequência, após a apresentação e discussão das categorias iniciais, surgiram 19 (dezenove) categorias intermediárias, cujo processo de formação será ilustrado no QUADRO 9, a seguir:

Quadro 9 - Categorias Intermediárias

(continua)

Categoria Inicial	Categorias Intermediárias	Referências teóricas
I		
Amadorismo Aventura no negócio Experiência	Experiência prévia	Vale <i>et al.</i> (1998); Dutra e Previdelli (2005); Pereira e Souza (2011); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Misunaga <i>et al.</i> (2012); Eckert <i>et al.</i> (2013); Dias <i>et al.</i> (2014)
II		
Autogestão Conhecimentos gerenciais Ensino precário	Escolaridade	Vale <i>et al.</i> (1998); Dutra e Previdelli (2005); Krom e Felipe (2005); Sales, Barros e Pereira (2008); Bonacim <i>et al.</i> (2009); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Borges e Oliveira (2014)
III		
Negócio feminino O sexo e o negócio A objetividade masculina	Gênero	Mrtvi <i>et al.</i> (2012)
IV		
Divulgação entre amigas Redes sociais Relações familiares Relações profissionais Grupos de amigos Ajuda mútua	Redes Papel de conhecidos, parentes e amigos	Grapeggia <i>et al.</i> (2010); Vale e Guimarães (2010)
V		
Categoria Inicial Dedicação Compromisso Motivação Ambição Criatividade Perseverança	Personalidade	Ferreira <i>et al.</i> (2012); Dutra e Previdelli (2005); Carter e Auken (2006); Cazarini <i>et al.</i> (2008); SEBRAE (2008); Pereira <i>et al.</i> (2009); Pereira e Souza (2011); Misunaga <i>et al.</i> (2012); Nietzsche e Oliveira (2014)
VI		
Categoria Inicial Espaço de produção Feiras Artesanais	Localização	Krom e Felipe (2005); Santini <i>et al.</i> (2015)
VII		
Categoria Inicial Cronograma de atividades Controle no caderno Plano de negócio	Planejamento	Dutra e Previdelli (2005); Bonacim <i>et al.</i> (2009); Cunha e Soares (2010); Guerra e Teixeira (2010); Story (2011); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Misunaga <i>et al.</i> (2012); Borges e Oliveira (2014); Nietzsche e Oliveira (2014)
VIII		
Categoria Inicial Contabilidade Problemas jurídicos Ajuda de família de amigos	Presença de auxiliares	Ferreira <i>et al.</i> (2012)

(continua)

Categoria Inicial	Categorias Intermediárias	Referências teóricas
	IX	
Satisfação do cliente	Clientela	Vale <i>et al.</i> (1998); Krom e Felipe (2005); Sales, Barros e Pereira (2008); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Eckert <i>et al.</i> (2013); Santini <i>et al.</i> (2015)
Qualidade		
Consumidores		
Respeito recíproco		
Qualidade x quantidade de clientes		
Confiança		
Credibilidade		
Categoria Inicial	X	
Ferramentas de Informática	Ferramentas	Pereira <i>et al.</i> (2009); Guerra e Teixeira (2010); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Eckert <i>et al.</i> (2013)
Planilhas		
Equipamentos de cozinha		
Artesanato		
Categoria Inicial	XI	
Dificuldade de crédito	Crédito	Vale <i>et al.</i> (1998); Dutra e Previdelli (2005); Carter e Auken (2006); Megliorini e Motta (2005); Sales, Barros e Pereira (2008); Bonacim <i>et al.</i> (2009); Pereira <i>et al.</i> (2009); Guerra e Teixeira (2010); Scheers (2011); Pereira e Souza (2011); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Eckert <i>et al.</i> (20013); Dias <i>et al.</i> (2014)
Linhas de crédito		
Empréstimos		
Capital de giro		
Categoria Inicial	XII	
Gastos	Despesas	Bates (2005); Pereira e Souza (2011); Borges e Oliveira (2014); Dias <i>et al.</i> (2014)
Custos		
Categoria Inicial	XIII	
Retorno de investimento baixo	Lucro	Sales, Barros e Pereira (2008); Guerra e Teixeira (2010); Pereira e Souza (2011); Dias <i>et al.</i> (2014); Santini <i>et al.</i> (2015)
Complemento de renda		
Rentabilidade		
Lucratividade		
Não promove descontos		
Comercialização		
Vendas		
Custo benefício		
Inadimplência		
Categoria Inicial	XIV	
Logística	Disponibilidade de produtos	Guerra e Teixeira (2010); Pereira e Souza (2011); Eckert <i>et al.</i> (2013); Dias <i>et al.</i> (2014)
Categoria Inicial	XV	
Hoje seria difícil abrir o negócio	Conjuntura econômica	Krom e Felipe (2005); Carter e Auken (2006); Sales, Barros e Pereira (2008); Bonacim <i>et al.</i> (2009); SEBRAE (2008); Cunha e Soares (2010); Ferreira <i>et al.</i> (2012); Eckert <i>et al.</i> (2013); Borges e Oliveira (2014); Dias <i>et al.</i> (2014); Santini <i>et al.</i> (2015)
Incentivos do governo		
Crise		
Vendas		
Tributos		

(conclusão)

Categoria Inicial	Categorias Intermediárias	Referências teóricas
	XVI	
Concorrência Mercado	Concorrência	Krom e Felipe (2005); Sales, Barros e Pereira (2008); Bonacim <i>et al.</i> (2009); Grapeggia <i>et al.</i> (2010); Pereira <i>et al.</i> (2009); Guerra e Teixeira (2010); Eckert <i>et al.</i> (20013); Dias <i>et al.</i> (2014); Santini <i>et al.</i> (2015)
Categoria Inicial	XVII	
Entidades de apoio Profissionais parceiros Sócios	Parcerias	Vale <i>et al.</i> (1998); Dutra e Previdelli (2005); Sales, Barros e Pereira (2008); Ferreira <i>et al.</i> (2012)
Categoria Inicial	XVIII	
Fornecimento de mercadorias Fidelidade	Fornecedores	Ferreira <i>et al.</i> (2012)
Categoria Inicial	XIX	
Questões burocráticas Formalidade	Burocracia	Valarelli e Vale (1997); Gomes <i>et al.</i> (2005); Pochmann (2008); SEBRAE (2007); Leone (2010); Ferreira <i>et al.</i> (2012)

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.1.3 Categorias finais

Finalmente, o pesquisador realiza a classificação e a agregação dos dados, escolhendo as categorias teóricas ou empíricas, responsáveis pela especificação do tema (Bardin, 1977). A partir daí, o analista propõe inferências e realiza interpretações, inter-relacionando-as com o quadro teórico desenhado inicialmente ou abre outras pistas em torno de novas dimensões teóricas e interpretativas, sugerida pela leitura do material (Minayo, 2007).

As categoriais iniciais e intermediárias apresentadas anteriormente amparam a construção categorias finais. A categorização final foi constituída por três grandes grupos denominados: “Indivíduo”, “Atividades produtivas informais” e “Ambiente socioeconômico” as quais são exploradas nesta seção. Tais categorias foram construídas com intuito de respaldar as interpretações e inferir os resultados. Os QUADROS 10, 11 e 12 apresentam, respectivamente, o detalhamento das categorias.

Quadro 10 – Categoria Final I

Categorias Intermediárias		Categoria Final I	Referência teórica
1	Experiência prévia	Indivíduo	Ferreira <i>et al.</i> (2012) Albuquerque e Filho (2011)
2	Escolaridade		
3	Gênero		
4	Redes		
5	Personalidade		

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 11 - Categoria Final II

Categorias Intermediárias		Categoria Final II	Referência teórica
6	Localização	Atividade Produtiva Informal	Ferreira <i>et al.</i> (2012) Albuquerque e Filho (2011)
7	Planejamento		
8	Presença de auxiliares		
9	Clientela		
10	Ferramentas		
11	Crédito		
12	Despesas		
13	Lucro		
14	Estoques		

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 12 – Categoria Final III

Categorias Intermediárias		Conceito Norteador	Referência teórica
15	Conjuntura Econômica	Ambiente Socioeconômico	Ferreira <i>et al.</i> (2012) Albuquerque e Filho (2011)
16	Papel de conhecidos		
17	Concorrência		
18	Parcerias		
19	Fornecedores		
20	Burocracia		

Fonte: Elaborado pela autora

Conforme já abordado anteriormente, Ferreira *et al.* (2012) propõem um conjunto formado por três grandes categorias para classificação dos fatores de sobrevivência e de mortalidade de empresas, sendo eles: I) inerentes ao empreendedor; II) relativas ao negócio e III) relacionadas ao ambiente externo da empresa. Nesse contexto, a partir das categorias intermediárias extraídas das categorias iniciais advindas das entrevistas, foi realizada a comparação com a dinâmica do segmento informal. Ressalta-se aqui, que as atividades produtivas informais possuem características típicas que podem influenciar na sua gestão, de modo que o reconhecimento dos fatores que podem levar à sua sobrevivência ou à sua mortalidade irá depender das suas especificidades.

Nessa conjuntura, como resultado da análise, apresentamos um conjunto de fatores passíveis de serem analisados no segmento de interesse estudado. Constata-se, conforme proposto, que as categorias passam a ser focadas no

indivíduo, na sua atividade produtiva informal e no ambiente socioeconômico onde se insere.

Por conseguinte, verifica-se que os motivos diferem um pouco daqueles sugeridos no capítulo 2, em que sugerimos uma proposta de um modelo para análise das causas de sobrevivência e de mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda. No caso do indivíduo, os motivos incluiriam, basicamente, experiência prévia; escolaridade básica; impacto do fator gênero; redes de apoio e personalidade. No caso da atividade produtiva (Negócio) os motivos incluiriam localização, planejamento, presença de auxiliares, clientela, ferramentas de apoio, crédito; despesa, lucro e estoques. No caso do ambiente socioeconômico, seriam o papel de conhecidos, amigos e parentes, concorrência, fornecedores, parcerias, conjuntura econômica, burocracia.

3.5.1.4 Síntese das categorias

O QUADRO 13, abaixo, apresenta uma síntese das categorias elencadas nas sessões anteriores, com a intenção de evidenciar, de forma resumida, a construção dessas categorias de análise que emergiram da coleta de dados. Os dados coletados foram agrupados em categorias para proporcionar a realização da análise de conteúdo.

Quadro 13 – Síntese das categorias de análise

Construto	Dimensões	Categorias	Questões relacionadas ao roteiro de entrevistas
Fatores de Sobrevivência ou de mortalidade das Atividades Produtivas Informais	Indivíduo	- Experiência prévia - Escolaridade - Gênero - Redes - Personalidade	01 a 11
	Atividades Produtivas Informais	- Localização - Planejamento - Presença de auxiliares - Clientela - Ferramentas - Crédito - Despesas - Lucro - Disponibilidade de produtos	12 a 25
	Ambiente Socioeconômico	- Conjuntura Econômica - Papel de conhecidos - Concorrência - Parcerias - Fornecedores - Burocracia	26 a 31

Fonte: Elaborado pela autora

Passamos agora à apresentação dos casos pesquisados e posterior análise dos resultados.

4 DESCRIÇÃO DOS CASOS

Neste capítulo será realizada a apresentação dos dados e informações coletadas, organizadas de forma sistemática e padronizada para todos os casos. A seção dará início abordando as características dos indivíduos, em seguida, serão apresentadas características inerentes às atividades produtivas informais e, por fim, encerrará com as características dos ambientes sociais nos quais os indivíduos e suas atividades se inserem.

Ressalta-se que a pesquisa permitiu-nos examinar as diferentes percepções dos entrevistados em relação ao tema proposto no contexto das suas respectivas realidades, bem como proporcionou ao pesquisador uma avaliação subjetiva dos contextos vividos pelos entrevistados.

4.1. Caso 1: Pão da Vida (Ativa)

4.1.1 Características do indivíduo

Com 56 anos de idade e apenas a 4ª série do Ensino Fundamental, a indivíduo “A” é divorciada e mora com sua filha de 37 anos em um bairro da periferia de Belo Horizonte/MG. Segundo “A”, a filha é “sua companheira de caminhada” e a sua única ajudante na produção e comercialização dos produtos do Pão da Vida. Apesar dessa parceria, “A” não considera sua filha uma sócia em sua atividade produtiva, cuja renda é a única para o sustento de ambas. Atualmente “A” está fazendo o “EJA (Educação para Jovens e Adultos)” na tentativa de concluir o Ensino Fundamental, pois, em sua opinião, a busca de conhecimentos é essencial para a continuidade e o sucesso da sua atividade produtiva.

Em 2007 ela conheceu o Programa de Economia Solidária de Belo Horizonte e, por meio dele, obteve apoio da Rede Cidadã e de outras entidades, vindo a abrir seu negócio em 2010, cuja sobrevivência perdura até os dias atuais.

Com origem em família humilde, “A” foi acostumada a trabalhar nos serviços domésticos desde sua infância (com 8 anos de idade), momento em que relata ter aprendido a cozinhar apenas observando sua mãe nos afazeres da cozinha. Além

disso, teve a oportunidade de trabalhar em casas de família, com carteira assinada e aprendeu muito com suas patroas ajudando nas atividades da cozinha. Ela afirma ter, além de muita curiosidade, muita força de vontade para aprender. No entanto, ela considera que possui “um pé na cozinha e outro no artesanato”.

Conforme descrito, a formação escolar de “A” é precária. Entretanto, foi possível perceber durante a entrevista, sua força de vontade e capacidade de aprendizado, como por exemplo, quando relata que está fazendo o “EJA” para buscar mais conhecimentos, sua disposição em realizar o curso de Informática e a participação em diversas palestras, cursos e capacitações. Outro ponto que merece destaque é a importância que “A” atribui aos seus laços. Para ela, são fundamentais para o sucesso até então conquistado e primordial para a continuidade e crescimento da sua atividade produtiva, tanto os laços fracos, quanto os laços fortes:

[...] tive mais apoio das amigas, que me ajudou na questão das vendas, na divulgação do negócio. O apoio seria também com conversas, conselhos. Eu também aprendi a cozinhar com minhas patroas, com muita curiosidade e força de vontade. (Granovetter, 1973).

Além disso, ela informou que apesar dos rendimentos do “Pão da Vida” ser a única fonte de renda da família, ela não pode reclamar, pois tem sido suficiente para sua sobrevivência e de sua filha. Ademais, ela cita como lições aprendidas em sua trajetória como empreendedora: [...] posso dizer que tirei lição de sobrevivência e melhor qualidade de vida dessa minha experiência.

4.1.2 Características da atividade produtiva

O empreendimento “Pão da Vida” é um dos projetos apoiados pela Rede de Economia Solidária de Belo Horizonte. A referida Rede presta apoio a diversos empreendimentos, todos informais, com variados tipos de recursos advindos de Institutos, Organizações não Governamentais, governos municipal e estadual. Tais recursos variam entre ajuda com espaço físico para o funcionamento da “sede” das atividades, cedido pela Prefeitura de Belo Horizonte, realização de eventos em parceria com outras instituições, onde os produtos são comercializados, ajuda financeira com apoio de alguns patrocinadores, dentre outros. A referida Rede possui “sub redes” constituídas pelos grupos da Alimentação, Artesanato, Rouparia, dentre outros.

Os produtos fabricados em seu empreendimento são do ramo alimentício, sendo eles: pães, roscas, biscoitos, salgados, almoço, etc. No entanto, é importante ressaltar que “A” não conhecia e nem vislumbrava o mercado de alimentos, o que foi possível constatar na seguinte afirmação: “Eu não conhecia este mercado. Eu vim para a Rede buscar capacitação, a ideia surgiu em reuniões aqui dentro, pois eu tinha mais afinidade com o artesanato.” (“A”).

Como não possui um endereço fixo para a comercialização dos produtos, “A” realiza a produção em sua residência e comercializa em feiras e eventos organizados por diversas instituições parceiras da Rede de Economia Solidária de Belo Horizonte, como Instituto Paulinus, Instituto Promovendo, SEDESE, Instituto Karitas, Instituto Maristas, dentre outros.

Como pontos fortes do empreendimento, “A” ressaltava a presença das parcerias, especialmente da Rede Mineira de Economia Solidária e da Rede Cidadã e a qualidade de seus produtos. Como pontos de fragilidade, ela destaca a dificuldade de acesso ao crédito, cuja principal função seria viabilizar a possibilidade de comprar mais insumos e, conseqüentemente, aumentar a disponibilidade de produtos para comercialização. Além disso, de acordo com “A”, o lucro ainda não é satisfatório, uma vez que ela ainda não consegue produzir o tanto que gostaria, apesar de não reclamar da clientela e da renda até então conquistadas. Ela esclarece que é um sonho poder crescer e contratar no mínimo 10 funcionários.

De acordo com “A” existem boas perspectivas para o crescimento e consolidação da sua atividade produtiva para o próximo ano. Além da expectativa de abertura de um espaço fixo para a produção e comercialização, alugado pelo Instituto Paulinus, o grupo está à procura de parcerias com o comércio atacadista, como por exemplo, a “Wilma Alimentos” para o fornecimento de insumos em maior escala visando a redução do preço e conseqüente aumento dos lucros.

Para finalizar, foi perguntado o que ela acha que falta para a consolidação do sucesso e se ela mudaria algum ponto dessa história. Ela pondera: “[...] deveríamos ter mais espaço para comercialização e produção. Mais condições. Não queremos dinheiro fácil. Estamos buscando criar um selo de economia solidária, mas ainda não saiu.” (“A”).

4.1.3 Características do ambiente socioeconômico

O ambiente socioeconômico no qual “A” está inserida apresenta algumas particularidades já evidenciadas. Por se tratar de uma unidade produtiva muito pequena, composta apenas pela proprietária e uma ajudante, ambas com baixa escolaridade, a produção, a comercialização e, conseqüentemente, os lucros não são suficientes para alavancar o negócio. Problemas como falta de recursos financeiros afetam diretamente o potencial de crescimento e as perspectivas futuras. Além disso, o mercado e o número limitado de clientes também são restritos. Pelo exposto, percebe-se a fragilidade e a vulnerabilidade dessa atividade, além das evidentes dificuldades e barreiras para seu crescimento.

Mesmo com o apoio da Rede de Economia Solidária propiciando a ela um endereço fixo para as questões burocráticas da sua atividade produtiva, situado na Avenida dos Andradas, 367, no Centro de Belo Horizonte, “A” optou pela informalidade do negócio. Segundo ela: “[...] Não deixaria tudo isso por um trabalho formal. Isso porque amo o que eu faço, não deixaria isso para ir para o capitalismo. Eu gosto de fazer o meu horário.” (“A”).

Contudo, apesar das vantagens da informalidade citadas por “A”, como por exemplo, a ausência de “patrão”, a flexibilidade de horário, a ausência da pressão existente no “capitalismo”, trabalhar para “ela mesma”, ter “autogestão”, dentre outras questões, ela relata que irá, em breve, “fazer inscrição no MEI”, pois “gostaria de ver o negócio crescer”.

Durante a entrevista pode-se constatar a disposição e vontade de prosperar que a empreendedora possui. Porém, ela reconhece como a conjuntura econômica pode interferir nesse processo. Ela ressalta que quando começou sua atividade, “as coisas estavam mais tranquilas”, “tínhamos mais acesso ao crédito”. No entanto, se fosse para iniciar sua atividade nesse momento socioeconômico em que o país se encontra, “seria muito difícil”. Ela explica:

[...] por causa de tudo isso que a gente tá passando. Não só a concorrência, porque hoje as feiras também não estão tão grandes assim [...]. E na época que eu entrei o dinheiro estava mais tranquilo de você trabalhar e ganhar e comprar e adquirir as coisas. Hoje tá mais apertado, o dinheiro tá sumido, [...] então, pra mim, eu não conseguiria começar agora. (“A”).

4.2 Caso 2: Feng Shui Decorações (Ativa)

4.2.1 Características do indivíduo

Com 47 anos de idade e com ensino médio técnico em decoração, concluído em 1997, atualmente “B” é divorciada e possui dois filhos, com idades de 29 e 31 anos. O interesse pela decoração é antigo, mas a atividade não começou como sua fonte de renda. Quando era casada, a decoração era tida como uma satisfação pessoal e era utilizada apenas em sua casa. Ela relata que, na ocasião da escolha do Curso Técnico, por ter uma tendência a decorar a própria casa, decidiu fazer um curso de decoração que, após seu divórcio, passaria a ser sua fonte de renda. No entanto, era apenas o início do negócio que ela ainda não encarava como tal.

Após isso, ela ficou cada vez mais interessada pelo assunto, e por intuição começou a ter curiosidade, começou a conhecer sobre as cores:

Quando eu pegava, por exemplo, no braço da pessoa eu começava a ver jatos de luz. Aí vinha azul, amarelo, e aí eu queria entender o que significava aquelas cores. Então eu comecei a buscar conhecimento através da experiência vivenciando. Eu já vim com o dom. (“B”).

Logo que se formou, ela percebeu que existia uma tendência “muito mais para lidar com o humano do que com o ambiental”, então começou a se questionar se sua aptidão seria mesmo para a decoração. Quando se formou, ela assistiu a uma palestra sobre Feng Shui e decidiu que era nessa linha que gostaria de trabalhar. Segundo ela, o Feng Shui trata-se da decoração explicada a nível sensorial, personalizada, daí o porquê do uso das cores. Assim, o objetivo do uso das cores passou a ser outro: “Ele não é estético. Ele é para trabalhar a energia pessoal. E aí que eu comecei a fazer cursos e estes cursos, até hoje não são formais também. Mas era a paixão da minha vida né? Então, tudo foi encaixando.” (“B”).

Após sua separação, “B” relata que ficou estudando, “fazendo bico”. Ao lado disso, passou por inúmeras dificuldades, incluindo depressão, necessidades financeiras, que culminou na necessidade de ir morar com sua mãe, cujo relacionamento não era muito “saudável”.

Cansada de passar dificuldades, ela decidiu investir em seu “dom” e criou, em 2007, sua atividade produtiva de Feng Shui. Sem experiência prévia da atividade, “B” trabalhou, anteriormente, como vendedora em uma loja de roupas, com carteira

assinada e atribui parte do sucesso da sua atividade à experiência adquirida ao lidar com o público em geral na referida loja. Para ela, além da experiência, o estudo foi primordial para o crescimento e manutenção da atividade, mas só voltaria a estudar se tivesse oportunidade de dar aulas sobre o assunto.

Embora a empreendedora não entenda que o fator “gênero” interfira no sucesso da sua atividade, ela afirma que os homens podem prosperar mais do que as mulheres na área, uma vez que são mais determinados e correm atrás de metas com maior facilidade. Entretanto, ela se considera uma mulher determinada e com garra para buscar seus objetivos.

4.2.2 Características da atividade produtiva

O empreendimento “Feng Shui” é um negócio que trabalha a energia por meio de cores nos ambientes diversos. A indivíduo “B” é a proprietária desse negócio conduzido de maneira informal e presta serviços como consultorias, projetos, cursos e palestras nos diversos empreendimentos e residências de seus clientes. Utiliza variados tipos de recursos inerentes à técnica, como flores, espelhos, chás, essências, etc.

Até o momento que se formou, “B” não enxergava sua atividade como um negócio propriamente dito. A criação do empreendimento se deu, efetivamente, em 2007, dez anos depois de formada. Até então, ela levava a atividade de maneira irregular, pois a vida pessoal estava desorganizada:

Minha vida tava uma confusão, brigando com ex-marido, mudando igual uma condenada, pra cá e pra lá, e menino junto, e então tinha uma parte de dinheiro que era do aluguel da minha casa, a outra parte de dinheiro de marido, aí um pouquinho que entrava quando eu fazia algum tipo de trabalho, então assim, por mais que eu tentava colocar o trabalho numa direção assim mais de prioridade, ele sempre era meio que terceirizado. (“B”).

Após o divórcio, os filhos foram morar com o pai, ela perdeu grande parte da renda que era de aluguel, não pôde manter as despesas, e “B” de repente se encontrou “sem teto, sem nada, sem rumo”. A partir daí ela ficou estudando, pegando bico, dando cursinhos separados, palestras. Ela relata que às vezes em um salão com 200 pessoas, havia duas pessoas para ouvir falar de Feng Shui, e ela dava a palestra assim mesmo.

Foi nesta ocasião que surgiu uma oportunidade de trabalhar de maneira formal. De acordo com “B”, de certa forma uma empresa a obrigou a ser um negócio formal, devido à necessidade de possuir CNPJ, contador, nota fiscal, etc. Nessa época, a empreendedora tentou a sociedade com uma amiga. A amiga fazia os desenhos de decoração, pois decoração mesmo nunca foi o seu forte, em termos de desenho, parte técnica. Posteriormente, ela começou a fazer palestras e cursos, momento em que descobriu que não se tratava mais de um trabalho que se resumia em um desenho técnico. Ela afirma que “Já era mais aquela coisa de tá ali conversando, de tá compreendendo o que a pessoa precisava, o que o ambiente precisava.” Nesse cenário, a amiga “sócia” começou a se sentir inútil, pois a parte que ela realizava era técnica e às vezes tinha projeto que não havia essa necessidade. Nesse momento ela percebeu que o trabalho deveria ser realizado sozinho, sem ajuda de outras pessoas.

Ao ser questionada sobre os motivos da não continuidade da formalidade, “B” revela que teve uma depressão seríssima, pedindo para sair depois de dois anos de trabalho. Na ocasião, ela relata que ficou “meio perdida na vida” indo morar em um apartamento pequeno, perto da casa da irmã, onde abriu uma sala só de massagem, também informal. Durante esse período, uma cliente de massagem descobriu que ela possuía conhecimento em Feng Shui e pediu para ela fazer um trabalho em sua casa e em sua empresa, obtendo sucesso na empreitada. Foi o momento em que “B” percebeu que precisava fazer disso um negócio, para aumentar a renda, ter isso como prioridade e adquirir sua independência.

Eu passava perrengue, nossa eu tava cansada de passar perrengue. Sabe, de contar tudo, de passar necessidade. Então foi aí que eu senti a necessidade. Aí eu fui pra casa da minha mãe, e aí na hora que eu cheguei na casa da minha mãe, minha filha, que foi meu desespero, porque eu não suportava viver perto dela. (“B”).

Segundo “B”, ela descobriu que se não desse um jeito desse negócio dar dinheiro, além de também ocupar sua mente, ela não sabia o que iria fazer mais da vida dela.

[,,,] preguei no computador, e tudo, e a única coisa que eu pensava era em Feng Shui... Feng Shui... Feng Shui... e pensava agora eu sou uma empresa... eu sou uma empresa, eu sou, sou séria como uma empresa e aí pensava em tudo, documentos, contratos, papel timbrado, tudo, eu só não fiquei formal em termos assim de CNPJ e nota fiscal, mas o resto meu era

formalíssimo, eu falo assim, a forma de atendimento, e assim, desenvolvi uma clientela que até hoje eles têm uma confiança, eu posso dizer assim, que é quase uma confiança cega em mim, o que eu falar que é para fazer, como fazer. (“B”).

Esse impulso inicial foi mais ou menos em 2009. Para ela, o auge depende do olhar, que poderia ter sido quando trabalhou de maneira formal em uma boa empresa. Mas o auge do profissionalismo, que sentiu ao nascer para este trabalho, foi em 2009, momento em que o ofício deixou de ser a última alternativa. Para “B” ter sucesso no negócio significa:

Compromisso, fazer o horário que o cliente pede, dedicação, a consciência de que o meu trabalho não é só um meio para ganhar dinheiro. Ele é uma ponte, pra eu dar do melhor que eu tenho, de inteligência, de intuição, de tudo, de atenção, de cuidado, respeito recíproco, por que também nunca aceitei cliente desrespeitar. Procuro dar um preço justo, em questão de espécie, sabendo que eu sempre daria o meu melhor, o melhor mesmo, então assim, era aquele valor. (“B”).

A partir daí, “B” montou seu escritório, teve uma secretária, chegou a ter estagiários trabalhando voluntariamente com ela, só para compreender um pouco mais sobre seu trabalho. Em seguida, “B” começou a dar ênfase no seu blog e o negócio foi crescendo. Ela escreveu várias matérias e realizou palestras para o Hospital do Câncer, tanto para os acompanhantes como para os enfermos.

Embora realize o planejamento e as questões burocráticas inerentes à sua atividade em casa, todos os atendimentos são realizados nas residências, empresas ou outros locais indicados pelos seus clientes. Ela ressalta que a essência do seu trabalho é exatamente o contato direto com o ambiente natural do cliente. Para exercer a atividade, “B” não depende de nada além do seu próprio conhecimento e de alguns materiais fornecidos por lojas especializadas (aromas, flores, vidros, espelhos).

Quanto à clientela, “B” se diz satisfeita, porém, devido a problemas pessoais (irmã enferma) o número de clientes reduziu consideravelmente, devido à sua falta de tempo. Ela relata que sua clientela varia desde a população de baixa renda até a de renda média, cuja rede de relacionamento pessoal e as redes sociais possuem influência direta nessa variedade de clientes. Ela explica que o *Facebook* e seu *blog* são os maiores responsáveis pela divulgação do seu trabalho.

4.2.3 Características do ambiente socioeconômico

Partindo para uma análise do ambiente socioeconômico onde “B” está inserida e os possíveis impactos em seu negócio, foi perguntado para “B” qual a situação atual da atividade, pois, em diversos momentos da entrevista, utilizou verbos no passado, o que chamou a atenção. Ela então explica que infelizmente, sua irmã adoeceu em 2013, o que a obrigou a assumir seu acompanhamento em consultas médicas, quimioterapia, etc. Além disso, sua mãe adoeceu também, aí seu trabalho ficou para quarto plano.

Então quando eu te falei que era, não é mais, é porque eu não tinha tempo nem de montar mais propostas detalhadas. Pelo telefone mesmo eu falava, olha, isso fica em tantos reais. Eu vou e tal, eu vou levar 03 horas, tantas horas e tal. Eu tinha serenidade, passei a não ter, porque eu tinha no máximo sete dias para entregar um projeto, aí eu comecei a pedir 15, 20, 30 dias. Eu não sabia quando que eu ia poder sentar e fazer o projeto, porque tinha que ser nas vagas que eu dessa conta, porque eu tava tão esgotada que eu não conseguia. (“B”).

No entanto, mesmo sem toda organização de antes, a atividade continuou. Os clientes eram fiéis, os novos clientes ficavam satisfeitos. Na opinião de “B”, como as indicações dos clientes parecem estar todos numa rede, de confiança muito grande, ela acredita que eles dispensam muita formalidade, pelo menos não relatam isso para ela. Apesar da situação da irmã, “B” relata que não abriria mão da informalidade e das condições atuais em que está conduzindo seu negócio. Ela pondera:

Porque eu tenho medo da ambição. Hoje por exemplo eu pego toda sexta feira e passo ela inteira com minha neta. Se eu decido realmente virar uma empresa, ter um plano desse pra mim, que luxo que eu vou ter? Vou ter esse luxo de ficar escolhendo o dia que vou ficar com minha neta? Então eu tenho esta facilidade, porque eu fiquei com a minha irmã, porque todo mundo já sabe. Na empresa não é assim. Se eu falar isso com o cliente ele vai falar assim: minha filha, então deixa de trabalhar uai. O que cê tá fazendo? Cê decide, ou cê cuida da sua irmã ou você trabalha, entendeu? E seu eu tô mostrando que sou uma empresa, é isso que eu quero, eu quero um produto, não tô querendo saber da sua vida não. Entendeu? (“B”).

Para “B” a situação atual do país não interfere em seu negócio, tanto de forma positiva, quanto de forma negativa. Ela explica que, por se tratar, de um negócio diferenciado, difícil de encontrar no mercado, ela acredita que a crise não tem causado impactos significativos. Em sua opinião, a redução momentânea de clientes

se dá pelos problemas pessoais que ela está vivendo, reduzindo sua disponibilidade de tempo e conseqüentemente a redução da clientela.

Ainda considerando sua atividade como “diferenciada”, ela não acredita que a concorrência seja motivo de preocupação. Para “B”, a concorrência deve ser enxergada como aliada. Para ela, é a concorrência que a ensina a ser melhor, a buscar aperfeiçoamento e a enxergar seus defeitos. Nesse momento, ela ressalta que a opinião dos clientes também a ajuda nesse monitoramento.

Com relação a parcerias e ajudas externas para sua atividade, ela cita a Rede Cidadã e a ABD (Associação Brasileira de Decoração) como importantes aliadas nessa caminhada. No entanto, a entrevistada nunca contou com profissionais especializados como: contadores, advogados, etc. Para ela, tais serviços são dispensáveis, considerando a sua informalidade.

Por fim, ao ser consultada sobre a lição retirada de toda sua experiência, “B” afirma que é muito importante as pessoas centrarem na sobrevivência desde cedo, na sua independência. Estudar, trabalhar, já ter em mente um objetivo. Segundo ela, namorou muito cedo, casou muito cedo, e “ficou na mão de marido, meio perdida.” Sobre esse assunto ela pondera:

O que estou querendo dizer é que o maior aprendizado meu é que é preciso a gente ser previdente. Num sei se aí caberia estudar, trabalhar, mas num todo da vida a gente precisa ser previdente, e, contudo, também, o meu maior aprendizado, é que quando a gente não busca, de dentro da gente a força que a gente tem, e fica achando que a solução tá é lá fora, isso é uma grande lição né? E eu acho que o outro aprendizado é tão importante quanto esse, é que se a gente não se preserva emocionalmente. Porque por exemplo, quando o meu entendimento passou a ser assim: eu ia atender o cliente, na hora que ele quisesse... então se desse na hora do almoço, eu passava até sem almoçar, então eu falava, nossa eu preciso atender, porque eles querem... então o medo de perder o cliente, o medo de perder o dinheiro, o medo de não tê-lo amanhã, então isso me deixava sem almoçar, me deixava com a glicose toda atrapalhada, sem dormir, aí eu não me conhecia o suficiente para saber que o cansaço me abala muito mais do que as outras pessoas. Eu não dou conta do cansaço, a depressão, apesar de todo o histórico da minha vida, foi muito em função do tanto que eu abusei do meu limite em prol dos outros e em prol do meu medo também. Me ensinou muito isso, pois eu tenho obrigação de preservar minha energia. Hoje eu falo assim, não, calma aí, eu já almocei, como será? Planejamento entende? Eu aprendi que na vida, é claro que ela não pode ser o tempo todo planejada, mas é preciso ter planejamento, até pra isso. Não, como que é, eu vou levantar, como está minha energia, vai dar pra fazer isso, ou aquilo. Aí eu chego lá, vou dar um bom atendimento? (“B”).

4.3 Caso 3: Chinelos Decorados (Extinta)

4.3.1 Características do indivíduo

Com 47 anos de idade e ensino médio completo, “C” é viúva e mora com seus cinco filhos, com idades de 20, 18, 16, 15 e 13 anos. Após se casar e ter filhos, ficou difícil para sair de sua casa, localizada no Bairro Veneza em Venda Nova, e ir trabalhar em Belo Horizonte, deixando as crianças sozinhas. Ela lembra que tinha pouco tempo que morava em seu bairro e não conhecia ninguém. Sendo assim, não teve coragem de deixar os filhos sozinhos ou com os vizinhos. Além disso, o bairro não possuía creche comunitária e ela não tinha condições de pagar escola particular para as crianças.

Seu trabalho anterior em uma Farmácia no Centro de Belo Horizonte, segundo “C”, contribuiu para o período em que sua atividade produtiva prosperava, pois ela adquiriu segurança e experiência para lidar com o público, além de conhecer procedimentos que a auxiliaram no momento das suas vendas.

Ela valoriza os estudos e afirma que se a continuidade em estudar fosse necessária para garantir o sucesso da atividade, ela certamente faria todos os esforços para continuar estudando. No entanto, a continuidade da atividade, segundo seus relatos, não dependeu somente dela.

Para “C”, a sua atividade é de atuação feminina, em que não se encontra com facilidade a presença de homens no mercado. Além disso, a concorrência para ela é insignificante, uma vez que a sua barraca era a única existente na feira onde comercializava seus produtos.

“C” destacou a importância das redes em sua atividade. Segundo ela, a maior parte das suas vendas fora da feira que acontecia todos os sábados, de 08 às 12h, dava-se dentro da sua rede de conhecidos e das redes dos conhecidos dos seus familiares.

4.3.2 Características da atividade produtiva

A pequena atividade produtiva “Chinelos Decorados” foi um dos projetos apoiados pela Prefeitura de Venda Nova, no bairro Veneza, onde a “C” esteve inserida por aproximadamente dois anos.

Ela relata que inicialmente, em 2009, ela achava a atividade interessante, mas não era um trabalho na verdade. Veio a ser um trabalho em 2010, depois que meu esposo faleceu, momento em que surgiram algumas dificuldades financeiras. Apesar de possuir pensão, a família é grande e o empreendimento passou a ser um complemento de renda.

Seu primeiro contato com o ramo de atividade foi por meio de cursos realizados em seu bairro. Ela informou que o CRAS do seu bairro sempre oferece oficinas de artesanato. Ela levava os filhos para fazer cursinho, jogar bola, crochê, pintura. Lá encontrou uma moça que bordava e então se interessou e aprendeu o ofício. Primeiro ela aprendeu a fazer o bordado de pedraria, achou interessante, depois viu os chinelos e pensou que teria que aprender isso também, mas não era nem para negócio, mas porque achava bonito. Depois, diante da necessidade, viu nesse ramo uma oportunidade de negócio.

A produção era realizada em sua residência e contava com a parceria de uma amiga. Segundo “C” elas chegavam a vender, em média, 100 pares de chinelos por mês. A comercialização dos produtos era feita em uma feira, cujo espaço e as barracas eram cedidos pela Prefeitura de Venda Nova, com funcionamento todo sábado. Os insumos eram comprados por atacado, diretamente da fábrica das Havaianas (pelo site) ou na loja física do CEASA. Os enfeites eram comprados em lojas específicas na Galeria do Ouvidor em Belo Horizonte.

Segundo seus relatos, “C” encerrou o negócio devido a muita dificuldade para sair, para divulgar seus produtos. Além disso, a feira foi aos poucos acabando e, como ela disse: “de porta em porta é mais difícil. Isso dificultou as vendas.” Além disso, ela relatou a dificuldade de sair para achar fornecedor, para abrir uma linha de crédito para fazer as compras. Além disso:

[...] Mais é o custo benefício, as vendas foram diminuindo. Não paramos de uma vez, vendendo 100 pares por mês. Foi diminuindo as vendas, aí não compensava continuar no mesmo ritmo que estava. Quando tinha a feira, aí sim. Se tivesse continuado a feira a gente teria continuado no mesmo ritmo ou até melhor né? Porque ia divulgando mais, as pessoas iam passando de uma para outra. O principal fator que culminou no fechamento foi o fechamento da feira. (“C”).

No tocante ao lucro, ela afirma que não era exorbitante, porque não havia orientação de como trabalhar, ela mesma quem colocava o preço, tendo como critério o fato de poder comprar novos materiais e ainda tirar uma pequena margem

para ela. Não colocava o preço muito alto no chinelo, porque pela região em que se encontrava, com um custo muito alto, não venderia. Mas prejuízo ela afirma que não tinha.

Porque a gente calculava né, colocava o preço do chinelo, o quanto que gastou de material, calculava e colocava um preço que dava pra vender, podia comprar de novo e tirava nossa parte. Senão a gente estaria trabalhando de graça. (“C”).

Perante isso, ela fez questão de ressaltar que sempre prezava pela qualidade. “C” explica que como trabalhava com chinelos, escolhia a marca Havaianas por ter uma borracha maleável e macia e que as outras marcas eram duras. Além disso, havia clientes que perguntavam se o chinelo era da Havaianas. Se ela falasse que era de outra marca, o cliente não comprava. Ela era mais cara, mas agregava valor ao seu produto. Segundo “C” ela nunca trabalhou com outra marca. Além disso, “C” aponta como seu diferencial:

Valorizava por ser personalizado, achavam que era diferenciado. As pessoas viam o modelo e falava, eu não queria assim, não queria que colocasse isso aqui assim, vamos por outra coisa, fazia do jeito do cliente, e da indústria já vem padrão né? (“C”).

Embora não tenha manifestado interesse em reabrir a atividade no curto prazo, “C” não descarta a possibilidade de voltar a desenvolver sua atividade no futuro, especialmente considerando a possibilidade de não ter seu contrato renovado na Prefeitura de Venda Nova conforme descrito anteriormente.

4.3.3 Características do Ambiente socioeconômico

A atividade produtiva de “C” apresenta-se como uma pequena atividade de artesanato inserida em um bairro de periferia, cuja comercialização era totalmente dependente de uma parceria com o governo municipal para que fossem realizadas as vendas. Sendo assim, uma vez que a feira foi encerrada, sua atividade também não foi continuada.

No período em que a atividade prosperou, “C” relata ter sido procurada por alguns estudantes da UFMG, que vieram fazer um trabalho de empreendedorismo, em parceria com o SEBRAE, para tentar conseguir uma linha de crédito, patrocínio, algum lugar para expor e que tivesse loja, mas não teve continuidade, não voltaram

mais. Para ela, essa ajuda seria de fundamental importância, mas infelizmente não deu certo. Além disso, se possuísse mais estudo e incentivos do governo, talvez, pudesse ter tido mais sucesso em seu negócio.

Outro ponto ressaltado por “C” como determinante para o fechamento do negócio foi o fato das pessoas desistirem facilmente dos seus empreendimentos. Para ela, tal fator interferiu diretamente no fechamento da feira e o encerramento de seu empreendimento:

Porque as pessoas desistem muito fácil das coisas. Achem que irão ganhar muito dinheiro. Teve muita gente que colocou lá e foi assim, achou que ia ficar rico da noite pro dia sabe? Principalmente os que não era mesmo artesão, comprava as coisas para vender sabe? Além de não valorizar muito né, achava que ia ganhar muito dinheiro da noite para o dia. E não é, a coisa é um processo né? Eu já participei de algumas oficinas de negócio, e eles falaram que é de 05 anos pra lá. (“C”).

Durante o período em que conseguiu colher frutos de seu negócio, “C” afirma que os amigos e a família foram fundamentais. Inclusive ela tem uma irmã que mora em Sete Lagoas que divulgou bastante seus produtos. Na época, ela os vendia em uma empresa grande em que trabalhava e tinha vários clientes. Porém, ela saiu desse serviço também, e aí diminuiu o contato, o que contribuiu para a redução das vendas e o fechamento do negócio. Segundo “C”: “Porque ela estando trabalhando lá era mais seguro, pois vende e marcava o dia de pagar. Depois que ela saiu o negócio já complicou. Isso também contribuiu com o fechamento.”

Atualmente “C” trabalha, em um contrato temporário da Prefeitura, que se encerrou em dezembro de 2016. Por não saber ao certo como ficará o futuro do seu atual trabalho, “C” não descarta a possibilidade de retomar seu negócio. No entanto, no momento “C” relata que está desanimada, muito desanimada, pois o mercado está difícil. Ela afirma que para investir tem que saber se vai dar o resultado esperado.

Por fim, ao ser mencionado sobre a possibilidade de se formalizar, “C” relata algumas dificuldades, dentre elas: “Pra te falar a verdade eu nem sei. É tanta coisa que vai acontecendo ao mesmo tempo. Quando eu estava com um pezinho assim pra ir, achei que ia dar certo aí eles não vieram, mas eu também desanimei.”

Devido às burocracias e falta de apoio, a empreendedora “C” não se interessa pela formalização conforme pode ser observado nos relatos acima. Para ela, os motivos que levaram a sua atividade ao encerramento são única e exclusivamente a

ausência do local para comercialização, pois a entrevistada não possui disponibilidade de sair oferecendo seu produto. Além disso, ela ressalta que acredita não ter sido afetada pela crise, pois seu produto é “diferenciado” e não é encontrado nem mesmo nas grandes lojas de departamento. Para ela, o fato dela fazer o produto “do jeito que o cliente quer” pode ser o motivo que explica, por exemplo, a procura pelos produtos, mesmo depois que declarou a atividade como encerrada.

4.4 Caso 4: Revendedora Mary Kay (Extinta)

4.4.1 Características do indivíduo

Com 32 anos de idade, “D” é solteira, mora com os pais na região do Barreiro em Belo Horizonte e possui Curso Superior de Enfermagem. Atualmente ela é enfermeira, fazendo plantões noturnos e trabalha durante o dia em uma empresa de telefonia.

Em busca de uma estabilidade, a empreendedora realizou um concurso público em sua área de formação, e, há cinco anos, trabalha como enfermeira em um Hospital Público de Belo Horizonte. No entanto, segundo seus relatos, a sua renda não era suficiente para sua sobrevivência. Sendo assim, “D” buscou uma forma de complementar sua renda. Ela iniciou a venda de produtos da marca *Mary Kay* em 2014 e encerrou há aproximadamente 06 meses. Portanto, a atividade informal se deu de forma simultânea ao seu trabalho formal.

“D” afirma que a sua falta de organização foi um dos principais motivos que a levou às dívidas com o negócio e desmotivação. Ela reconhece que não “corria atrás” e não se dedicava o suficiente para o sucesso do negócio. Ela pondera: “Eu acho que é assim, como toda empresa, se você não dedica você não consegue. Eu tinha que vender, eu tinha que divulgar, eu tinha que fazer seções e não fazia.”

Como ponto forte do seu negócio, ela cita a sua rede de relacionamentos pessoais e profissionais. Segundo “D”, devido a uma rede densa e diversificada, mesmo após o encerramento do negócio, as pessoas ainda recorrem a ela para aquisição dos produtos, motivo pelo qual ela ainda não abandonou definitivamente a clientela. Por enquanto, ainda possui uma pequena pronta entrega para esse atendimento, mas não se considera atuante na atividade.

Em seguida, ela relata sobre a influência dos estudos em sua atividade. Para ela, sua formação não interferiu em nada, tanto no período de sobrevivência, quanto nas causas da mortalidade. Segundo “D” no caso da sua atividade, não seria necessário algum tipo de estudo específico. No entanto, para sua atividade profissional, para a qual ela possui Curso Superior, certamente uma pós-graduação agregaria valor às suas funções.

4.4.2 Características da atividade produtiva

A indivíduo “D” atuou, durante aproximadamente dois anos, no ramo de cosméticos como revendedora dos produtos da empresa *Mary Kay*.

Ao ser consultada sobre os motivos pelos quais optou pelo ramo em questão e, particularmente pela marca, “D” justificou que acreditava na marca “Mary Kay” por ser uma empresa muito boa, reconhecida no mercado, e que, além disso, gosta muito de trabalhar com questões de beleza, tanto como negócio quanto para uso próprio.

A empreendedora relata que antes da decisão de investir seu tempo e recursos financeiros na área, não havia trabalhado anteriormente com isso. No entanto, acredita ter sido influenciada pela sua mãe que, durante um determinado período, foi revendedora.

Considerando as características e público específico do ramo de atividade escolhido por “D”, perguntamos para a empreendedora se o fator “gênero” poderia ser determinante para o sucesso do negócio. Ela relatou que se trata de um negócio tanto para o público feminino quanto para o masculino. Ela afirma que conhece vários diretores que se empenham e conseguem ter sucesso no negócio, conseguindo, inclusive, o “carro rosa”, que se refere a um prêmio de reconhecimento da marca para aquelas pessoas que sobem a “escada de sucesso”, termo utilizado para os diversos cargos propostos pela empresa, dentre eles, Consultores, Líderes de grupos, Gerentes, Diretores e assim por diante. A partir disso, se a pessoa chega a um patamar de diretoria com um grupo de liderados, a recompensa é o “carro rosa” para a divulgação dos produtos e realização das seções demonstrativas.

Outro ponto interessante no contexto da influência do gênero no negócio, diz respeito ao histórico da criação e sucesso da empresa. Segundo “D”, um dos motivos que levou a fundadora a criar e delinear os caminhos da empresa, foi

exatamente quebrar o paradigma de que somente os homens podem ter sucesso nos negócios.

No tocante à estruturação do negócio, “D” esclarece que para se tornar uma consultora “Mary Kay”, se faz necessário um investimento inicial mínimo, para aquisição do material de trabalho que contempla uma bolsa com alguns produtos básicos para você fazer as primeiras seções demonstrativas. Além disso, a empresa orienta sobre a necessidade dos consultores possuírem uma pronta entrega em casa para facilitar o atendimento imediato ao cliente, cujo perfil é traçado durante as seções demonstrativas. Nesse sentido, “D” relata que não foi necessário acesso a algum tipo de crédito nesse primeiro momento, mas posteriormente ficou “apertada” financeiramente, o que culminou em um dos motivos que levou ao encerramento do negócio.

Para ela, seus clientes valiam muito a pena. A maioria era profissional da sua área que, apesar de não possuir uma renda muito boa, mas, em contrapartida, eram pessoas que ela podia confiar, pessoas esforçadas e que investiam e valorizavam o seu produto. Tal relato reforça a importância que a sua rede teve para o período de sobrevivência do negócio. Nesse cenário, ela lembra que não possuía inadimplência, até mesmo porque possuía máquina de cartão, que contribuía para a adimplência. Sob esse aspecto ressalta:

Na verdade, como o meu perfil de cliente era muito de pessoas que trabalhavam comigo, então tinha muito aquela questão da confiança mesmo, de deixar um pagamento, porque eu não trabalhava com cheque, mas aí depois que eu adquiri a maquininha me ajudou muito. (“D”).

Diante do relato favorável quanto aos clientes, foi perguntado para “D” sobre sua perspectiva e resultados quanto ao lucro do negócio. Ela relata que o lucro foi uma das questões que não conseguiu direcionar muito. Para ela foi exatamente pelo fato de não conduzir bem as sessões de divulgação dos produtos:

Como a princípio eu tava vendo aquilo ali como outra forma de complementar a renda, eu não contabilizava o lucro, eu não contava com ele. O que eu ganhava eu pagava a minha fatura e não cheguei a ver se aquilo realmente me trouxe um lucro ou não. Mas acho que não trouxe não, porque como eu tinha aquela perspectiva muito assim de crescer, mas eu queria crescer por conta própria, então eu ia fazendo os pedidos, eu ia adquirindo tudo e eu não ia vendendo, então eu fui parando. (“D”).

No que concerne ao planejamento do negócio, foi indagado se “D” realizava algum tipo de planejamento e se possuía algum auxílio técnico específico como apoio contábil, jurídico, etc. Ela relata que durante esse tempo que trabalhou com a *Mary Kay*, ela tinha uma diretora que a direcionava nesse sentido, mas ela reconhece que não fazia sua parte. Ela, em conjunto com a diretora, fazia o planejamento, propunha metas, mas ela não priorizava e não corria atrás da meta. Além disso, “D” relata que não possuía nenhum apoio técnico.

4.4.3 Características do Ambiente socioeconômico

Percebe-se, pelos relatos de “D”, que o ambiente socioeconômico em que está imersa é muito diversificado. Ela trabalha em um Hospital durante a noite e em uma loja de telefonia no Centro de Belo Horizonte durante o dia. Ela relata que as vendas eram realizadas para diversos tipos de públicos, mas que devido aos valores dos produtos da *Mary Kay* serem mais elevados, as melhores vendas aconteciam em clínicas particulares.

Em seguida, foi perguntado para “D” como se dava a concorrência no contexto do seu negócio. Ela considera que, apesar de existirem inúmeras empresas no ramo, ela não acha que a concorrência afeta de forma significativa as consultoras e que esse não foi o motivo do encerramento do seu negócio. Em sua opinião “tem público pra todo mundo. A questão é você saber divulgar mesmo o seu produto.” A partir dessa opinião, “D” opinou sobre os possíveis impactos da situação atual do país sobre o encerramento do seu negócio:

[...] eu acho que, realmente a gente tá em crise, mas eu acho que, a minha diretora sempre falava muito, acho que estas questões assim de beleza nunca entram em crise. Você vê por exemplo, bolsa de mulher se você olhar, você sempre acha um batom, sempre acha um perfume. Essa questão da vaidade impacta muito. São essas duas coisas, é comida e essa parte de beleza né? A pessoa não fica sem. Mas eu acho que o que impactou um pouco na questão de enfraquecer foi exatamente a dificuldade assim do comprometimento com a empresa. (Empreendedora “D”).

Ela informa, ainda, que não teve mais contato com as outras consultoras e, que, portanto, não saberia informar como está essa questão da demanda pelos produtos, mas, pela sua experiência, ela acha que a crise não afeta. “D” atribui mais

o fato de possuir outro emprego como fator determinante para o encerramento do negócio do que propriamente a conjuntura econômica do país.

No tocante à informalidade, “D” afirma que nunca se preocupou com a questão. Em sua opinião, a estabilidade para ela estava ligada à possibilidade de realizar um concurso público, sonho que conseguiu realizar há cinco anos. O negócio no ramo de cosméticos era apenas um complemento da sua renda e, portanto, não era sua prioridade. Sendo assim, perguntamos se a informalidade impactou no fechamento do negócio e ela afirmou que acredita que não, pois, na sua concepção “você sendo autônomo, tipo assim, você é o seu patrão”, sendo a mesma coisa que um emprego formal.

Com relação a parcerias, “D” informa que possuía uma parceria com uma clínica psiquiátrica, onde fazia algumas sessões demonstrativas para os pacientes e funcionários, mas relata, com pesar, que não chegou a fazer demonstrações em empresas grandes ou em eventos. Ela ressalta que uma das características marcantes do negócio é exatamente o fato de não possuir um endereço fixo para a venda dos produtos. Nesse tipo de negócio, as consultoras que vão ao encontro dos clientes e não o contrário.

Outra parceria citada foi a da Rede Cidadã. “D” conheceu a instituição por meio de uma amiga consultora, que realizou alguns trabalhos de empreendedorismo com a Rede Cidadã. Nessa ocasião, a Rede Cidadã estava propondo fazer um grupo de consultores com o propósito de proporcionar aos interessados atividades de empreendedorismo, com direcionamentos e orientações. Ela participou de algumas entrevistas, cursos e palestras, mas infelizmente não teve pessoas interessadas suficientes para dar continuidade à proposta. No entanto, ela afirma que o aprendizado na Rede Cidadã foi muito válido, mas como ela já estava desmotivada com a empresa por não ser a sua prioridade acabou por desistir do negócio. Ademais, “D” afirma que certamente indicaria a Rede Cidadã para outras pessoas.

Ao final da entrevista, a entrevistadora pergunta se “D” poderia relatar alguma lição retirada dessa experiência. A empreendedora relata o seguinte:

Eu acho que realmente assim, a pessoa quando ela quer uma coisa, realmente ela tem que pensar se é aquilo ali que ela quer, o objetivo né, a finalidade, pra quê ela quer e o tanto que ela pode dedicar pra que dê certo. A gente sempre tem que ter o pensamento positivo. Lógico que podem acontecer situações que fogem, mas temos sempre que buscar se é aquilo

ali que você quer mesmo e correr atrás. Se não é, você abre mão e não deve se sentir menor por causa disso, e correr atrás de uma coisa que você gosta, sempre tem alguma coisa que você gosta. (“D”).

A partir dos relatos, das categorias propostas e tomando como estratégia dos resultados a teoria de “análise de conteúdo” proposta por Bardin (1977), passamos, em seguida, à discussão dos resultados.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A observação dos resultados efetivou-se pela análise dos dados e do conteúdo obtidos a partir das entrevistas norteadas pelo instrumento de coleta. O objetivo primordial encontra sentido nas respostas dos entrevistados, bem como durante sua condução e permite ao pesquisador inferir sobre os elementos da comunicação, com base na objetividade e sistematização da análise de conteúdos (Bardin, 2002). Segundo o autor, na fase de análise do material, os dados brutos são trabalhados e decodificados, ou seja, é feita uma categorização dos conteúdos de forma a facilitar a análise realizada. Visando facilitar o exposto, o QUADRO 14 apresenta uma síntese das características das unidades produtivas pesquisadas:

Quadro 14 – Características das unidades produtivas pesquisadas

Situação	Unidade produtiva (negócio)	Gênero dos proprietários	Ramo	Escolaridade	Atividade prévia	Estado Civil	Nº pessoas associadas	Clientela	Local/geografia	Fonte de renda
Ativas	A	Feminino	Alimentício (pães e bolos)	Fundamental incompleto	Empregada doméstica	Divorciada (01 filha)	A filha	Razoável	Periferia urbana	Única fonte
	B	Feminino	Decoração (Feng Chui)	Ensino Técnico	Vendedora (Farmácia)	Divorciada (02 filhos)	Nenhuma	Boa	Periferia urbana	Decoração + aluguel da casa da mãe falecida
Extintas	C	Feminino	Artesanato (Chinelos decorados)	Ensino Médio	Vendedora (Loja de roupas)	Viúva (05 filhos)	A amiga	Razoável	Bairro Veneza/Venda Nova	Chinelos + pensão do marido falecido
	D	Feminino	Cosméticos (Mary Kay)	Superior (Enfermagem)	Enfermeira	Solteira	Nenhuma	Boa	Periferia urbana	Vendas + salário

Fonte: Dados da pesquisa

O quadro acima ilustra o perfil das atividades produtivas analisadas. Percebe-se que os empreendimentos são, em sua maioria, idealizados e coordenados por mulheres, de baixa renda, com poucos ou nenhum auxiliar, sem experiência prévia e com escolaridade que varia desde o Ensino Fundamental até o Superior. Importa ressaltar aqui que, como a pesquisa enfoca a população de baixa renda, parte-se do pressuposto de que as respondentes não teriam acesso ao estudo tão facilmente. No entanto, em todos os casos, os relatos foram claros quanto às dificuldades encontradas para a conclusão dos mesmos, incluindo acesso a bolsas de estudo, necessidade de trabalho em dupla jornada para custear os estudos e ajuda de familiares.

Outro ponto a ser destacado é o papel financeiro das atividades produtivas na vida das respondentes. Embora todas estejam inseridas, umas mais, outras menos,

no contexto social da população de baixa renda, é possível observar algumas particularidades. No tocante às atividades que ainda sobrevivem, temos uma dissonância entre os casos. Apesar de considerarmos ambas como pertencentes à população de baixa renda, elas apresentam-se em dois extremos. “A” é totalmente dependente da renda de sua atividade produtiva para sua sobrevivência. Já a “B” apresenta características pontuais que poderíamos classificá-la como pertencente à classe média. No entanto, considerando o seu histórico, que inclui falta de moradia, fome e grandes dificuldades financeiras, optamos por mantê-la na classificação de baixa renda.

Com relação aos casos que encerraram as atividades, podemos considerar algumas particularidades que merecem destaque. “C” apresentou uma história de vida que a classifica como “baixa renda”, pois, além de morar em um bairro da periferia da região metropolitana de Belo Horizonte, cuja rua ainda não é asfaltada, com ausência de saneamento básico, ela é viúva e precisa sustentar os cinco filhos com a pensão do marido falecido e um salário mínimo que ganha como funcionária pública contratada, emprego este que não está garantido com a mudança do governo municipal em 2017.

Quanto à “D” percebe-se que apesar de possuir um curso Superior, a sua profissão não está entre as mais valorizadas do mercado. O fato da empreendedora, além de fazer plantões noturnos em um Hospital e ainda ter que trabalhar como vendedora em uma empresa de telefonia durante o dia pode ilustrar bem a afirmação. Além disso, segundo relatos da própria empreendedora: “[...] os clientes são pessoas da minha área. Não tem a renda muito boa, mas eu podia confiar.”

A partir das categorias elencadas, buscou-se identificar, conforme objetivo geral proposto na pesquisa, quais os fatores de sobrevivência e de mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda. Tais categorias foram definidas de questões distribuídas em pontos-chave do segmento da entrevista, respaldado pelo referencial teórico, culminando na análise desses fatores na perspectiva do indivíduo, da atividade produtiva e do ambiente socioeconômico em que estão inseridos.

Na seção seguinte serão abordados, com mais profundidade, os fatores inerentes aos indivíduos, seguidos dos fatores relativos às atividades produtivas e, por fim, aqueles concernentes ao ambiente socioeconômico das atividades.

5.1 Fatores inerentes ao “INDIVÍDUO”

Segundo Ferreira *et al.* (2012), existem três categorias para avaliar a sobrevivência ou a mortalidade das empresas. Com base nos dados extraídos da sua pesquisa, revela-se claramente que a vocação para o empreendedorismo no Brasil se mostra muito mais quantitativa do que qualitativa, visto que um grande número de novas empresas é criado todos os anos, mas a maioria não se sustenta e tem a sobrevivência comprometida principalmente pela motivação do empreendedor, voltada mais para a sua necessidade pessoal do que para a identificação de oportunidades de negócio.

Para os autores, essa influência ocorre na medida em que é o indivíduo, o principal responsável por pesquisar o mercado, seus clientes e concorrentes, escolher os sócios, funcionários e parceiros, escolher o ponto onde irá se instalar, definir as características dos produtos e/ou serviços e preparar o negócio para os desafios do ambiente.

A partir dessa premissa, os tópicos seguintes, sintetizados no QUADRO 15, visam utilizar dos dados provenientes da pesquisa para analisar as características dos indivíduos no segmento das unidades produtivas informais na população de baixa renda que é nosso objeto de estudo.

Quadro 15 – Fatores inerentes aos indivíduos

Situação	Unidades produtivas	Experiência prévia	Escolaridade	Gênero	Redes	Personalidade
Ativas	A	Possui	Fundamental incompleto	Influencia	Amigos, trabalho, família	Não interferiu
	B	Não possui	Ensino Médio Técnico	Não influencia	Amigos, trabalho, família	Interferiu
Extintas	C	Não possui	Ensino Médio	Influencia	Amigos e família	Não interferiu
	D	Não possui	Superior	Não influencia	Amigos, trabalho, família	Não interferiu

Fonte: Dados da pesquisa

5.1.1 Experiência prévia

Partimos do pressuposto de que a experiência prévia pode ser um fator importante para o sucesso de um empreendimento, seja ele formal ou informal. Nesse aspecto, Vale e Guimarães (2010) citam, dentre outros fatores, a natureza da experiência prévia como sendo um dos fatores críticos mais citados pelos autores para explicar ou analisar o fenômeno da mortalidade de empresas, associados às condições originais do empreendedor. Dias et al. (2014) corroboram essas ideias ao concluírem que a experiência do empreendedor antes de se abrir um negócio, a sua visão, a sua capacidade de agir diante de situações complexas lhe permite encontrar o equilíbrio necessário para superar dificuldades de gerenciamento e se prevenir das consequências negativas que a conjuntura econômica pode exercer.

No contexto das unidades informais, Gomes *et al.* (2005) relata nos resultados da sua pesquisa, que, quanto aos recursos pessoais, 60,9% dos entrevistados não possuíam nenhum tipo de experiência profissional prévia que desse suporte ao trabalho ora desenvolvido. Daqueles que indicaram possuir alguma experiência anterior à realização do negócio, foi possível avaliar que esta experiência tinha pouco ou nenhuma relação com o negócio em questão, demonstrando a falta de ligação entre a atividade desenvolvida no momento e alguma prática profissional anterior. Inseridos neste cenário, surgem indivíduos conhecidos como empreendedores informais, caracterizados, segundo Gomes *et al.* (2005) pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e pela quase inexistente separação entre o capital e o trabalho. Tais unidades também se caracterizariam pela baixa capacidade de acúmulo de capital e por oferecerem empregos instáveis e reduzidas rendas.

Nessa seara, a partir dos relatos provenientes dos dados apresentados no QUADRO 16, a seguir, refletiremos sobre essas premissas à luz das unidades produtivas informais aqui analisadas.

Quadro 16 – Experiência prévia

Empreendedores	Relatos
A	“Tive muita experiência. Porque via as patroas fazer comida e ficava de olho, para ver o quê que ela fazia, como é que ela organizava e nisso a gente vai pegando “as manha”, vai pegando o gosto de fazer. E comecei muito cedo.”
B	“Na verdade eu comecei a fazer o curso de decoração, mas eu tinha uma tendência a decorar minha própria casa, por interesse pessoal.”
C	“Eu me aventurei. Não tinha experiência nisso não”.
D	“Não. Quer dizer, mintio. A minha mãe já foi consultora, mas eu mesma não tive não.”

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme proposto, foram apresentados dois estudos de casos cujos empreendimentos obtiveram sucesso, portanto, permanecem em funcionamento até a presente data (Empreendimentos “A” e “B”). Ao contrário, os outros dois estudos apresentados (Empreendimentos “C” e “D”) relataram seu insucesso e conseqüente mortalidade.

Os resultados da pesquisa quanto à experiência prévia, conforme demonstrado no quadro acima, permitem inferir que, no caso das unidades produtivas informais, este fator pode não necessariamente se tratar de um requisito determinante para o sucesso do empreendimento. Essa constatação pode ser reforçada pelo relato de “B”, cuja experiência prévia não existia antes da abertura do negócio. No entanto, veremos, mais adiante, que apesar da falta de experiência prévia, a mesma possui formação técnica na área por meio de cursos, palestras e oficinas.

No tocante às atividades extintas, não ficou evidente a ligação da falta de experiência com a mortalidade da atividade. Ao contrário disso, as empreendedoras deixaram claro que a atividade não dependia de experiência para prosperar.

5.1.2 Escolaridade

Assim como a experiência prévia, supomos que a escolaridade dos seus empreendedores é um fator fundamental para a sobrevivência de qualquer empresa.

Em seus achados, Krom e Felipe (2005) relatam que, do ponto de vista do perfil acadêmico, percebe-se, em geral, um padrão de escolaridade bastante inferior, sendo que apenas 17,64% dos casos analisados em sua pesquisa possuíam Curso Superior. Borges e Oliveira (2014) contribuem nesse sentido, quando concluem que, dentre os fatores que propiciaram uma taxa maior de sobrevivência das empresas brasileiras no período pesquisado, pode-se citar, dentre outros, o aumento da escolaridade dos empreendedores. Cabe ressaltar, ainda, que os autores destacam

o fato de, nos últimos anos, parte desse cenário positivo estar diretamente relacionado ao fato desses empreendedores buscarem pela realização de cursos e maior intensidade no levantamento de informações sobre o negócio antes da sua abertura.

O discurso que associa a escolaridade ao sucesso das empresas pode ser atribuído aos negócios formais. A partir desse ponto de vista, foi possível perceber que para esses negócios, é fundamental que sua gestão seja suportada por empreendedores com bagagem acadêmica, tanto com conhecimentos técnicos específicos de cada área quanto com conhecimentos de gestão.

Entretanto, segundo Leone (2010), a noção de trabalho informal tem passado por variadas tentativas de operacionalização, resultando numa multiplicidade de estudos e interpretações. Para a autora, embora não exista consenso na definição de informal, entende-se, em geral, que a expressão abrange uma diversidade considerável de trabalhadores que enfrentam desvantagens e problemas em comparação aos trabalhadores com emprego formal e, portanto, são privados de condições básicas ou mínimas de trabalho e proteção social.

Associam-se às atividades informais características como indefinição dos locais de trabalho, condições de trabalho que não garantem saúde nem segurança, baixos níveis de qualificação e de produtividade, rendimentos baixos e irregulares, longas jornadas de trabalho, falta de acesso à informação, aos mercados, ao financiamento, à formação e à tecnologia. Essa diversidade de situações adversas que atinge aos trabalhadores informais induz, muitas vezes, ao uso dos conceitos de precariedade, subemprego e informalidade como sinônimos (Leone, 2010).

Sendo assim, a população de baixa renda, provavelmente precisa contar com outras habilidades, recursos ou motivações para garantir a perenidade e o sucesso dos seus empreendimentos. Podemos incluir nesse contexto, fatores como força de vontade, afinidade com o negócio, amor pelo que faz, necessidade financeira, dentre outros. Assim, a partir dos achados encontrados por esta análise, foi possível constatar que tais recursos são possíveis e conferem ao empreendedor subsídios capazes de proporcionar a sobrevivência do negócio.

Quadro 17 – Escolaridade

Empreendedores	Relatos
A	<p>“[...] Minha menina foi até o quarto ano só, e eu agora tô no fundamental, eu tô no EJA à noite.”</p> <p>“[...] A Rede Cidadã contribuiu, contribuiu muito. Muito, muito. É um aprendizado né. E o aprendizado a gente nunca dispensa, a gente sempre quer mais um.”</p> <p>“Eu comecei a fazer o curso de informática, mas não terminei. O resto eu vou cutucando aqui, cutucando ali, e vou aprendendo por conta própria. Tem um menino aqui do Centro Público que também sempre me dá a mão e me ajuda muito, às vezes quando eu tô embaralhada com alguma coisa, aí ele vem e me ajuda, me ensina como ir nas ferramentas.”</p>
B	<p>“[...] Agora eu ter que ficar promovendo isso, e virando uma empresa, e tendo que estudar, eu não sei te explicar. A coisa espontânea me agrada. Sem maiores exigências.”</p>
C	<p>“[...] porque o trabalho em si não tem a ver com o estudo né?”</p> <p>“Talvez eu pudesse ter feito um técnico né? De gestão, poderia ajudar. Mas com o ensino médio, a gente foi correndo atrás. Mas se fosse necessário eu entraria de novo, faria outro curso.”</p>
D	<p>“Pra questão da Mary Kay não acho que a escolaridade me ajudaria. A minha formação não tem nada a ver com isso. Talvez pra minha profissão, isso sim, mas estudo poderia contribuir. Pra essa atividade fim da Mary Kay não.”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme descrito anteriormente, a formação escolar de “A” é precária. No entanto, foi possível abstrair, durante a coleta de dados, sua força de vontade e capacidade de aprendizado, conforme evidenciado nos relatos acima. Nota-se que o caso de “A” é um dos casos de sucesso apresentados na pesquisa. Importa destacar, no entanto, que com isso não estamos desconsiderando o fato de que o aumento da escolaridade dessa empreendedora não possa proporcionar, por conseguinte, um aumento no sucesso do seu empreendimento, conforme ponderado por ela mesma na seguinte passagem, quando perguntamos qual a opinião dela sobre os possíveis impactos no negócio caso a sua escolaridade fosse maior:

[...] Com certeza, seria bem maior. É o que eu sempre busco. Tinha parado de estudar há muitos anos, voltei agora, tem dois anos que eu tô no EJA a noite. Eu pensava que eu não ia dar conta, tô aprendendo muito, tá sendo muito bom, muito bom pra minha cabeça, pro cargo que eu exerço também eu preciso muito né? De experiência, de mais aprendizado, saber mais, entender mais. Nunca é demais né? (“A”).

Em contrapartida, o caso de “D”, demonstra o oposto do que pudemos constatar na vivência da empreendedora “A”, pois, apesar de possuir Curso Superior, o empreendimento não obteve sucesso e culminou no seu fechamento. Porém, assim como no caso anterior, existem alguns fatos que merecem destaque.

Já a “D” deixou claro em seus relatos, que o negócio não era a sua prioridade, uma vez que era funcionária pública e o negócio informal no qual ela estava envolvida, se tratava apenas de um complemento de renda. Sendo assim, não temos como saber, nesse caso, se o grau de escolaridade da empreendedora poderia conferir maior sucesso ao empreendimento e, conseqüentemente ter garantido sua sobrevivência.

No tocante às demais empreendedoras, existiu certa divergência de opiniões quando indagadas se o aumento da escolaridade seria um fator determinante para o sucesso ou o fracasso do empreendimento. Elas não deixaram claro se a escolaridade poderia proporcionar maior sucesso à atividade produtiva, mas também, não foram contra a uma possível retomada nos estudos.

Diante do exposto, ficou evidenciado que a escolaridade é importante para o sucesso do negócio, uma vez que uma das empreendedoras de sucesso possui formação técnica na sua área de atuação. Entretanto, sua ausência não significa sinônimo de fracasso. Pelo contrário, foram demonstradas situações em que a presença da escolaridade não contribuiu para o sucesso do empreendimento, mesmo que a formação do empreendedor não seja na área de atuação do negócio. Além disso, destaca-se o fato de uma empreendedora de sucesso não demonstrar disposição para o estudo, ao passo que uma empreendedora que fracassou se mostrou disposta, ou pelo, menos, reconheceu a necessidade dele.

5.1.3 Gênero

De acordo com Mrtvi *et al.* (2012), os aspectos que estão relacionados com o insucesso de novos empreendimentos (aqui caracterizados pelas empresas que encerraram suas operações com menos de dois anos de existência) estão ligados às características do proprietário (sexo) e às características da administração da empresa (a localização da empresa no seu primeiro ano e o fato do principal proprietário ser remunerado ao trabalhar na empresa, ou não).

Segundo a OIT (2005), dentro da concepção de um “trabalho decente”, deve-se promover a igualdade de oportunidades e tratamento dos trabalhadores conforme cor e sexo. Entende-se por trabalho decente a promoção de emprego e ocupação com proteção social, respeito aos direitos e princípios fundamentais no trabalho e diálogo social (Leone, 2010).

Sem dúvida, com a presença definitiva e crescente das mulheres no mercado de trabalho a questão da equidade de gênero e raça assume um papel central. É importante destacar aqui que essas desigualdades são construídas socialmente. O gênero está composto por códigos de conduta que regem os membros da sociedade segundo seu sexo, não sendo, portanto, um atributo inato, senão algo que se adquire e vai ter um papel na reprodução da ordem social (Valenzuela, 1999).

Em seu estudo sobre o perfil dos trabalhadores e trabalhadoras na economia informal, Leone (2010) conclui que o aumento da participação do emprego formal na ocupação das pessoas foi generalizado, mas continuam grandes as diferenças de gênero e raça. Tal aumento não tem sido suficiente para alterar o quadro existente. Em suma, a simples recuperação do mercado de trabalho não parece suficiente para modificar substancialmente as segregações de gênero e raça. Essas segregações aparecem no desemprego, no grau de formalização do trabalho e no perfil da informalidade. Mulheres e negros apresentam maior taxa de desemprego, menor grau de formalização e dentro da informalidade estão mais presentes no trabalho extremamente precarizado do que nos negócios que possibilitam uma relativa prosperidade.

Além disso, de acordo com Giuberti e Menezes Filho (2005), em seu estudo sobre a discriminação de rendimentos por gênero: uma comparação entre o Brasil e os Estados Unidos, os resultados reforçam os de outros trabalhos realizados, ao constatar a presença de um componente da diferença de rendimentos entre os gêneros que não é explicada pela característica dos indivíduos, o que viria a caracterizar a discriminação sofrida pelas mulheres no mercado de trabalho, tanto brasileiro quanto americano.

No caso da economia solidária, segundo Menchise *et al.* (2016) temos grande participação das mulheres. Quanto ao sexo dos sócios nesse segmento, verifica-se que entre os empreendimentos formais há o predomínio de trabalhadores do sexo masculino, compondo-se 59,0% do total, ao mesmo tempo em que número de trabalhadores do sexo feminino nos empreendimentos informais é superior ao dos homens, 50,2% contra 49,8%, respectivamente.

Podemos dizer que, por um lado, os resultados provenientes desta pesquisa corroboram os achados de Leone (2010). Todos os casos apresentados foram de empreendedoras. Dentre eles, o caso com situação de maior precariedade e, evidentemente com maior nível de dificuldade, é de uma negra, divorciada,

moradora da periferia e com menos recursos para trabalhar. Tal situação pôde ser percebida por parte da entrevistadora durante a realização da entrevista. Apesar disso, este mesmo caso está entre os casos de sucesso relatados nos capítulos anteriores, o que reforça a constatação de Leone (2010), ao retratar que “a simples recuperação do mercado de trabalho não parece suficiente para modificar substancialmente as segregações de gênero e raça.”

Apesar das constatações, o QUADRO 18 (abaixo), demonstra a diversidade de perspectivas das empreendedoras e como esses achados impactam seus negócios.

Quadro 18 – Influência do gênero nas atividades

Empreendedoras	Relatos
A	“Eu acho que meu sexo me ajudou muito porque dentro da Economia Solidária, 87% são mulheres e o restante são homens. Ontem nós tivemos aqui uma plenária metropolitana, tinha mais ou menos umas 145 mulheres, por aí [...]. E mais ou menos só uns oito homens.”
B	“Conheço homens da minha área que deram super bem, que são super eficientes, aliás, eu vou te falar a verdade, acho que se eu fosse homem talvez eu até teria me dado melhor.” “Penso eu, que a mente masculina, ou pelo menos a energia masculina é muito objetiva. Eles veem tudo como negócio mesmo né? Então, por exemplo, os homens da minha área, eu percebo o quanto eles são estratégicos, eles são focados. Eles falam, eu vou buscar uma reportagem ali, porque isso vai abrir assim... Então acho que se eu fosse homem o meu negócio estaria muito maior. Entendeu? E assim, naturalmente, sem esforço. Como mulher, eu teria que fazer muito esforço, pra lidar com isso.”
C	“ É um negócio feminino”.
D	“ [...] homens trabalham, já vi vários diretores que tem carro, que é o carro rosa né? Tem muitos diretores que empenham e conseguem. É uma coisa assim feminina, mas acho que principalmente a história da fundadora foi exatamente quebrar esse paradigma de que é só homem que pode fazer. Então ela mostrou que ela pode mais que isso e criou a empresa.”

Fonte: Dados da pesquisa

Podemos concluir que a opinião sobre a influência do gênero nos casos apresentados ficou dividida. Duas empreendedoras acreditam que o fator gênero não interfere no sucesso ou no fracasso do negócio, ao passo que outras duas afirmam que seus negócios são caracteristicamente femininos.

Percebe-se que existem na informalidade, assim como na formalidade, algumas especificidades de gênero x ramo de atividade. Podemos inferir, de acordo com os dados da pesquisa, que nos ramos mais tradicionais como o de alimentos e o artesanato, presenciamos uma preponderância feminina. Nos outros segmentos, mais atípicos como o de Feng Shui e na consultoria de cosméticos voltados para uma concepção inovadora, o público masculino tem demonstrado maior interesse.

Ressalta-se aqui que esta afirmação trata-se de uma inferência a partir dos dados coletados, necessitando, portanto, de estudos empíricos para comprovação. Além disso, não se exclui o fato de se encontrar nos segmentos de alimentação e artesanato empreendedores masculinos.

5.1.4 Redes de relacionamento

Uma das características mais importantes do empreendedor é saber montar sua rede de relacionamentos, mais conhecido como networking. Todavia, a rede de relacionamentos não se trata apenas de contatos profissionais, mas também de amigos, familiares e pessoas desconhecidas.

Granovetter (1973) realiza uma distinção entre laços fortes e fracos e seu impacto no mundo dos negócios, além de analisar, com profundidade as interações entre relações sociais e mercantis (*embeddedness*). Importa ressaltar que Granovetter (1983) *apud* Fazito e Soares (2011), em estudos sobre a influência dos laços no acesso a empregos, identificou que os laços considerados fortes possuem uma rede mais fechada, com número limitado de membros, e que são menos efetivos na empreitada de acesso ao emprego, enquanto os laços fracos, cujas estruturas são mais abertas, mesmo que instáveis, tornam-se mais eficazes para ações dessa natureza. Nessa perspectiva, a força de um laço resulta da combinação, possivelmente linear, da quantidade de tempo, da intensidade emocional, da confiança mútua e dos serviços recíprocos existentes no laço (Fazito e Soares, 2011).

Vale e Guimarães (2010) analisam o fenômeno de imersão (*embeddedness*) do empreendedor e o impacto das redes sociais na criação e mortalidade de negócios, distinguindo aqueles que conseguem sobreviver daqueles que são extintos. Os resultados sugerem que existem diferenciações entre os dois conjuntos pesquisados e que as redes sociais podem influenciar positivamente nas possibilidades de sobrevivência das empresas no mercado.

Analisando os resultados encontrados, as autoras observaram que o indicador de imersão mercadológico do grupo das empresas ativas é superior ao do grupo das empresas extintas (17% versus 6,2%), sugerindo que o primeiro grupo apresentou uma maior capacidade relativa de usufruir de certos benefícios derivados das redes de conexão, inclusive envolvendo amigos e conhecidos diretos e indiretos,

em um período mais crítico da vida das empresas (primeiro ano de atividade). No tocante ao indicador de imersão empresarial, foi distinta (17,7% para as ativas e 9,2% para as extintas), mostrando, no primeiro caso, maior capacidade de alavancagem na criação de novas empresas. Salienta-se, no entanto, segundo as autoras, que esse indicador deve ser avaliado com cuidado, pois é baseado exclusivamente em dados e informações fornecidos diretamente pelos sócios-proprietários das empresas pesquisadas. Já o indicador de amplitude das redes não apresentou diferenças relevantes entre os grupos (cerca de 15% em ambos). No entanto, elas alertam que uma análise mais profunda dos dados mostra que existem diferenças relativas entre eles: o grupo de empresas ativas possuía um perfil de interação mais empresarial, enquanto que o de empresas extintas um mais comunitário, o que demonstra a importância de se analisar, também, a composição das redes.

No caso do indicador de imersão empresarial geracional, que incluiu duas gerações anteriores (avós e tios-avós), o que se observou é que foi muito baixo, para ambos os grupos (cerca de 7%), indicando que quase não existia tradição empreendedora, remetendo a avós, nas famílias dos empreendedores pesquisados. Para três gerações anteriores (remetendo a bisavós), a taxa cai para menos de 3%.

Segundo Santos *et al.* (2014), uma rede socioproductiva (RSP) se forma desde uma relação de confiança que uma pessoa-foco, neste caso o trabalhador informal, cria com outros sujeitos. A rede tem como objetivo desenvolver uma atividade que esses trabalhadores seriam incapazes de realizar sozinhos em circunstâncias específicas, como, por exemplo, aumento da demanda ou encomendas além da capacidade de produção existente no momento. Essa rede se forma, geralmente, com procedência no núcleo familiar, quando pessoas são arregimentadas para auxiliar na confecção ou distribuição do que é comercializado, ou na prestação de serviços em espaços públicos. Há, portanto, possibilidade de expansão da rede para vizinhos, parentes e amigos proveniente da relação social e, notadamente, do nível de confiança.

A partir dos dados coletados, foi possível perceber que todas as empreendedoras entrevistadas se encaixam no perfil de rede proposto por Santos *et al.* (2014). Tal constatação se respalda nos seguintes comentários, sintetizados no QUADRO 19 abaixo:

Quadro 19 – Redes de relacionamentos

Empreendedores	Relatos
A	<p>“[...] tive mais apoio das amigas, que me ajudou na questão das vendas, na divulgação do negócio. O apoio seria também com conversas, conselhos.”</p> <p>“O Pão da Vida nasceu quando eu vim pra rede de alimentação. Foi eu que criei. Que antes eu era da Economia Solidária mas eu era de outras redes. Já fui da rede de confecção, da rede de artesanato, mas dentro da alimentação foi em 2010.”</p>
B	<p>“Aí o que ocorre, como as indicações dos meus clientes parece que estão todos numa rede, de indicação e de confiança muito grande, na verdade eu acho que até eles dispensam muita formalidade hoje, pelo menos não me cobram isso.”</p> <p>“As redes me ajudam. Porque para o Blog é um pouco mais complicado as matérias que eu tenho que fazer. Eu tenho que estar no computador. Já no Face, minha filha, eu tô no Hospital, tô no Consultório, eu tô mandando. Ajudam muito. As pessoas entram e falam, nossa, entrei, olhei aqui o seu perfil [...]”</p> <p>“Eu atribuo essa confiança à rede de clientes. Pelo menos no meu entendimento sim.”</p>
C	<p>“Minha rede era mais de amigo mesmo e família. Inclusive eu tenho uma irmã que mora em Sete Lagoas e divulgou bastante na época, vendia pra mim também. Ela trabalhava numa empresa grande e tinha vários clientes. E aí depois ela saiu desse serviço também, e aí diminuiu o contato. Porque ela estando trabalhando lá era mais seguro, pois vendia e marcava o dia de pagar. Depois que ela saiu o negócio já complicou. Isso também contribuiu com o fechamento.”</p> <p>“A rede de amigos é no bairro, aqui já era a questão da feira né? E até hoje assim, às vezes uma pessoa me liga. Estou até com uma encomenda ali. Porque vai chegando assim, dia das crianças, final de ano. Mas bem pontual. Hoje atendo poucas encomendas. Porque antes a gente comprava caixas fechadas de havaianas.”</p>
D	<p>“A rede de amigos ajuda muito. Ajuda porque até hoje, um dos fatos de que eu ainda não saí ainda definitivamente foi porque eu tenho ainda uma pequena pronta entrega e alguns amigos meus, assim clientes fiéis que, acabando o produto eles recorrem a mim que estou mais próximo.”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

“A” pode ser considerada como parte de uma rede específica, considerando a natureza do seu negócio e parceria com a Rede de Economia Solidária. Segundo Santos *et al.* (2014), “Grupos Produtivos Informais” é a expressão aplicada a pequenos grupos de pessoas que produzem um ou mais produtos para serem comercializados em feiras de economia solidária, organizadas pela rede de economia solidária. Embora pareçam com o que se denomina RSP, esses grupos funcionam homogeneamente na realização de uma mesma tarefa, auto-organizados, não funcionam como rede, mas podem participar de redes como grupos, assim como acontece no âmbito da economia solidária, em que vários grupos se articulam e cada um deles, na expressão e no esquema de redes, funcionam como um nó da rede de economia solidária. Geralmente, esses grupos existem respaldados por uma política pública.

Os resultados da pesquisa demonstram, portanto, a importância das redes de relacionamentos para estas atividades produtivas, independentemente se tais

atividades sobreviveram ou morreram. Destaca-se nesse momento, que, devido à existência dos laços, muito embora os negócios encerrados não estejam mais ativos, as empreendedoras ainda realizam vendas pontuais. Quanto aos negócios que sobreviveram, evidencia-se o papel de reforço, bem como o de potencial crescimento que as redes podem lhe proporcionar.

5.1.5 Personalidade

De acordo com alguns autores, as personalidades dos indivíduos afetam diretamente a sobrevivência dos seus empreendimentos. (Ferreira *et al.*, 2012; Dutra & Previdelli, 2005; Carter & Auken, 2006; Cazarini *et al.*, 2008; SEBRAE, 2008; Pereira *et al.*, 2009; Pereira & Souza, 2011; Misunaga *et al.*, 2012; Nietzsche & Oliveira, 2014).

Os fatores que tais autores apontam como inerentes à personalidade dos indivíduos que poderiam culminar na sobrevivência ou na mortalidade dos empreendimentos são diversos. Ferreira *et al.* (2012) cita a competência gerencial diminuta como um fator determinante para a mortalidade precoce das empresas. Dutra e Previdelli (2005) ressaltam que as qualidades empreendedoras estão presentes entre os brasileiros. Entretanto, muitos indivíduos não estão preparados para empreender e veem suas empresas encerrarem suas atividades e seus recursos serem desperdiçados porque parecem estar distantes do perfil empreendedor de sucesso.

Para Cazarini *et al.* (2008), a relevância do empreendedor/empreendedorismo caracteriza-se pela representatividade que as micro e pequenas empresas podem proporcionar para o processo de desenvolvimento econômico do país. Com isso, a identificação dos tipos de personalidade e do estilo de aprendizagem pode ser uma informação importante para a melhoria da efetividade de programas de capacitação de empreendedores. Os autores se propuseram a identificar o tipo de personalidade e o estilo de aprendizagem de empreendedores com características de sucesso e insucesso em seus empreendimentos.

Os resultados apontaram que a hipótese inicial de que os tipos de personalidade e os estilos de aprendizagem dos empreendedores são diferentes considerando o status do seu empreendimento (sucesso ou insucesso) foi refutada, pois verificou-se que não houve diferença significativa entre empreendedores de

sucesso e insucesso, havendo diferença somente na dimensão verbal, o que não influencia a habilidade.

Em função do importante papel exercido pelos empreendedores informais na economia Brasileira, Gomes *et al.* (2005) acreditaram ser mister um entendimento sobre os fatores que contribuem para o sucesso ou fracasso. A pesquisa teve como objetivo geral avaliar as condições para o desenvolvimento de novos negócios no setor informal. De maneira específica, pretendeu-se identificar as características ligadas à personalidade, aos recursos pessoais, ao ambiente e às atividades organizacionais relacionados aos empreendedores informais. Para avaliar essas questões, o trabalho adotou uma pesquisa quantitativa com uma amostra constituída de 653 empreendedores informais da região centro-sul do Estado do Ceará, tendo como recorte geográfico de investigação 12 municípios.

O resultado desse trabalho cujo enfoque se deu sobre empreendedores do setor informal demonstrou que eles possuem traços de personalidade condizentes com uma postura empreendedora, fracos indícios de um ambiente propício ao desenvolvimento de um negócio bem sucedido, inadequada utilização dos recursos pessoais e precário planejamento das atividades organizacionais. Os resultados mostram que a investigação de características isoladas dos traços de personalidade de novos empreendedores parece ser inapropriada, diante de uma perspectiva de configuração mais ampla. Ao invés de procurar efeitos causais de personalidade únicos diante do sucesso de novos negócios, seria mais adequado um entendimento mais amplo dos padrões relativos aos novos empreendedores, o que englobaria uma análise do ambiente, dos recursos pessoais e das atividades organizacionais.

Os resultados a seguir corroboram os achados de Gomes *et al.* (2005) no que concerne à personalidade dos empreendedores informais. O QUADRO 20 apresenta algumas passagens que os entrevistados manifestaram ao ser questionadas acerca da influência de suas personalidades no sucesso ou no fracasso do empreendimento:

Quadro 20 – Influência da Personalidade

Empreendedores	Relatos
A	“Nada a declarar”
B	“Acho que o que interfere é a minha personalidade. Porque tem mulher que é mais objetiva do que um homem em termos de negócio.”
C	“Não. Pelo contrário, eu sou bem organizada, esse não foi o fator que influenciou o fechamento não.”
D	“Não influenciou”

Fonte: Dados da pesquisa

Quando Gomes *et al.* (2005) revelam que “a investigação de características isoladas dos traços de personalidade de novos empreendedores parece ser inapropriada, diante de uma perspectiva de configuração mais ampla”, acreditamos que os autores se referiram ao fato dos empreendedores informais, especialmente os de baixa renda, possuírem estratégias diferenciadas de sobrevivência de seus empreendimentos em relação aos negócios formais. Essa afirmativa se sustenta nas análises prévias dos fatores de sobrevivência ou de mortalidade inerentes aos indivíduos realizadas até agora.

Como exemplo, podemos citar o sucesso de “A”, apesar da escolaridade precária e dos “fracos indícios de um ambiente propício ao desenvolvimento de um negócio bem sucedido”, conforme assinalado por Gomes *et al.* (2005). Além disso, podemos citar, também, o poder de resiliência demonstrados por “B”. Considerando seu histórico pessoal, e, ainda, a situação de saúde grave em que se encontra sua irmã no momento, “B” não se abalou e, conforme relato do QUADRO 20 acima, atribui à sua personalidade um dos fatores de sucesso do negócio. Por fim, quanto aos empreendimentos encerrados, percebe-se que as empreendedoras não avaliam que os encerramentos dos seus respectivos negócios tenham relação alguma com suas personalidades.

5.2 Fatores de sobrevivência e de mortalidade inerentes às “ATIVIDADES PRODUTIVAS”

Passaremos agora à análise da segunda categoria, que, segundo Ferreira *et al.* (2012), também é utilizada para avaliar a mortalidade ou a sobrevivência das empresas. Consoante os autores, os fatores que contribuem para a mortalidade precoce das empresas são diversos e as pesquisas já realizadas apontam em várias direções, portanto, para efeito de classificação com base nas causas identificadas na literatura sobre o assunto, eles dividiram os fatores contribuintes para a mortalidade em três grandes blocos de variáveis, sendo um deles os fatores

inerentes aos negócios. O QUADRO 21, a seguir, apresenta os achados da pesquisa nesta categoria.

Quadro 21 – Fatores inerentes às atividades produtivas

Situação	Unidade produtiva (negócio)	Localização	Planejamento	Presença de auxiliares	Clientela	Ferramentas	Crédito	Despesas	Disponibilidade de produtos	Lucro
Ativas	A	Feiras e eventos	Importante, possui um pouco	Possui (filha)	Não satisfatória	Possui	Acesso difícil, precisa muito	Alta (insumos e transporte)	Sim	Médio
	B	Onde o cliente marcar	Primordial, possui bastante	Já possuiu	Satisfatória	Possui	Acesso fácil, não precisa	Baixa (pequeno estoque)	Sim	Médio
Extintas	C	Feiras	Não possui	Possui (amiga)	Satisfatória	Não possui	Acesso fácil, não gosta de utilizar e não precisou	Baixa (pequeno estoque)	Sim	Médio
	D	Onde o cliente marcar	Importante, não possui	Não possui	Satisfatória	Possui	Acesso fácil e utilizou	Baixa (pequeno estoque)	Sim	Baixo

Fonte: Dados da pesquisa

A partir disso, nos tópicos seguintes utilizaremos dados provenientes dessa averiguação para analisar as características das atividades produtivas informais na população de baixa renda e determinar seus possíveis fatores de sobrevivência ou de mortalidade, assim como realizado na seção anterior em que foram abordados os fatores inerentes ao indivíduo.

5.2.1 Localização

Conforme abordado, os estudos os quais embasamos, abordaram os fatores de sobrevivência e de mortalidade dos negócios formais, considerando a lacuna existente na literatura sobre a temática no contexto das unidades produtivas informais, especificamente, na população de baixa renda. Krom e Felipe (2005) entendem que a localização é um dos principais fatores que podem interferir na sobrevivência ou na mortalidade dos empreendimentos formais. No estudo cujos referidos autores avaliaram os fatores da mortalidade de pequenas e médias empresas foram identificados diversos fatores que podem levar tais empresas ao fracasso prematuro. Eles concluíram que a causa da mortalidade ocorre devido a vários fatores associados que, acumulados, aceleram esse fenômeno, sendo dentre outros, a localização inadequada do empreendimento um dos principais fatores.

Ao que se refere aos negócios informais, Montenegro (2013) destaca que as mais diversas atividades do circuito inferior da economia, ou seja, os negócios informais encontram-se presentes de forma capilarizada pelo tecido urbano das grandes metrópoles brasileiras. Pequenos comércios, oficinas de consertos,

vendinhas, pequenos salões de cabeleireiro, vendedores ambulantes, dentre outros se distribuem por toda a malha das grandes cidades.

Haja vista os altos valores de aluguéis nos centros das metrópoles, o pesquisador pondera, também, que os pequenos negócios tendem a se localizar, sobretudo, nos subespaços menos valorizados das áreas centrais, em pontos mais afastados das principais vias ou, ainda, em certos casos, em enclaves mais deteriorados das áreas de maior circulação. Contudo, mesmo nessas áreas, os valores de aluguel dos imóveis, cuja dimensão é extremamente reduzida, são relativamente elevados para os níveis de capitalização do circuito inferior. Em contrapartida, esses altos valores de locação tendem a ser compensados, pela grande quantidade de pessoas que aí circula, ou seja, pelo mercado concentrado por essa região da cidade.

O QUADRO 22 adiante especifica a localização dos empreendimentos estudados de acordo com os relatos dos seus empreendedores:

Quadro 22 – Localização das atividades produtivas

Empreendedores	Relatos
A	“[...] Vou onde tem os eventos. A maioria dos grupos são assim. Nós só temos um grupo que tem o local próprio de fabricação, fora da casa dela. A gente é que vai para as feiras, pros eventos.”
B	“[...] Eu vou na sua casa. Eu é que vou. Vou em casas, empresas, fazenda, sítios.”
C	“Eu não vendia em casa. Eu produzia e levava para a feira. Então o local do negócio conta muito. A própria feira era a localização. Era na avenida próximo aqui, Av. Osvaldo Alves.”
D	“[...] Eu que ia até as casas dos clientes demonstrar os produtos”

Fonte: Dados da pesquisa

Os achados da pesquisa permitiram analisar um resultado interessante. De acordo com os relatos apresentados no quadro 22 acima, a totalidade dos empreendimentos analisados não possuem endereço fixo e ficam condicionados, nos casos de “B” e “D” há a disponibilidade do cliente em recebê-las em sua residência, empresas ou outros locais e, no caso de “A” e “C”, as empreendedoras dependem da realização de feiras ou eventos para comercializarem seus produtos. Nesse cenário, podemos inferir que a ausência de localidade fixa para os empreendimentos podem impactar tanto positivo quanto negativamente o negócio.

O impacto positivo poderia ser considerado, por um lado, o fato dos empreendedores não possuírem custos fixos, como assinalado anteriormente por Montenegro (2013). Entretanto, os gastos com a movimentação e transporte de insumos, equipamentos e outras estruturas para a comercialização dos produtos

podem causar despesas superiores aos custos fixos provenientes do aluguel ou aquisição de um espaço físico para o negócio. A afirmação pode ser comprovada nos relatos da empreendedora “A”, a seguir:

Quem tem carro vai de carro, mas quem não tem um carro igual eu, tem que pagar um carro para levar e trazer, porque na maioria dos eventos a gente leva fogão, botijão, mesa, panela, vasilha, tudo. Leva toda a estrutura da cozinha a gente leva. Aí a gente leva caixa de isopor com as comidas, com os congelados, então tem que ser um carro, não tem como. (“A”).

Segundo ela, apesar da impossibilidade de possuir um espaço próprio, essa aquisição seria importante para o crescimento do negócio. Ela conta com parceiros como:

[...] A maioria dos grupos, dos empreendimentos, trabalha nas suas próprias casas. Porque a gente ainda não conseguiu ainda, mas em nome de Jesus a gente vai conseguir um espaço comum porque essa entidade, Instituto Paulinus, ela tá agora pra alugar pra esse ano que vem, uma casa que vai ser para a produção da rede de alimentação, produção e comercialização. Então eles ainda tão olhando o aluguel da casa, eles que vão pagar. (“A”).

Por outro lado, além das vantagens de não possuir custos fixos com o espaço físico para o negócio, “B”, “C” e “D” relatam outros fatores que devem ser considerados:

Eu tenho que ir aos locais, é energético, é característico à função. Na minha casa eu não atendo. Aliás, pouquíssimas vezes. Normalmente só em caso de decoração mesmo. Às vezes tem um material aqui aí eu chamo o cliente pra ver no computador. Mas é muito pouco, quase nunca. (“B”).

“B” depende de flexibilidade de atendimento, conforme exposto no relato acima, pois o foco do seu negócio é exatamente avaliar os ambientes e desenvolver ali um trabalho de decoração utilizando recursos específicos para este fim.

“C” afirma que “As pessoas não iam mais, quer dizer, iam, ainda tinha uns que passavam, era sábado, supermercado próximo, as pessoas ainda passavam. Depois foi diminuindo até acabar, e a gente não tinha condições de ficar mais.”

No caso de “C”, ficou evidente que a localização da feira e, conseqüentemente, do seu negócio, era estratégica para o sucesso do empreendimento. Ressalta-se, portanto, que a perda do espaço com boa localidade foi determinante para o seu encerramento.

[...] eu tinha uma parceria com uma clínica psiquiátrica. Mas era alguns lugares que a gente ia fazer seção. Então a gente achava algumas clínicas, hospitais, e tudo, mas eu não cheguei a fazer seção com empresas não, em empresas grandes, algum evento assim eu não fazia não. ("D").

No caso de "D", a partir do relato acima, podemos inferir que a visita aos locais com clientes potenciais era fundamental para a sobrevivência do negócio. Ela dificilmente teria acesso a esses clientes se o seu negócio funcionasse em alguma localidade fixa. Dessa forma, entendemos que a flexibilidade de localização é uma característica desse ramo de negócio.

5.2.2 Planejamento

O planejamento é tido como um dos principais processos na gestão empresarial. Esta afirmação pode ser sustentada na ampla literatura existente nas ciências gerenciais. Citam-se alguns como Dutra e Previdelli (2005); Bonacim *et al.*, (2009); Cunha e Soares (2010); Guerra e Teixeira (2010); Story (2011); Ferreira *et al.*, (2012); Misunaga *et al.*, (2012); Borges e Oliveira (2014); Nietzke e Oliveira (2014).

Ao contrário de Ferreira *et al.* (2008), os autores Albuquerque e Filho (2011) denotam, por exemplo, que a sobrevivência da empresa não depende apenas do dirigente. Em suas pesquisas, avaliaram a produção acadêmica dos fatores mais discutidos de mortalidade de pequenas empresas no período 2000-2010 em que foi constatado que tais fatores estão relacionados à empresa e ao ambiente: o planejamento formal (13 citações), os fatores relacionados às áreas funcionais (10 citações), as condições econômicas (8 citações), a concorrência (8 citações) e o mercado consumidor (7 citações).

Mais de 50% dos estudos investigados apontaram a falta do planejamento estratégico formal como a principal causa de mortalidade das pequenas empresas. No entanto, segundo os autores, esses estudos carecem de um maior refinamento, os resultados ainda são conflitantes, apesar da aparente unanimidade propagada pelas teorias vigentes, pela mídia em geral e pelo SEBRAE.

Ao lado disso, Dutra e Previdelli (2005) entendem que em relação a todos os fatores de gestão, faz-se necessário que os empresários de micro e pequenos negócios busquem maior capacitação gerencial, disponibilizando mais tempo e se preparando para empreender, tendo em vista o sucesso empresarial. É preciso

desenvolver uma avaliação de suas características pessoais, suas capacidades, pontos fortes e fracos para que possam identificar-se com o negócio e explorar melhor suas potencialidades.

Apesar da evidente importância atribuída ao processo de planejamento do negócio por parte dos diversos autores da área, quanto às unidades produtivas informais, essa realidade é diferenciada. O empreendedor individual ou pequeno empreendedor em sua estratégia empírica de gestão geralmente não consegue definir um planejamento formal para seguir e administrar custos, vendas e clientes, fazendo com que o elo oportunidade X lucratividade se rompa, e dessa forma, muitas empresas já estão condenadas a fecharem as portas antes de completar seu primeiro aniversário (Cupertino, 2012).

Gomes *et al.* (2005) contribuem ao concluírem que, em relação às atividades organizacionais, a maioria dos empreendedores informais avaliados em seu estudo (70,4%) declarou que não havia coletado informações de nenhuma natureza antes de iniciar seu negócio, revelando a total ausência de planejamento formal nessa fase. Do restante (29,6%) que afirmaram ter coletado informações iniciais, a minoria participou efetivamente de cursos de qualificação com noções básicas de plano de negócios, pois para alguns empreendedores informais, a coleta de informações restringiu-se a um tipo de prospecção informal, caracterizada principalmente por contatos com amigos e familiares que possuíam algum tipo de conhecimento do ramo de negócio a ser explorado.

Para Cupertino e Mendonça (2012), o processo de planejamento do negócio é indispensável, pois é ele quem dará suporte para a tomada de decisões, estabelecendo parâmetros técnicos que permitam gerenciar momentos de crise da empresa. Assim, abrir um empreendimento sem um planejamento é ficar à deriva em um mar chamado mercado.

As percepções, acerca do planejamento dos empreendimentos analisados, serão discutidas a seguir. O QUADRO 23 apresenta os principais relatos diante ao tema:

Quadro 23 – Planejamento

Empreendedores	Relatos
A	"Atualmente os clientes que eu tenho, nas feiras, nos eventos que eu vou graças a Deus são bons, mas eu quero aumentar isso. Com isso a gente faz divulgação, dá cartão de visitas nas feiras que a gente vai, fala do produto, a gente tem encomendas, e isso vai de boca a boca. Um conta, faz uma encomenda, fala com o outro, "ó, comprei de fulano de tal, cartãozinho tá aqui, aí o outro liga, ó eu quero encomendar

	também” e aí vai crescendo.”
	“[...] eu quero que o meu grupo cresça, quero pelo menos uma dez pessoas trabalhando nesse grupo, de vento em polpa, se Deus quiser.”
B	“Planejamento entende? Eu aprendi que na vida, é claro que ela não pode ser o tempo todo planejada, mas é preciso ter planejamento. [...]”
C	“Não tenho planejamento. Só o boca a boca, nada de internet.”
D	“Eu tive uma diretora que me direcionava pra isso, mas eu não fazia muito. Eu fazia o planejamento, mas eu não priorizava, eu não corria atrás da minha meta.”

Fonte: Dados da pesquisa

As respondentes, em sua maioria, acreditam que o planejamento é importante para o sucesso do negócio. Todavia, devido à rotina e alguns problemas operacionais essa prática fica, muitas vezes, prejudicada.

A respondente “A” acredita e defende a importância do planejamento, motivo pelo qual a mesma busca mais conhecimento por meio das diversas capacitações e orientações que consegue acessar.

“B” ressalta que apesar da informalidade do seu negócio, sempre prezou por um bom planejamento e acredita que o sucesso do empreendimento está diretamente relacionado à existência de um bom planejamento.

Na situação de “C”, o processo de planejamento se mostrou incipiente. A partir dos dados coletados, ela demonstrou certo desconhecimento quanto aos processos de planejamento e restringiu esse processo apenas à divulgação do negócio.

Para “D”, o planejamento é importante, mas ficou evidenciada sua falta de empenho nesse quesito.

Diante das considerações provenientes dos dados coletados na pesquisa, percebe-se uma tendência ao uso do planejamento, por parte dos negócios que sobreviveram, mesmo que de forma amadora e sem muitos recursos técnicos. Ao contrário, a tendência não foi constatada nos empreendedores cujos negócios morreram.

5.2.3 Presença de auxiliares

A presença de auxiliares no universo dos negócios formais é bastante clara e se dá, normalmente, por meio de contratos de trabalho formalizados, sustentados por direitos trabalhistas em consonância com a legislação do país. No cenário das unidades produtivas informais, no entanto, este auxílio não se apresenta dessa forma, porque o próprio negócio não sendo formal inviabiliza a contratação de

auxiliares. Segundo Gomes *et al.* (2005), trabalhadores informais exercem atividades econômicas à margem da lei e desprovidos de proteção ou regulamentação pública. Ademais, o trabalho informal também se caracteriza pela ausência das relações contratuais.

Espera-se, portanto, que a presença de auxiliares nas unidades produtivas informais possa surgir da rede de relacionamentos dos empreendedores, seja ela familiar, profissional ou de amigos. Tais suposições serão analisadas no QUADRO 24 a partir dos achados verificados.

Gomes *et al.* (2005) demonstra nos resultados da sua pesquisa que 32,1% dos pesquisados declaram não ter recebido o apoio de familiares ou amigos durante a decisão de iniciar o negócio, tendo sido uma iniciativa própria. Os estudiosos destacam, ainda, que o índice mais representativo corresponde aos 23,8% empreendedores os quais afirmaram ter recebido apoio dos pais, demonstraram forte ligação entre familiares permeados, principalmente, à vida fora dos grandes centros urbanos.

Essa falta de apoio no momento da decisão de abertura do negócio poderia denotar uma conseqüente falta de apoio também no decorrer da atividade. Porém, se faz necessária uma análise mais aprofundada dos estudos empíricos sobre o assunto para confirmação da hipótese.

Quadro 24 – Presença de Auxiliares

Empreendedores	Relatos
A	“Agora estou só com duas pessoas, sou só eu e minha filha.” “A minha filha. Ela me ajuda na produção e eu vou pra feira comercializar.”
B	“Minha ex-sócia e minha irmã.” “Quando eu iniciei, eu tentei a sociedade com uma amiga. Ela no caso faria os desenhos de decoração, pois decoração mesmo nunca foi o meu forte, em termos de desenho, parte técnica. [...] na verdade ela ficou assim inútil no sentido em que a parte que ela realizava era técnica e às vezes tinha projeto que não tinha nem necessidade disso. Aí ficou assim desconstruído. Eu percebi que esse trabalho tinha que ser realizada por mim sozinha.” “Tive uma secretária, mas não tenho mais,”
C	“Tinha uma amiga que me ajudava e até hoje eu tenho a parceria dela. Mas eu que coordenava.”
D	“Não tive.”

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme hipótese levantada no início desta seção, os resultados demonstram que, exceto no caso “D”, a presença de auxiliares nos empreendimentos analisados partiu da rede familiar ou de amizade dos indivíduos. Vale ressaltar que “B” possuiu uma secretária apenas no período em que seu negócio precisou ser formalizado, já que prestou serviço para uma empresa formal. Após esse período, a presença de auxiliares também partiu de sua rede familiar e de amigos. Reforçamos aqui, assim como nas seções anteriores, a importância dos laços para a sobrevivência das unidades produtivas informais.

Cabe salientar que não foi relatada, em nenhum dos casos, a presença de algum apoio técnico para as atividades produtivas estudadas, como por exemplo, contadores, advogados, dentre outros.

5.2.4 Clientela

Para qualquer empresa, espera-se, logicamente, que o seu número de clientes seja satisfatório para a sua sobrevivência. (Vale *et al.*, 1998; Krom & Felipe, 2005; Sales, Barros & Pereira, 2008; Ferreira *et al.*, 2012; Eckert *et al.*, 2013). Todavia, alguns estudos como o de Santini *et al.* (2015), por exemplo, demonstram que com relação aos fatores necessários para que o empreendimento alcance bons resultados nos primeiros anos de vida, pouca importância foi demonstrada pelos empreendedores com o tipo de instalação e a identificação dos clientes potenciais. Segundo os respondentes, a identificação do número de clientes foi o fator de menor influência para o início de um negócio, apresentando índice de 15,39%.

Mahamid (2012), *apud* Santini *et al.* (2015), sustenta que desenvolver clientes desde o início do empreendimento é uma tarefa importante de responsabilidade do empreendedor, que deverá dedicar especial atenção para esse fator, pois poderá tornar-se um importante diferencial para seu negócio, afastando-o do fracasso empresarial, que é comum nas MPE's durante os primeiros anos de atividade.

Sales, Barros e Pereira (2008) corroboram a afirmação ao apresentarem os dados em sua pesquisa, cujo objetivo principal foi comunicar os resultados de uma análise descritiva que procurou investigar as características específicas de 32 empreendimentos produtivos que não sobreviveram entre os anos de 2000 e 2005 e os fatores condicionantes de sua mortalidade. Os resultados obtidos apontam para uma taxa de mortalidade muito acima da média do Brasil e de Minas Gerais. Destacaram-se como fatores mais importantes para o fechamento das empresas, dentre outros a falta de clientes.

Na presente pesquisa, pode-se perceber a importância dada aos clientes por parte das empreendedoras, assim como a diversidade de perfis existentes nos diferentes segmentos estudados. Tais constatações serão apresentadas e discutidas a seguir.

As entrevistas realizadas abordaram tanto a satisfação das empreendedoras no tocante à quantidade, perfil e relacionamento com seus clientes, quanto sobre a percepção da satisfação destes clientes em relação aos seus respectivos produtos ou serviços, por parte das empreendedoras.

Quadro 25 – Clientela

(continua)

Empreendedoras	Relatos
A	<p>“A gente não consegue agradar a todos, mas a maioria a gente consegue agradar com o nosso produto.”</p> <p>“Atualmente os clientes que eu tenho, nas feiras, nos eventos que eu vou graças a Deus são bons, mas eu quero aumentar isso. Com isso a gente faz divulgação, dá cartão de visitas nas feiras que a gente vai, fala do produto, a gente tem encomendas, e isso vai de boca a boca.”</p> <p>“[...] acho que os clientes gostam dos meus produtos, pois são muito elogiados.”</p>
B	<p>“[...] com meu trabalho e com meus clientes, ele não ficou num nível só profissional, então ele se transformou num nível que eu nem sei te explicar, porque era a tempo e a hora, que eu detectava a real necessidade deles, e aquele desejo mesmo muito forte de fazer dar certo, não só pra mim, mas pra eles.”</p> <p>“Apesar de ser informal e de ter muito forte esse laço que começou a ser construído de amizade, porque as pessoas não me queriam mais só como profissional, continuava o respeito, eu por eles, eles como clientes, e eles por mim como a profissional.”</p> <p>“[...] eu consegui me firmar, com clientes muito bons.”</p> <p>“O número de clientes, para o momento em que estou vivendo é satisfatório.”</p>

(conclusão)	
Empreendedores	Relatos
C	“Os clientes eram suficientes, um bom número.” “Vendia cerca de 100 pares de chinelo por mês.”
D	“[...] olha até que assim, os clientes que eu tinha, valia a pena. Eram profissionais da minha área né? Não tinha uma renda muito boa, mas eram pessoas que eu podia confiar, eram pessoas esforçadas, eram pessoas que quando a gente fazia as seções eram pessoas que investiam mesmo e valorizava. Então assim, quanto a isso era bem tranquilo, tanto que até hoje eles me procuram.”

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à “B”, também foi possível notar o respeito e a importância atribuída aos clientes:

Para “C”, a quantidade de clientes era satisfatória quando o negócio ainda existia. Além disso, quanto à satisfação dos clientes ela relata que “Mais eram elogios mesmo, porque comprava, já experimentava ali e nunca tive problema não.”

A partir do relato de “C”, pode-se perceber que mesmo tendo sido encerrada suas atividades, ela ainda mantém o vínculo com seus clientes por meio da sua rede profissional. Além disso, destaca-se, aqui, o fato do negócio ainda persistir, mesmo que de forma pontual, e, ainda sendo declaradamente encerrado por sua empreendedora.

Visando avaliar as ações sobre a manutenção da clientela, como também o relacionamento com o cliente no segmento das unidades produtivas informais, foi perguntado para as empreendedoras como as mesmas realizam o monitoramento da satisfação dos clientes. A empreendedora “A” relata o seguinte:

[...] a gente faz pesquisa formal. E quem nos fornece isso é a SEDESE do governo. [...] aí a gente passa, entrega 10 ou 15 ou 20 para cada empreendimento que está na feira e eles chegam nos clientes e pede, você poderia responder isso aqui pra gente? É pra ver se você gostou do nosso produto, o que a gente tem que melhorar aqui no nosso produto, que você gostaria que tivesse aqui que ainda não tem. Nós temos tudo isso nas nossas pesquisas. (“A”).

“A gente vê o que tá errado aqui. Olha esse produto aqui não ficou bom, o que a gente tem que melhorar? Olha, tem esta sugestão aqui, vamos melhorar nesse ponto.” (“A”)

“B” não realiza pesquisa formal sobre a satisfação dos clientes conforme relato a seguir. No entanto, e ela acaba por receber, segundo ela, um feedback espontâneo por meio das redes sociais e do seu blog. “Pesquisa formal não. Mas eu sempre pergunto. Sei que não é a mesma coisa, mas sempre pergunto, sempre procuro ver com eles né, o que eles gostariam que eu mudasse.” (“B”).

“C” não realizou pesquisa de satisfação junto aos clientes, mas, por dedução, ela conclui que os mesmos eram satisfeitos a partir da seguinte percepção: “Eu sentia a satisfação deles porque eles sempre voltavam né? Acabava aquele lá e já queria outro.”

Já “D” informa nunca ter realizado pesquisa formal de satisfação. No entanto, ao afirmar “Eu acredito na empresa, é uma empresa muito boa e reconhecida no mercado”, podemos inferir que os clientes são satisfeitos com a marca “Mary Kay” por se tratar de uma empresa reconhecida no mercado.

Diante do exposto, nota-se, portanto, uma preocupação com os clientes, de forma mais efetiva nos casos “A” e “B”, assim como procedimentos importantes para avaliar e buscar ações para garantir a sua satisfação. Tal constatação nos permite inferir que este fator impacta na sobrevivência das atividades produtivas de forma positiva e, ao contrário, sua ausência poderia impactar de forma negativa contribuindo para a mortalidade das atividades produtivas.

5.2.5 Ferramentas

Os empreendedores podem contar com diversas ferramentas para a condução dos seus negócios, sejam elas de natureza gerencial, tecnológica, de informática ou aquelas de natureza específica para seu empreendimento. Segundo Eckert *et al.* (2013), de forma geral, pode-se perceber que as razões apontadas pelos empresários das empresas, tanto ativas quanto extintas, possuem alguns pontos comuns e outros divergentes. Para os referido autores, os principais pontos em comum são o despreparo dos empreendedores, que não sabem utilizar as ferramentas gerenciais e o desconhecimento do negócio em que atuam.

No contexto das unidades produtivas informais, considerando os achados de Gomes *et al.* (2005), em que eles caracterizam esse público, além de outros fatores, pelo reduzido emprego de técnicas, pode-se avaliar, à luz dos resultados desta pesquisa, de que forma esse fator pode contribuir para a sobrevivência ou mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda.

Quadro 26 – Ferramentas

Empreendedores	Relatos
A	<p>“Eu comecei o curso de informática e o resto lá vou devagar. Eu comecei a fazer o curso, mas não terminei.”</p> <p>“Aí eu comprei uma batedeira industrial, comprei um forno maior, a gente vai comprando as vasilhas, os equipamentos devagar. Não tudo ainda não, mas já tem alguma coisa boa já, graças a Deus.”</p>
B	<p>“Só tenho computador.”</p> <p>“Faço cronograma.”</p>
C	<p>“Não tinha planilha não.”</p>
D	<p>“Os produtos mesmo, a máquina de cartão, o celular e as redes sociais, essa tecnologia contribui muito para ajudar no agendamento das seções, divulgar.”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados apontados no QUADRO 26 acima, permite-nos compreender o que, na visão das empreendedoras, são ferramentas de trabalho na gestão dos seus negócios. Para elas, o termo ferramenta está diretamente associado a recursos computacionais, sejam de hardware ou de software. Para “A”, além da associação com a informática, os equipamentos utilizados na cozinha para produção e armazenamento dos produtos também são considerados ferramentas. Para as “B” e “C” o uso de ferramentas no negócio se restringe à utilização do computador, ao passo que “C” relata não possuir nem a ferramenta. Por fim, para “D”, os recursos da tecnologia da informação como computador, celular, redes sociais eram as principais ferramentas de apoio para sua atividade. Além desses ela destaca a importância da máquina de cartão de crédito, que, segundo ela, foi a ferramenta que a auxiliou na resolução do problema da inadimplência até então praticada pelos clientes.

5.2.6 Crédito

As empresas, principalmente as de micro, pequeno e médio porte, possuem dificuldades de acesso ao crédito e a novas tecnologias, o que contribui fortemente para a mortalidade dos negócios. (Guerra & Teixeira 2010). Além disso, a pesquisa de Bonacim *et al.* (2009) acerca dos fatores que podem levar as MPE's ao fechamento prematuro, concluiu que a causa da mortalidade ocorre devido a um conjunto de fatores associados que, acumulados, contribuem para o fenômeno. Os principais deles são os seguintes: falta de planejamento prévio; escassez de linhas de crédito; baixa demanda por seus produtos e serviços; elevada carga tributária.

O acesso às linhas de crédito tem sido discutido ao longo dos últimos anos por diversos autores. Vale *et al.* (1998); Dutra e Previdelli (2005); Carter e Auken (2006); Megliorini e Motta (2005); Sales, Barros e Pereira (2008); Bonacim *et al.* (2009);

Pereira *et al.* (2009); Scheers (2011); Pereira e Souza (2011); Ferreira *et al.* (2012); Eckert *et al.* (2013); Dias *et al.* (2014). Se para o setor informal esse requisito se apresenta como essencial para a sobrevivência dos empreendimentos, muito mais preocupa as unidades produtivas informais. As dificuldades mais marcantes são as relacionadas à falta de dinheiro (68,2%) presentes desde o início e durante todo o desenvolvimento do negócio. Como principal consequência está a falta de capital de giro, que impede o empreendedor informal de expandir seu negócio. A dificuldade financeira ocasiona a falta da compra de materiais (23,9%), a falta de ponto de venda (19,6%) e a falta de clientes (18,8%). (Gomes *et al.*, 2005).

No cenário da informalidade, a manutenção da falta de capital próprio como principais dificuldades elencadas levam à percepção de que existe um problema de financiamento, cuja solução percebida não passa pela oferta de novas linhas de crédito dadas às altas taxas de juros vigentes (SEBRAE, 2005).

Os relatos a seguir, demonstrados no QUADRO 27 buscam visualizar os resultados provenientes da coleta de dados da pesquisa acerca do fator crédito.

Quadro 27 – Crédito

Empreendedores	Relatos
A	<p>“Ah crédito esse... (Suspiro, riso). Esse crédito é bem lá embaixo viu. Eu queria que fosse mais, mas o crédito a gente que não trabalha não ganhamos assim certo, não tem como. Porque você não tem uma nota fiscal, não tem como comprar as maioria dos insumos a crédito fica bem complicado. Se você não tiver ali o dinheiro pro cê comprar a vista, você não tem como sobreviver.”</p> <p>“[...] estaria melhor, eu estaria com mais equipamentos, eu estaria com mais insumos, e também com um estoque de insumos pra mim poder trabalhar se tivesse mais crédito.”</p>
B	<p>“Eu invisto só o que ganho. Nunca peguei um empréstimo. O banco até oferece, porque hoje é uma facilidade né? Não pego empréstimo porque eu não preciso. Eu nunca precisei.”</p>
C	<p>“[...] Na verdade eu tinha medo até sabe, de abrir uma linha de crédito e depois não dar certo e ficar devendo banco. Então eu usava o que girava ali. Eu reinvestia o que recebia.”</p>
D	<p>“Pra fazer o inicial não precisei de crédito. Eu infelizmente tive que apertar um pouco, porque eu tive um problema na minha conta e, exatamente por falta de organização eu tive uma dívida com o negócio e aí foi uma coisa que me desmotivou também, mas é porque eu não corria atrás, eu não dedicava. [...]”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

A partir dos relatos apresentados, pode-se perceber que a relação com o crédito possui diferentes percepções entre as empreendedoras. Para os empreendimentos que sobreviveram, um apresenta-se favorável e, aparentemente muito dependente do crédito. Do contrário, a outra empreendedora, cujo negócio sobreviveu, se manifestou de forma desfavorável ao crédito e sem nenhuma

dependência do mesmo. O que difere os dois casos é que, apesar de ambas serem pertencentes ao segmento de baixa renda, a primeira (“A”) tem no negócio sua principal fonte de renda. Além disso, possui uma clientela com renda inferior à da segunda (“B”). Esta, por sua vez, relata possuir clientes com uma situação social melhor e, além disso, possui a renda do aluguel da casa da sua mãe que faleceu recentemente. Soma-se a este contexto, o fato da primeira ser viúva e não poder contar com mais ajuda além da sua única filha, ao passo que a segunda ainda tem contato com o ex-marido que a socorre em momentos de necessidade.

No que se refere ao fator crédito no contexto dos empreendimentos que encerraram suas atividades, percebe-se haver uma situação similar ao ocorrido no relato anterior. A empreendedora “C” se manifestou desfavorável ao crédito, mas, de forma implícita, podemos inferir que a redução de clientes pode ter provocado a redução dos lucros e por consequência o encerramento do negócio. Sua resistência à aquisição de crédito pode ter contribuído para a dificuldade de adquirir recursos para a continuidade da atividade produtiva. Como mencionado, segundo Gomes *et al.* (2005), uma das principais consequências da falta de clientes está na falta de capital de giro, que impede o empreendedor informal de expandir seu negócio. Se o empreendedor não possui ou abre mão de uma linha de crédito, dificilmente o negócio prospera. Contudo, para o SEBRAE (2005) as empresas podem estar evitando o financiamento numa conjuntura imprópria por conveniência, ou instinto de sobrevivência.

No caso da outra atividade encerrada, “D” nos pareceu propensa a recorrer ao crédito para garantir a realização das atividades. Porém, ficou evidente de que a falta de controle desse fator contribuiu fortemente para o encerramento do negócio.

5.2.7 Despesas

É através do controle financeiro que uma empresa se mantém. Por isso, o planejamento financeiro consolida a forma pelo qual os objetivos almejados poderão ser alcançados. Ao lado de outros indicadores financeiros, as despesas dos empreendimentos são fatores que podem interferir diretamente na sobrevivência ou na mortalidade dos negócios.

Segundo Pereira e Souza (2011), são várias as causas que levam ao fracasso as micro e pequenas empresas (MPE's) no Brasil, dentre algumas podem-

se citar as falhas gerenciais, fatores econômicos, despesas excessivas, falta de conhecimento do mercado, entre outras.

No que diz respeito aos indicadores financeiros e seus fatores intervenientes que podem atingir as unidades produtivas informais deve-se considerar que a atividade produtiva possui características típicas influenciando em sua gestão, de modo que o reconhecimento dos fatores levaria à sua sobrevivência ou à sua mortalidade de maneira mais impactante que nos negócios formais, considerando sua vulnerabilidade social.

O QUADRO 28 adiante descreve as principais despesas citadas pelas empreendedoras.

Quadro 28 – Principais despesas

Empreendedoras	Relatos
A	“[...] com os insumos.” “Tenho com cartãozinho de visita, tem o transporte quando vai para a feira tem que pagar um carro. Quem tem carro vai de carro, mas quem não tem um carro igual eu, tem que pagar um carro para levar e trazer, porque na maioria dos eventos a gente leva fogão, botijão, mesa, panela, vasilha, tudo. Leva toda a estrutura da cozinha a gente leva. Aí a gente leva caixa de isopor com as comidas, com os congelados, então tem que ser um carro, não tem como”.
B	“Esse pequeno estoque que eu disse que tenho, transporte, alimentação e cursos. Eu gosto bem de cursos para aprimorar mesmo.”
C	“a compra do estoque e não tinha mais despesa. Ia para a feira a pé. Mas era aqui pertinho né? E a alimentação eu levava, não tinha despesa com alimentação não.”
D	“Com os produtos e o transporte”

Fonte: Dados da pesquisa

Como pode ser observado no quadro acima, as despesas dos quatro empreendimentos variam, em sua maioria, entre insumos, transporte, alimentação. A indivíduo “A” relata a despesa com cartão de visita, o que sinaliza ser uma das principais formas de divulgação dos produtos. Ressalta-se o fato de que tais cartões não são feitos em empresa especializada, mas sim em uma Lan House de propriedade de uma amiga. Ela destaca esse fato exatamente para demonstrar a preocupação com a redução de despesas do negócio. Quanto à “B”, além das despesas comuns aos demais empreendimentos, ela classifica a realização de Cursos como despesa, mas em seguida atribui essa iniciativa mais como um investimento do que propriamente uma despesa.

5.2.8 Lucro

Conforme citado na seção anterior, as despesas têm um papel fundamental na concepção do lucro. São várias as teorias que envolvem e mensuram os lucros, desde as mais objetivas como as de acordo com os princípios contábeis, geralmente aceitos, até as mais subjetivas que levam em consideração as teorias econômicas, as intenções empresariais, as expectativas futuras, o resultado econômico, etc. (Kassai, 2010).

O preço de venda deve ser justo para o consumidor e adequado para garantir a sobrevivência da empresa. O custo do produto e/ou serviço, os custos fixos, os impostos, as comissões e a margem de lucro devem formar o valor final, de tal maneira que ofereça um resultado de lucro líquido almejado pela empresa em seu plano estratégico. A maneira mais fácil e eficiente para a pequena e média empresa estabelecer preços é por comparação, de maneira prática destina-se em ir ao mercado e verificar os preços praticados. Em função dos preços é que se estabelecem os custos. Controles simples e constantes são indispensáveis. Ter uma exata noção dos custos ajuda a vender, a negociar, fornece velocidade na decisão e pode colocar a empresa à frente da concorrência (Ministério do Trabalho e Emprego, 2000).

Para o SEBRAE (2005), no caso de políticas para as pequenas unidades produtivas informais, é fundamental identificar não só o potencial gerador de lucro do conjunto de ativos como também a pobreza, o risco e a capacidade de arrecadação associada. Outro elemento fundamental para a determinação do potencial da desaceleração das unidades é diferenciar a alocação de recursos para consumo e para investimento no interior das pequenas firmas/unidades familiares. Pois existe uma ligação estreita entre o lado pessoa física dos micro empresários com o lado pessoa jurídica, mesmo que informal, dos seus respectivos negócios.

A sobreposição das facetas implica que o entendimento da estrutura e funcionamento das empresas deve levar em conta as características do(s) seu(s) dono(s) e de sua(s) família(s). Além disso, para Guerra e Teixeira (2010) a baixa taxa de lucro é devida à intensa concorrência nos setores povoados por pequenas empresas.

Os achados da pesquisa apresentados a seguir (QUADRO 29) demonstram grande subjetividade desse conceito na perspectiva das empreendedoras

entrevistadas. Além disso, não se evidenciou a presença de técnicas refinadas para a determinação do lucro, o que nos parece, num primeiro momento, ser uma característica da tratativa do lucro no segmento das unidades produtivas informais na população de baixa renda.

Quadro 29 – Lucro

Empreendedores	Relatos
A	“Meu lucro é bom, mas quero mais.”
B	“[...] o negócio me proporciona um bom lucro. Estou satisfeita.”
C	“O lucro assim, não era aquele lucro, porque a gente não tinha orientação de como trabalhar, então a gente mesmo colocava o preço, achava que dava ali, que tava dando pra ganhar e comprar de novo. Não colocava o preço muito alto no chinelo, porque pela região aqui também se fosse um custo muito alto não vendia. Mas prejuízo não tinha não. Porque a gente calculava né, colocava o preço do chinelo, o quanto que gastou de material, calculava e colocava um preço que dava pra vender, podia comprar de novo e tirava nossa parte. Senão a gente estaria trabalhando de graça.”
D	“Lucro foi uma das questões que eu não consegui direcionar muito, exatamente pelo fato de eu não conduzir bem as seções e tudo. Então como a princípio eu tava vendo aquilo ali como uma outra forma de complementar a renda, então assim, eu não contabilizava o lucro, eu não contava com ele. O que eu ganhava eu pagava a minha fatura e não cheguei a ver se aquilo realmente me trouxe um lucro não. Mas a princípio não trouxe não, porque a princípio como eu tinha aquela perspectiva muito assim de crescer, mas eu queria crescer por conta própria, então eu ia fazendo os pedidos, eu ia adquirir tudo e eu não ia vendendo, então eu fui parando.”

Fonte: Dados da pesquisa

Seguindo esta linha de raciocínio subjetivo e intuitivo, aparentemente comum no contexto das unidades produtivas informais, nota-se, nos relatos a seguir, que esse público é permeado por vocabulários próprios e atitudes que podem ser coerentes com os primeiros achados da pesquisa, como por exemplo, a baixa escolaridade e a falta de experiência prévia ao negócio.

O lucro é a sobra. É o que sobra. Por exemplo, no meu grupo três pessoas falam: nós vamos ter um coffe brack que vai custar R\$1300,00 pra comprar o material, por exemplo, fora o gasto que a gente coloca condução, água luz, coloca tudo na planilha. Só pra gente comprar o material vão ser R\$1500,00 ou R\$1800,00 fora os outros gastos. Aí a gente junta e diz vamos dividir este gasto aqui? Aí cada uma dá um tanto. Aí junta esse tanto, vai lá, compra os insumos, fabrica junto o produto, leva pra feira, comercializa. Volta, pega aquele dinheiro, tira todo o gasto que você teve na feira, dos insumos, da água, da luz, de tudo. É tudo dividido. Esse aqui sobrou, aí são as sobras. É dividido em partes iguais para todos que trabalharam. Isso é o que gente chama de sobra. (“A”)

Inclusive também tem uma coisa interessante no meu trabalho viu? É um pouco de diferencial, não trabalho com desconto, não aceito, ninguém pechincha comigo, não tem desconto, não tem chorinho, não tem mais ou menos, não tem nada disso, foi a única coisa, ou uma das coisas que eu coloquei [...] eu acho que primeiro é pra mim, eu sempre procurei dar um preço justo, em questão de espécie, sabendo que eu sempre daria o meu melhor, o melhor mesmo, então assim, era aquele valor. (“A”)

Averigua-se que de todos os empreendimentos, o único que pareceu estar satisfeito com o lucro é o de “B”. Esse fato poderia ser explicado, talvez, pela especificidade do seu serviço (Feng Shui) e a conseqüente dificuldade de se encontrar o serviço no mercado, o que o torna um serviço, como ela mesma afirma, diferenciado. Entretanto, essa constatação não passa de uma dedução que deve ser confirmada.

A percepção dos especialistas quanto às fontes de informações dos empresários das MPE's, segundo Pereira *et al.* (2008), restringe-se ao relacionamento com o cliente, ao contato com outras pessoas do segmento, e à leitura de revistas e jornais; entretanto, a quantidade de informações para tomar decisões é muito pequena. Muitos desconhecem a disponibilidade de informações no IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no SEBRAE-SP e em outras entidades relacionadas aos segmentos de atuação, o que dificulta a elaboração de um plano de negócio ou a adequação de suas estratégias. Com essa deficiência, muitas decisões são tomadas de forma intuitiva, o que pode se caracterizar como um problema, uma vez que nem sempre a intuição é suficiente para se tomar boas decisões. Muitos empresários tomam conhecimento dessa disponibilidade quando procuram consultorias para ajudá-los a resolver os problemas de seus negócios. Essa “intuição” pôde ser percebida no momento das análises dos resultados acerca do fator “lucro” nos empreendimentos estudados.

5.2.9 Disponibilidade de produtos

A gestão de estoques é fator de grande importância para as empresas, pois se bem administrada gera vantagem competitiva no mercado em que atua. Possuindo um controle de estoque é possível atender os clientes de forma rápida e hábil. (Vaz & Gomes, 2011). Embora, os autores ressaltem que, a empresa que decide investir em altos estoques se responsabiliza pelos riscos que isso pode causar. A administração de estoques deve minimizar o capital investido, pois ele é oneroso e aumenta gradativamente. Um nível ótimo garante estoque suficiente para cobrir as vendas esperadas, não apresenta excessos de capital e proporciona bons índices de giro de mercadorias.

Em seu estudo sobre a sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista, Guerra e Teixeira (2010) identificam como um dos fatores de dificuldade de sobrevivência das micro e pequenas empresas o reduzido poder para barganhar reduções nos custos das compras e de transportes, por conta das diminutas escalas de produção. Esse fator pode afetar o poder de fazer estoque por parte dos empreendimentos.

Nas unidades produtivas informais, o fator “estoque” possui algumas particularidades além do reduzido poder de barganha para sua efetivação. A venda de produtos, por exemplo, pode trazer a insegurança em relação aos produtos estocados, considerando o risco de uma possível fiscalização e as possíveis consequências para o negócio. Ademais, as dificuldades de crédito e baixa margem de lucro, inerentes a esses negócios, também podem ser fatores impeditivos para a aquisição de produtos, apesar dos seus conhecidos benefícios. A seguir (QUADRO 30), serão apresentadas as considerações das empreendedoras acerca da realização de estoques, cuja denominação mais adequada para o contexto seria “disponibilidade de produtos”. Conforme em outros contextos citados na pesquisa, o termo “estoque” está mais direcionado ao setor formal.

Quadro 30 – Disponibilidade de produtos

(continua)

Empreendedores	Relatos
A	“[...] Por enquanto a gente ainda compra. Tem muita coisa que dá para comprar, igual eu posso comprar caixa de óleo, caixa de leite condensado, posso comprar fardo de farinha de trigo. Agora estamos até com um processo aí da gente olhar na Wilma, pra gente comprar sacos de farinha pra todos na rede dividido. A gente tá precisando de ir lá. Eu não tive tempo ainda nem a coordenadora da rede. Vamos ver se vai dar no princípio do ano, A gente ir lá para ver se a gente faz uma parceria pra comprar farinha mais em conta e em maior quantidade que dá para todos da rede e a gente traz pra cá nesse espaço e divide.”
B	“Às vezes tenho um pouco de estoque, porque no Feng Shui tem algumas curas no ambiente, que justamente pra poder abaixar o custo pro cliente. Se ele não tem essa renda, ou até mesmo essa disponibilidade, ou até mesmo ele não quer mexer com isso. Então a gente tem alguns objetos, que são pequenos espelhos e alguns cristais que fazem, cumprem essa função de controle de fluxo [...]. Então eu às vezes tenho um pouco, mas por mais que eu invista, no máximo R\$1200,00 eu tenho um estoque. O cliente vai me repassar isso depois, já tá na minha planilha, já tá na minha organização.”

(continua)

Empreendedores	Relatos
C	“Sim. De chinelos e de materiais, de missangas. Hoje eu trabalho com o que sobrou, com o que tem aí. Se precisar vai lá e compra um tiquinho para fazer, mas antes não, ia lá e comprava os pacotes fechados, caixas fechadas, numeração, a produção era grande.”
D	“Eu tinha que ter um estoque pra poder ter um mostruário na hora da visita. Aí você traça o perfil do cliente.”

Fonte: Dados da pesquisa

A respondente “A” relatou a “compra de insumos em escala” como um dos principais objetivos que o grupo almeja conseguir no curto prazo, pois essa ação proporcionaria uma redução dos custos para todos, devido ao possível poder de barganha. Vale destacar que, para atingir esse objetivo, o grupo já está em contato com a Empresa “Wilma Alimentos”, no sentido de fazer uma parceria para fornecimento de fardos de produtos com preços mais acessíveis.

Quando questionada sobre a importância da realização de estoque, “A” relata o seguinte:

Eu acho importante. Porque de repente uma pessoa liga pra mim e fala, estou precisando de um coffe brack pra 500 pessoas. Eu não tenho isso. O que eu vou fazer? Eu vou ter que arrumar um dinheiro emprestado, num sei aonde nessa época para fazer isso que eu não tenho, ou então vou chamar mais dois grupos ou três para me ajudar nesta tarefa e repartir as sobras. Porque a gente sempre faz isso. Sempre quando um grupo da rede tem uma coisa grande assim, ela chama mais dois ou três grupos porque não dá para chamar todos, mas chama dois ou três para ajudar na tarefa. (“A”).

A presença ou não de estoque para as empreendedoras analisadas pode ser considerada específica para cada caso. No caso de “A”, a presença de estoque, segundo seus relatos, poderia significar um aumento de oportunidade de vendas e dos lucros do negócio. “B” se mostrou indiferente quanto a este fator, o que nos passou a impressão subjetiva de que a ausência ou presença de estoque não proporciona um impacto significativo para seu negócio. Com relação à “C”, apesar de não ter se manifestado de forma explícita, pode-se inferir, por meio do seu relato, que no momento em que o negócio funcionava com uma produção relativamente alta, a presença de estoque acabava contribuindo com seu negócio. Já a “D” deixou claro que a realização do trabalho era condicionada a existência de estoque, mesmo que reduzido, pois, do contrário, não havia como fazer a demonstração do produto.

5.3 Fatores de sobrevivência e de mortalidade inerentes ao “AMBIENTE SOCIOECONÔMICO”

A categoria “Ambiente socioeconômico” vai de encontro à terceira categoria, proposta por Ferreira *et al.* (2012), utilizada para avaliar os motivos inerentes ao “Ambiente Externo” que culminam na mortalidade ou na sobrevivência no universo dos negócios formais.

A avaliação dos fatores inerentes ao ambiente socioeconômico no qual o negócio está inserido e seus impactos para o sucesso ou fracasso do empreendimento se deram a partir de questões relativas à conjuntura econômica e política do país, à concorrência, à presença ou não de parcerias, ao relacionamento com fornecedores e à presença de burocracia, conforme síntese do QUADRO 31 adiante:

Quadro 31 – Fatores inerentes ao ambiente socioeconômico

Situação	Unidades produtivas	Conjuntura econômica	Concorrência	Parcerias	Fornecedores	Burocracia
Ativas	A	Influencia	Possui, mas não influencia	Possui	Possui	Pouca
	B	Não influencia	Possui, mas não influencia	Possui	Possui	Pouca
Extintas	C	Não influencia	Não possui	Possui	Possui	Pouca
	D	Não influencia	Possui, mas não influencia	Possui	Possui	Pouca

Fonte: Dados da pesquisa

5.3.1 Conjuntura Econômica

A situação econômica e política atual do Brasil tem se mostrado um fator determinante para a sobrevivência ou mortalidade tanto dos negócios formais quanto das atividades produtivas informais. O impacto pode ser percebido pelo simples fato de sairmos às ruas e observarmos a grande quantidade de empreendimentos fechados ou acompanhar as mídias a respeito do assunto.

Diversos autores Krom e Felipe (2005); Carter e Auken (2006); Sales, Barros e Pereira (2008); Bonacim *et al.* (2009); SEBRAE (2008); Cunha e Soares (2010); Ferreira *et al.* (2012); Eckert *et al.* (2013); Borges e Oliveira (2014); Dias *et al.* (2014); Santini *et al.* (2015) contribuem, em seus estudos, com a temática do impacto da situação econômica do país nos negócios.

O risco no âmbito da atividade empreendedora pode ser de ordem interna como a capacidade de administrar o negócio ou de ordem externa, variáveis que excedem o poder de controle da empresa, tais como: conjuntura econômica externa

e interna, catástrofes naturais, dentre outros determinantes. (Portal Brasil, SEBRAE, 2012)

Krom e Felipe (2005) demonstram em seus resultados de pesquisa, que as empresas clamam por maior ajuda e incentivo por parte do governo. Eles atribuem isso ao momento em que o país se encontra em determinadas situações, como por exemplo, a crise energética, o atentado às torres gêmeas, etc. Para eles, esses fatores podem certamente contribuir para o agravamento do mercado em geral e penalizar, principalmente, os micro e pequenos empresários.

A última edição do estudo sobre Sobrevivência e Mortalidade das Empresas Paulistas de 1 a 5 anos, conduzido por Bedê (2005), registra que os fatores mais importantes para a sobrevivência, tanto na opinião das empresas em atividade como na das encerradas são: planejamento antes da abertura, políticas governamentais de apoio à MPE, melhora da situação do país e uma boa gestão do negócio após a abertura. Entretanto, quando analisados os motivos alegados pelas empresas encerradas para o fechamento do negócio, o resultado se apresenta de forma diferente.

Quadro 32 – Conjuntura Econômica

Empreendedores	Relatos
A	“[...] quando abri o negócio em 2007, as coisas estavam melhores, tinha uma situação diferente. Hoje seria muito difícil para começar.” “[...] não só devido a concorrência, mas as feiras não estão grandes, o que se ganha hoje não daria, o dinheiro está sumido.”
B	“Eu não sei não. Eu acho que a gente emplaca um negócio é quando o negócio está mais na gente do que de fora né? Essa é a minha história, porque tem sempre alguém precisando daquilo que você está oferecendo, depende de como, de quê, sabe? [...] sabe porque pra mim talvez seja um pouco mais difícil de fazer esta avaliação com a questão da situação do país? É porque quando você trabalha com o produto que é convencional dá pra você fazer essa avaliação, mas um produto que é diferenciado, é difícil da gente avaliar. Por exemplo, se eu pego isso um núcleo bem fechadinho, tô olhando assim só um pedacinho, hoje o país está em crise, então eu sei que tem muitos clientes que normalmente me chamavam, para qualquer coisa eles me chamavam, eles não chamam mais. E isso eu percebo que não é uma questão de quebra de confiança, nem dada disso, isso é da crise. Há, então existe uma influência, existe. A crise influenciou? Influenciou. Alguns clientes deixaram de me chamar. Mas isso não é impactante no meu negócio. Em compensação, o que ocorreu? Outros clientes hoje estão dispostos em contratar este trabalho e pagar muito mais do que os outros pagavam antes.”
C	Não se manifestou
D	“Olha eu vou te falar que de certa forma não me afetou. Porque assim, eu acho que, realmente a gente tá em crise, mas eu acho que é o que a minha diretora sempre falava muito, acho que estas questões assim de beleza nunca entram em crise. Você vê, por exemplo, bolsa de mulher se você olhar, você sempre acha um batom, sempre acha um perfume. Essa questão da vaidade impacta muito. São essas duas coisas, é comida e essa parte de beleza né? A pessoa não fica sem. Mas eu acho que o que impactou um pouco na questão de enfraquecer foi exatamente a dificuldade assim do comprometimento com a empresa.”

Fonte: Dados da pesquisa

Os empreendimentos, sejam eles formais ou informais, necessitam da estabilidade do mercado para conseguirem ser viáveis. As micro e pequenas empresas são mais sensíveis ou suscetíveis ao risco. Em períodos de turbulências econômicas, as MPE's são as primeiras a entrarem em dificuldades financeiras e também são as últimas a mitigar a desordem conjuntural. (SEBRAE, 2012).

Contudo, apesar da situação atual do país, as empreendedoras não atribuem as dificuldades dos seus empreendimentos totalmente a este motivo. Para elas, evidentemente, houve um impacto, mas que se agrava se somado a outros fatores como falta de tempo, falta de dedicação, diminuição da quantidade de eventos.

5.3.2 Concorrência

O tema da competitividade tem sido foco de interesse de pesquisadores das áreas de economia, estratégia, gestão de operações e estudos organizacionais. Cada uma dessas disciplinas o trata a partir de suas perspectivas e de seus referenciais teóricos. (Júnior e Caldas, 2007). Considerar a concorrência como um fator de sobrevivência ou de mortalidade de micro e pequenas empresas (Krom & Felipe, 2005; Sales, Barros & Pereira, 2008; Grapeggia *et al.*, 2010; Pereira *et al.*, 2009; Eckert *et al.*, 2013; Dias *et al.*, 2011); Santini *et al.*, 2015) tem sido motivo de análise por parte de diversos autores.

Concorrência é a disputa entre produtores de um mesmo bem ou serviço com vistas a angariar a maior parcela do mercado possível. As principais variáveis que orientam o jogo mercadológico da concorrência são o preço, a qualidade do produto, a disponibilidade nos pontos de venda e a imagem de que o produto goza junto aos consumidores (Arruda & Pedroso, 2006).

Em seu estudo, Ferreira *et al.* (2012), a concorrência foi um ponto em que grande parte das empresas (66%) alegou ter tido dificuldades. Levando em consideração os dados extraídos da pesquisa, ficou claro que o setor que enfrenta as maiores dificuldades com a concorrência é o setor de comércio, em que 71% dos entrevistados afirmam ter tido dificuldades com concorrentes. Já no setor de serviços, a pressão da concorrência parece ser menor, visto que apenas 59% as empresas afirmam ter tido dificuldades no setor de serviços, o que indica que a concorrência está associada à mortalidade precoce e que a escolha do setor da economia da empresa faz diferença significativa.

Naturalmente, a concorrência se mostra como um fator bastante associado à mortalidade precoce, ou seja, apenas empresas bem geridas sobrevivem, como é esperado numa economia capitalista de livre mercado e concorrência. Os principais motivos e as justificativas para as dificuldades citadas pelos empreendedores foram que os concorrentes tinham melhores preços, produtos inovadores, eram maiores, com maior poder de barganha e mais organizados, investiram mais em tecnologia, tinham maior experiência no ramo, mas também eram desleais e antiéticos, sonegavam impostos e tributos e faziam cartel (Ferreira *et al.*, 2012).

No contexto da informalidade, Valarelli e Vale (1997) afirmam que o produtor informal enfrenta um mercado competitivo e precisa estar, permanentemente, ajustando seu negócio às exigências da clientela, bem como investindo em formas diferentes de qualidade que garantam nichos de mercados específicos.

A partir da análise dos dados da pesquisa sobre o tema, apresentado no QUADRO 33, será possível avaliar o impacto do fator “concorrência” no contexto dos casos estudados.

Quadro 33 – Concorrência

Empreendedores	Relatos
A	<p>“[...] enxergo como uma coisa boa, porque ajuda a melhorar, fazer um preço mais acessível para os clientes. É ela que me ensina a concorrer e voltar para o produto melhorar.”</p> <p>“Porque eu tô aqui trabalhando para uma feira, na feira, [...] O que eu posso fazer? Eu vou olhar o preço que ele tá fazendo, a qualidade do produto dele, [...] pra mim fazer um preço acessível. Então ele vai me ensinar como concorrer com ele, pelos preços dele, pela qualidade do produto dele [...].Eu não sei nada ainda não... eu tô aprendendo. A cada dia eu engatinho um pouquinho.”</p>
B	<p>“Sei lá. Nunca me incomodou. É pouquíssimo. E é um mercado grande. É um mercado seletivo. E as pessoas percebem.”</p> <p>“[...] a concorrência eu enxergo como uma coisa boa.”</p>
C	<p>“A concorrência não tinha não. Lá na feira eu era a única.”</p>
D	<p>“Na verdade existem várias empresas na área da beleza né? Então assim, eu não acho que essa questão da concorrência possa atingir não. Tem público pra todo mundo. A questão é você saber divulgar mesmo o seu produto.”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

A partir da análise dos dados acima, foi possível inferir, que de uma maneira geral, as empreendedoras enxergam a concorrência de forma positiva e não a percebem como uma ameaça. Pelo contrário, atribuem à concorrência a possibilidade de aprendizado e de melhoria dos seus próprios produtos. Além disso, destaca-se também, o fato de em alguns casos (“B” e “D”), a natureza do negócio

contribuir para a redução da concorrência. Para elas, os seus produtos são diferenciados e não há muita concorrência no mercado.

5.3.3 Parcerias

As parcerias podem acontecer nas mais diversas formas e maneiras entre os empreendedores, seus clientes, fornecedores ou até mesmo entidades privadas ou sem fins lucrativos que, por algum interesse, queiram participar ou apoiar determinado negócio. Além disso, em algumas situações, pode-se considerar o governo também como um grande parceiro.

Segundo Gomes *et al.* (2005), em sua pesquisa que envolveu a análise do perfil de empreendedores informais, um dado bastante significativo diz respeito ao apoio recebido por parte de alguma organização, não importando a sua natureza. A maioria dos entrevistados em sua pesquisa (92,2%) afirmou não ter contado com a orientação de nenhuma organização antes de iniciar as suas atividades. O resultado demonstra a ausência da atuação de instituições que ofereçam orientações capazes de promover uma eficaz evolução desses negócios, por intermédio de um planejamento e capacitação de mão-de-obra. Conclui-se ainda, a falta de políticas públicas que reconheçam a importância econômica e social de empreendedores para a região.

A presente pesquisa não corrobora os dados de Gomes *et al.* (2005), já que seu objeto foram empreendimentos atendidos pela rede de empreendedores beneficiários do Programa de “Apoio ao Empreendedorismo” da “Rede Cidadã”, uma Organização Social, de âmbito Nacional, sem fins lucrativos, cuja missão é “promover a cidadania, constituindo redes de voluntários, empresas, sociedade civil e governo, gerando maior valor social”. (Rede Cidadã, 2015).

Vale ressaltar que, além do apoio da Rede Cidadã, os empreendimentos aqui analisados também mencionaram outras parcerias que serão discriminadas a seguir no QUADRO 34:

Quadro 34 – Parcerias

Empreendedores	Relatos
A	<p>“[...] A gente tem parceria com o governo, com entidades de apoio, que apoia a gente [...] com verba.”</p> <p>“[...] recentemente participei de um projeto da Empresa Cônsul em São Paulo, juntamente com o Instituto Marista, onde fui contemplada com vários equipamentos como fogão industrial, geladeira, forno elétrico, batedeira industrial, que me ajudou bastante.”</p> <p>“[...] em breve iremos ter um espaço próprio para produzir e para comercializar nossos produtos. O Instituto Paulinus está alugando uma casa para nós.”</p> <p>“Olha, tem o governo, tem as parcerias das entidades de apoio, tem os Institutos Paulinus, tem a Promovendo, temos o SEDESE, que faz parte do governo, tenho a Karitas, tem o Instituto Marista, tem várias parcerias. Tem parceria que entra com a gente só pra aquele evento. Mas estas estão sempre com a gente, direto. Ah, tem a Moradia e Cidadania também. Inclusive tá até aí hoje em reunião.”</p> <p>“[...] quanto à Rede cidadã, o contato foi realizado por meio da Rede de Economia Solidária, e, nesta Instituição, recebeu diversas contribuições como conhecimento, orientações, esclarecimentos, oficinas, palestras, etc. Eu indico a Rede Cidadã para outras pessoas.”</p> <p>“[...] quanto à Rede de Economia Solidária, acredito que se não se estivesse fora dela, não estaria trabalhando, não teria a ajuda que teme e isso certamente iria interferir no sucesso do negócio.”</p>
B	<p>“[...] fiz parcerias com Arquitetos, com Decoradores, e junto dos projetos deles já ia a minha primeira avaliação, a avaliação de Feng Shui. Então a coisa assim, foi crescendo. [...] A Academia de Ideias, agora que eu me lembrei, [...] é parceira também [...].”</p> <p>“Porque eles estavam abrindo a matriz, [...] aí eles tinham feito o Feng Shui na primeira filial, [...] e aí o Fernando me ligou, aí o nosso papo foi muito bom e tal, aí ele pediu pra gente conversar, pra uma entrevista e aí afinou. Foi uma oportunidade de negócio.”</p>
C	<p>“[...] eu te falei da Rede Cidadã, que eles vieram, começou com esse treinamento, que eu me lembre só eles. Aí eu fui lá. Umas duas vezes. Teve palestras. E foi muito útil.”</p>
D	<p>“Então, eu conheci a rede cidadã através de uma consultora amiga minha, que já fez alguns trabalhos de empreendedorismo com o Vitor da rede, e ele tava propondo fazer como se fosse um grupo mesmo, de consultores, para poder dar umas atividades de empreendedorismo, um direcionamento, aí eu fiquei conhecendo por causa disso. Aí eu fui lá, fiz algumas entrevistas e tudo sempre tive uns cursos e acabou que não teve gente suficiente para começar o curso.”</p> <p>“A Rede Cidadã me ajudou sim. Eu tive uma orientação individual como empreendedor, mas aí como eu já estava desmotivada com a empresa porque não era a minha prioridade, então eu não estava me dedicando. Acho muito importante, acho uma iniciativa muito boa, mas eu pensei não vou me dedicar, aí eu pensei não ia atrapalhar o trabalho da pessoa.”</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Diante dos resultados, entende-se que as parcerias são importantes para o sucesso dos empreendimentos, porque somente os empreendimentos que sobreviveram tiveram parcerias efetivas.

5.3.4 Fornecedores

Como no tópico anterior, a relação com os fornecedores também pode ser considerada uma “parceria” no mundo dos negócios. Ferreira *et al.* (2002) observaram que 66% das empresas analisadas em seu estudo contrataram fornecedores, distribuidores e representantes com base na competência profissional e 34% escolheram seus parceiros comerciais com base na amizade. Buscando aprofundar a avaliação sobre a relação com os parceiros comerciais, foi realizado um questionamento sobre a utilização de contratos e instrumentos legais para formalizar as relações com os parceiros, ao qual 79% respondeu que não utilizou e apenas 21% disseram ter utilizado tais documentos para formalizar a relação, o que mostra que, apesar da maior parte dos entrevistados ter escolhido parceiros de forma criteriosa, a gestão da parceria era feita de maneira informal e sem instrumentos de controle que terminassem as condições comerciais .

Sobre seus fornecedores, questionamos se seus serviços impactaram no sucesso do seu negócio e pedimos para as empreendedoras que relatassem suas experiências com os seus respectivos fornecedores:

Quadro 35 – Fornecedores

Empreendedoras	Relatos
A	“[...] meus fornecedores são os supermercados populares: Decisão, EPA, BH. Eu que vou comprar e não tenho nenhum fornecedor especial. Agora estamos tentando a parceria com a Empresa Wilma para criar escala.”
B	“Fixos não. Eu tenho uma lista de quem fornece, vou lá e compro. Ninguém me entrega em casa. E como é pouco. Eu posso dizer até que eu tenho um fornecedor fixo, que é o de espelinhos, porque como o corte e a lapidação dele é difícil, nenhuma vidraçaria quer fazer, e ele já faz isso pra mim nesses anos todos. Então eu posso dizer que eu tenho um fornecedor fixo. Eu não tenho nenhuma dificuldade com ele. E eu também sou uma cliente muito específica para ele.”
C	“Para os chinelos eu comprava direto da Havaianas mesmo. Era por telefone e às vezes no CEASA também. Nunca me deixaram na mão.” “As missangas, aí eu tinha que ir em outras lojas, mas lá na Galeria do Ouvidor. Compra pacotes, porque aí o preço saía mais em conta.”
D	“O fornecedor da empreendedora “D” era a empresa Mary Kay, da indústria de cosméticos, ramo de beleza feminina. Sobre o relacionamento com esta empresa a empreendedora não quis se pronunciar.”

Fonte: Dados da pesquisa

Como em toda parceria, a relação com os fornecedores pode ser considerada uma via de mão dupla. A relação pode e deve ser de cumplicidade e de corresponsabilidade. Nesse sentido, nota-se, nos relatos acima, que essa parceria está presente, mas, com exceção de “B”, cujo fornecedor é específico e está com

ela há anos, não foi percebido nenhuma relação comercial diferenciada dos demais negócios.

5.3.5 Burocracia

A burocracia pode ser considerada um entrave para o mundo dos negócios. Autores como Valarelli e Vale (1997); Gomes *et al.* (2005); Pochmann (2008); SEBRAE (2007); Leone (2010); Ferreira *et al.* (2012) tem se dedicado ao esse estudo. O QUADRO 36 revela acerca dessa temática que foi possível avaliar sua contribuição para a sobrevivência ou para a mortalidade das atividades produtivas informais analisadas:

Quadro 36 – Burocracia

Empreendedores	Relatos
A	<p>“[...] Tem uma hora que você tem que parar e falar vou largar tudo e tenho que fazer. E fica caro né?”</p> <p>“[...] acho que é preguiça, desânimo, não me importei e agora que estou me importando, porque as coisas vêm acontecendo, vai acontecendo uma coisa, vai acontecendo outra e aí você fala: depois eu olho, depois eu me preocupo com isso, as coisas que vão chegando você vai destrinchando e aquilo vai ficando, vai priorizando[...].”</p>
B	<p>“[...] por exemplo quando eu abri firma, que tinha nota fiscal, e aí da nota fiscal vinha imposto em cima do serviço, e aí ia pro contador, o contador me deu um cano, fez uma bagunça.”</p> <p>“A formalidade pra mim, me traz a conotação de problema. E não de solução. Problemas em todos os sentidos.”</p>
C	<p>“Eu já quis ser formal. Pra te falar a verdade eu nem sei por que não fui. É tanta coisa que vai acontecendo ao mesmo tempo. Quando eu estava com um pezinho assim pra ir, achei que ia dar certo aí eles, do SEBRAE, não vieram mas e eu também desanimei.” (Empreendedora “C”).</p>
D	<p>“Nunca passou pela minha cabeça ser formal não. Eu queria ter um a estabilidade, então resolvi fazer um concurso público.” (Empreendedora “D”).</p>

Fonte: Dados da pesquisa

A análise do fator “burocracia” demonstrou que ao se cogitar a possibilidade de formalização junto às empreendedoras, a primeira associação que se faz é a de burocracia, inclusive utilizando um tom pejorativo para a palavra. No entanto, outros termos também surgiram como “sinônimos” da formalidade, sendo eles: bagunça, problema, cansaço. Como motivo para a não formalização o desânimo, a preguiça e a falta de tempo foram os motivos mais citados.

6 ANÁLISE COMPARATIVA DOS CASOS

Com base em nossas pesquisas dos possíveis fatores de sobrevivência e de mortalidade dos negócios formais respaldados pela análise intracasos realizada no tópico anterior, foi possível realizar um paralelo entre esses fatores no contexto das unidades produtivas informais a partir dos dados coletados na presente pesquisa. Verificou-se que as categorias propostas para este fim foram suficientes para nos auxiliar e facilitar a apresentação e análise dos resultados.

Os resultados apontaram que a experiência prévia não interferiu na mortalidade dos empreendimentos, mas contribuiu para o sucesso de um dos empreendimentos (“A”) que ainda se encontra ativo.

Já a escolaridade se apresentou como fator determinante para o sucesso dos empreendimentos estudados. Apesar de “A” ainda não possuir tal requisito, ela se mostrou disposta e tem buscado, de forma efetiva, o conhecimento necessário para garantir a perenidade do negócio. Por outro lado, a escolaridade não foi apontada pelas empreendedoras cujos negócios morreram, como sendo um fator determinante à mortalidade. Tal fato se confirma uma vez que “B” possui Ensino Médio completo e “D” possui Curso Superior Completo.

Quanto ao gênero, os resultados apontaram ser uma característica responsável tanto pela sobrevivência, quanto pela mortalidade dos empreendimentos informais na população de baixa renda. As respondentes “A” e “C” mencionaram que seus negócios são predominantemente femininos, e que certamente, os empreendedores masculinos não teriam sucesso no ramo. Porém, para “B” e “D”, os homens não só podem, como devem ter sucesso em seus respectivos segmentos, considerando fatores tais como, grande poder empreendedor, objetividade aguçada, eficiência, poder estratégico, foco e empenho. Segundo elas, tais características são pontos fortes do sexo masculino.

Quanto às redes de relacionamentos, os resultados foram unânimes perante à sua importância e os possíveis impactos sobre a sua presença ou ausência nos fatores de sobrevivência ou de mortalidade, respectivamente. Foi evidenciado que devido à existência dos laços, os negócios permanecem, mesmo que de forma incipiente, levando em consideração a confiança e a fidelidade proporcionadas. Além disso, a sobrevivência se consolida na medida em que esta rede se amplia e se torna mais densa.

Importa ressaltar que em todos os casos foram relatadas a existência de redes de natureza familiar, profissional e de amizade. Em um dos casos, inclusive, foi possível apurar a existência de uma rede específica denominada “Grupos Produtivos Informais”, expressão aplicada a pequenos grupos de pessoas que produzem um ou mais produtos para serem comercializados nas feiras de economia solidária, organizadas pela rede de economia solidária.

Em relação à personalidade dos indivíduos e se tal fator poderia causar impactos na sobrevivência ou na mortalidade dos empreendimentos na visão dos entrevistados, pode-se perceber que para uma das empreendedoras de sucesso, a personalidade é fator primordial para o sucesso do empreendimento, ao passo que a outra não quis se manifestar. Para as empreendedoras cujos empreendimentos encerraram suas atividades, a suas respectivas personalidades não interferiram no encerramento dos negócios.

Os achados da pesquisa sobre a localização do empreendimento é diretamente relacionado com a natureza do negócio. Para as respondentes envolvidas com o artesanato e o ramo alimentício (“A” e “C” respectivamente), a comercialização dos produtos em feiras populares é primordial para a sobrevivência do negócio. Fato comprovado pela mortalidade do negócio “C”, a partir do momento em que não pode mais contar com o espaço na feira.

Quanto aos demais negócios (“B” e “D”), as empreendedoras precisaram visitar as clientes em suas casas, empresas ou outros locais que os clientes indicassem. Nesses casos, podemos concluir que se as empreendedoras não tivessem essa flexibilidade de atendimento, dificilmente elas teriam acesso aos clientes. Cabe ressaltar, no entanto, que esse não foi o motivo de encerramento das atividades de “D”. Isso nos faz concluir que o fator “Localização” é um fator influenciador tanto na sobrevivência quanto na mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda.

Conforme resultados da pesquisa, a presença de auxiliares nos empreendimentos analisados partiu da rede familiar ou de amizade dos empreendedores. Ressalta-se que não foi relatada, em nenhum dos casos, a presença de algum apoio técnico aos empreendimentos, como por exemplo, contadores, advogados, dentre outros. Diante do exposto, acreditamos que a presença de auxiliares, assim como sua ausência são fatores influenciadores tanto

na sobrevivência quanto na mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda.

Sobre o planejamento, percebe-se uma tendência ao uso do mesmo, por parte dos negócios que sobreviveram, mesmo que de forma amadora e sem muitos recursos técnicos. Ao contrário, a tendência não foi constatada nos empreendedores cujos negócios morreram. Sendo assim, podemos inferir que o planejamento está para a sobrevivência das unidades informais na população de baixa renda, assim como, a ausência de planejamento está para a mortalidade dos negócios. A conclusão pode ser confirmada pelos resultados da pesquisa de Gomes *et al.* (2005), quando afirmam que “poucos empreendedores se preocuparam em planejar-se de maneira significativa antes de iniciar ou durante suas atividades”.

Pautados na literatura que embasamos, e também, a partir dos achados encontrados, podemos afirmar que o fator “clientela” é determinante para a sobrevivência ou mortalidade no contexto das unidades informais na população de baixa renda. A partir dos relatos apresentados, pode-se afirmar que eles são os principais motivos da existência dos negócios, assim como, da sua sobrevivência. Na medida em que o contrário também é verdadeiro, ou seja, a redução do número de clientes contribuiu fortemente para o encerramento dos negócios aqui analisados.

Quanto ao uso de ferramentas foi constatado que se trata de um fator que é inerente ao bom funcionamento dos empreendimentos aqui analisados. Contudo, não percebemos evidências de que a ausência deste fator tenha contribuído para o encerramento dos negócios avaliados. Por outro lado, percebe-se que a presença desse fator nos negócios que sobreviveram foi determinante para o seu sucesso.

Os fatos aqui expostos nos leva a crer que o fator “crédito” necessita de equilíbrio e certo controle por parte dos empreendedores para que não venha a se tornar um fator de mortalidade das unidades informais na população de baixa renda. Em contrapartida, se bem utilizado, o fator crédito pode ser um determinante para a sobrevivência.

O fator despesas deve ser analisado e trabalhado, da mesma forma que o crédito, com equilíbrio e muita atenção por parte dos empreendedores, pois através dele que os lucros e dividendos do negócio serão contabilizados. Ante o exposto, podemos inferir, à luz da interpretação dos dados provenientes da pesquisa, que as despesas são fatores determinantes para a sobrevivência ou mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda.

No tocante ao lucro, percebe-se que as ações que norteiam os negócios são feitas de forma intuitiva, subjetiva, sem uso de técnicas conhecidas, assim como carentes de parâmetros e critérios de comparação para avaliar se a margem de lucro será vantajosa. Pereira *et al.* (2008) intensificam esta indagação ao concluírem, sob a ótica dos resultados obtidos em seu trabalho, que os micro e pequenos empresários desconhecem as informações importantes sobre o negócio e muitos não sabem nem como obtê-las, o que dificulta a elaboração do planejamento do negócio e a formulação de estratégias, fazendo com que suas decisões sejam baseadas na intuição.

Podemos transpor essa afirmação para o universo das unidades produtivas informais, pois se nos formais isso acontece, muito provavelmente também se evidencia nos informais. Diante às constatações, podemos inferir que o lucro é um fator determinante para o incentivo à sobrevivência, assim como sua ausência ou redução pode ser determinante para a mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda.

Por fim, apesar da existência de estoque parecer sinônimo de risco, em algumas situações, de forma controlada, esse fator, na nossa concepção, poderia contribuir para a sobrevivência das unidades produtivas informais na população de baixa renda. Da mesma forma que, esse estoque, de forma descontrolada, poderia contribuir para a mortalidade dos negócios, seja pelo capital empatado, seja pela falta de materiais a produção.

A avaliação dos fatores inerentes ao ambiente socioeconômico no qual o negócio está inserido e seus impactos para o sucesso ou fracasso do empreendimento se deram a partir de questões relativas à conjuntura econômica e política do país, à concorrência, à presença ou não de parcerias, ao relacionamento com fornecedores e à presença de burocracia.

Apesar da crise econômica e social nas quais o país se encontra, os achados pesquisados demonstraram que a conjuntura econômica isolada não pode ser considerada um fator que influencia a sobrevivência ou a mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda. Para as empreendedoras, outros motivos são mais fortes e se sobrepõem a este, como por exemplo, força de vontade, dedicação, empenho, diversidade de público, etc.

De acordo com a análise realizada acerca da concorrência, os achados da pesquisa demonstraram que as empreendedoras enxergam a concorrência de forma

positiva e não a percebem como uma ameaça. Elas atribuem à concorrência a possibilidade de aprendizado e de melhoria dos seus próprios produtos. Além disso, em alguns casos, a natureza do negócio contribuiu para a redução da concorrência, já vez que possuem produtos diferenciados, e há público para todo mundo.

Ante o exposto, infere-se que a concorrência não interferiu na mortalidade dos negócios. No entanto, acredita-se que, devido aos benefícios que tem proporcionado para os negócios de sucesso aqui apresentados, talvez ela possa ser um fator determinante para sua sobrevivência, pois, de certa forma, obriga às empreendedoras a buscarem sempre a qualidade, um preço justo e a melhorarem seus produtos ou serviços.

Quanto às parcerias, entende-se que as parcerias são importantes para o sucesso dos empreendimentos, uma vez que somente os empreendimentos que sobreviveram tiveram parcerias efetivas. Sendo assim, pode-se afirmar que a presença de parcerias pode ser considerada um fator que contribui para a sobrevivência das unidades produtivas informais na população de baixa renda. Por analogia, portanto, podemos considerar que a ausência de parcerias pode contribuir para a mortalidade.

A relação com os fornecedores pode ser considerada uma boa ideia no mundo dos negócios. Nesse sentido, nota-se, nos relatos provenientes das entrevistas realizadas, que esta parceria está presente, mas, com exceção da respondente “B”, cujo fornecedor é específico e está com ela há anos, não foi percebida nenhuma relação comercial diferenciada dos demais negócios.

Apesar disso, infere-se, no entanto, que o fator “fornecedores” é determinante para a sobrevivência ou a mortalidade das unidades produtivas informais na população de baixa renda, considerando sua importância.

A análise do fator “burocracia” demonstrou que, na percepção das empreendedoras, o termo é sinônimo de formalidade. No entanto, quando outros termos surgiram como “sinônimos” da formalidade, sendo eles: bagunça, problema, cansaço. Como motivo para a não formalização o desânimo, a preguiça e a falta de tempo foram os motivos mais citados. Diante desses resultados, percebe-se pouca ou quase nenhuma influência desse fator como possível causador da sobrevivência ou da mortalidade das unidades produtivas informais da população de baixa renda. No entanto, percebe-se que tal fator contribui para a não formalização dos negócios.

Algumas considerações pautadas na literatura acerca dos negócios formais também podem ser observadas no contexto da informalidade. Entretanto, outras que são vistas como verdades na formalidade não se aplicam na informalidade, conforme foi possível constatar nos resultados do estudo. Assim, visando esclarecer as afirmações e revisando a literatura analisada foi possível apresentar no QUADRO 37, a seguir, um cotejamento das proposições teóricas envoltas aos negócios formais com a discussão dos resultados referidos às atividades produtivas informais baseadas nas confirmações ou nas contradições encontradas:

Quadro 37 - Alinhamento das proposições teóricas com os resultados da pesquisa

(continua)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES	RESULTADOS DA PESQUISA
<p>As empresas encerram suas atividades não apenas devido a uma única causa, mas sim, devido a uma sucessão de falhas ou problemas que, por não serem resolvidos no tempo apropriado, levam à paralisação de suas atividades.</p> <p>Os motivos que levam à sobrevivência ou à mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil não são simples. Existem diversos fatores que influenciam esta análise.</p> <p>As motivações e origens dos microempreendedores são variadas, mas na pesquisa de 2015, parte considerável eram empreendedores informais, antes de se registrarem como MEI.</p>	<p>SEBRAE (2008)</p> <p>SEBRAE (2011)</p> <p>SEBRAE (2016)</p>	<p>Os resultados sugerem a confirmação dessas proposições. Tanto os motivos de sobrevivência quanto os motivos de mortalidade se mostraram interdependentes e, quando, analisados isoladamente não se mostravam com tanta força quanto foram avaliados em conjunto.</p> <p>Apesar de não haver empreendimentos formais nesta pesquisa, os dados mostraram que a informalidade precedeu a vontade de se formalizar.</p>
<p>Os empresários desconhecem efetivamente os fatores e/ou motivos da mortalidade do seu negócio.</p> <p>Como fatores de sobrevivência das empresas brasileiras, os autores elencam o aquecimento da economia brasileira, avanço da legislação de simplificação tributária e desburocratização,</p>	<p>Borges e Oliveira (2014)</p>	<p>Os resultados demonstraram que, ao contrário dos negócios formais, nas atividades produtivas informais estudadas, os motivos tanto para o sucesso quanto para fracasso são bastante evidentes. A vontade de aprender, o empenho, a dedicação, um bom planejamento e a força das suas redes foram os motivos citados pelas atividades sobreviventes. Já para as atividades extintas, o</p>

(continua)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES	RESULTADOS DA PESQUISA
<p>aumento na escolaridade dos empreendedores e forte crescimento do mercado consumidor interno. O fechamento das empresas está associado a um conjunto de fatores e ao acúmulo desses fatores ampliam as chances de fechamento das mesmas</p>		<p>fechamento da feira e a falta de empenho e dedicação foram os principais motivos. Por outro lado, em todas as atividades o acúmulo dos fatores foi citado como aumento das possibilidades de sobrevivência ou de mortalidade.</p>
<p>Existem elementos essenciais ao sucesso de qualquer novo empreendimento, seja ele formal ou informal: a existência (ou possibilidade de criação) de mercado para o produto, as condições materiais básicas para o início da atividade, a qualificação do empreendedor e a sua rede de relações (formais e informais).</p> <p>No caso da população de baixa renda, de modo geral, tanto a qualificação quanto a rede de relações são formadas ainda na situação de empregado.</p> <p>A presença de experiência prévia no mundo dos negócios, ainda que como empregado, poderia ampliar as chances de sobrevivência, tanto no segmento formal quanto no informal.</p> <p>Alguns autores fazem menção à zona de transição existente entre o setor informal e a microempresa, pois, em contextos desfavoráveis, microempresas podem passar à informalidade. Em contextos muito favoráveis, pequenos negócios informais, inclusive de baixa renda, podem se formalizar, transformando-se em microempresas ativas no mercado.</p> <p>A atividade informal pode, com o tempo, prosperar e se formalizar. Um empreendimento informal pode ser passível de descontinuidade (Mortalidade), pelo simples fato de ter sido transformado em outra iniciativa produtiva, mantida pelo mesmo indivíduo.</p>	<p>Valarelli e Vale (1997)</p>	<p>Sugere-se confirmação desta proposição no tocante aos possíveis elementos para a sobrevivência ou mortalidade das atividades produtivas informais. O mercado, os insumos, a qualificação e a sua rede de relacionamentos foram fatores citados por todas as empreendedoras.</p> <p>No tocante à qualificação e formação das redes, não necessariamente foram formadas quando as empreendedoras estavam na situação de empregadas com carteira assinada. Todas relataram a importância das redes familiares e dos amigos, além das redes profissionais prévias.</p> <p>Os resultados apontaram que a experiência prévia não garantiria a sobrevivência das atividades, discordando com a afirmação ao lado.</p> <p>Os resultados da pesquisa confirmam a proposição acerca da transição da formalidade para a informalidade ou vice versa. Em um dos casos (B), a empreendedora precisou se formalizar para não perder uma oportunidade de trabalho, mas, assim que foi possível, a mesma voltou para a informalidade, considerando as facilidades e “benefícios” que a empreendedora enxerga nesse segmento. Em outros casos, apesar de compreender as burocracias e o aumento dos custos, as empreendedoras sonham com a formalidade, por entenderem ser o caminho para o crescimento da atividade.</p>

(continua)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES	RESULTADOS DA PESQUISA
<p>Faltam políticas públicas adequadas às necessidades dos empreendedores e há excesso de burocracia para abertura, funcionamento e encerramento dos negócios.</p> <p>Os negócios também enfrentam alta carga tributária e complexidade da legislação brasileira, que aumentam os custos de operação e tornam os negócios menos competitivos.</p> <p>É condição limitante ao empreendedorismo no Brasil a educação e capacitação, em especial nos níveis básico, fundamental e técnico, que historicamente têm como foco a formação de mão-de-obra para o mercado de trabalho ou para setor público, sem a devida ênfase ao empreendedorismo.</p>	GEM (2015)	<p>Os achados desta pesquisa corroboram com a afirmação de que faltam políticas públicas para apoio aos informais. As empreendedoras “A” e “C” relatam sua insatisfação a esse respeito.</p> <p>Os dados relativos ao ensino do empreendedorismo no Brasil são inconclusivos. As empreendedoras não se manifestaram a esse respeito, apesar de enfatizar a importância do estudo para a sobrevivência dos empreendimentos.</p> <p>Sugere-se, portanto, novas pesquisas para buscar elucidar estas teorias.</p>
<p>Apesar de serem a grande maioria, as MPE's, não possuíam estímulos e incentivos para que após sua abertura a sua permanência no mercado pudesse perdurar por muitos anos.</p> <p>Dentre os fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas destacam-se as características do perfil do empreendedor, a experiência do empreendedor com a gestão de negócios e o planejamento (ou a falta dele) para criação do empreendimento.</p>	Silva <i>et al.</i> (2015)	<p>Também para esta proposição, sugere-se confirmação, visto que a maioria das empreendedoras relatou a ausência de estímulos e incentivos para a continuidade da atividade.</p> <p>Os resultados corroboram com esta proposição quando as empreendedoras de sucesso afirmam que a dedicação e empenho contribuem para isso, ao passo que as que encerraram afirmam que não se dedicaram e não se empenharam o suficiente para manter a atividade funcionando.</p>
<p>Os fatores que levam uma empresa à mortalidade são: fatores internos e externos ou fatores relacionados ao proprietário-dirigente, à empresa e ao ambiente. Os fatores internos correspondem àqueles relacionados ao proprietário-dirigente e à empresa, e os fatores externos aos fatores ambientais.</p> <p>Nenhum fator, isoladamente, pode explicar a mortalidade precoce das pequenas empresas, eles são</p>	Albuquerque e Escrivão Filho (2011).	<p>Os resultados da pesquisa demonstraram que os fatores de sobrevivência e de mortalidade são inerentes aos indivíduos, às atividades produtivas e ao ambiente socioeconômico no qual o indivíduo e a atividade estão inseridos, indo, portanto, de encontro às proposições ao lado. No entanto, os resultados demonstraram que, mesmo de forma míope, algumas empreendedoras acreditam que um fator isolado poderia causar a mortalidade da atividade, como por exemplo, o fechamento da feira no caso da empreendedora “C”.</p>

(conclusão)

PROPOSIÇÕES TEÓRICAS	PRINCIPAIS AUTORES	RESULTADOS DA PESQUISA
interdependentes e contribuem para o sucesso ou insucesso empresarial. A sobrevivência da empresa não depende apenas do dirigente		
A maioria dos fatores de mortalidade faz referência a custos, como são os casos de aumento de tributos (39%), falta de vontade de pagar impostos (25%) e intensidade da regulação governamental. As intervenções fiscais têm forte influência nas decisões dos empreendedores sobre o custo/benefício das ações, pois acresce o custo de oportunidade e diminui a possibilidade de lucro do empreendimento.	Schneider (2008)	De acordo com os dados coletados, a preocupação com tributos não foi mencionada por todas as empreendedoras, mas de acordo com os relatos, a preocupação está subentendida e certamente faz parte das ponderações no momento da decisão da formalização ou não da atividade produtiva.

Fonte: Elaborado pela autora

Buscando contribuir com a análise intercasos, apresenta-se no QUADRO 38, um comparativo entre as atividades produtivas ativas versus extintas com outros fatores, cujos impactos se mostraram importantes tanto para a sobrevivência quanto para a mortalidade das atividades produtivas informais analisadas:

Quadro 38 – Comparativo entre as atividades produtivas ativas X desativadas

Situação	Unidades produtivas (Negócio)	Foco/Necessidade	Interesse em formalizar	Competição	Satisfação dos clientes	Crise do país
Ativas	A	Sobrevivência	Rejeição, mas acha necessário para crescer	Aprende com a concorrência	Se preocupa com a satisfação (faz entrevistas sistematizadas)	Afetou sua atividade
	B	Sobrevivência	Rejeição	Aprende com a concorrência	Se preocupa com a satisfação (entrevista os clientes periodicamente)	Não afetou sua atividade
Extintas	C	Complementar renda	Indiferença	Não enxerga a concorrência	Não investiga a satisfação do cliente	Não afetou sua atividade
	D	Complementar renda	Indiferença	Não enxerga a concorrência	Deduz que são satisfeitos pela "fama" da empresa Mary Kay	Não afetou sua atividade

Fonte: Dados da pesquisa

O quadro acima apresenta informações interessantes referentes à comparação das atividades produtivas que sobreviveram em relação àquelas que foram extintas. No tocante ao foco/necessidade das empreendedoras, percebe-se que para as duas que sobreviveram o foco é a sobrevivência, ao passo que para as duas que extinguiram enxergavam a atividade produtiva como um complemento de

renda. Essa constatação poderia explicar a diferença de empenho e dedicação evidenciada entre os dois grupos, conforme descrito anteriormente.

Quanto ao interesse pela formalização, embora sintam rejeição por esse segmento, “A” entende como um “mal necessário” para seu crescimento e a empreendedora “B” precisou se formalizar quando teve a oportunidade de realizar um trabalho melhor e em maior volume. Já as empreendedoras cujas atividades são vistas como “renda complementar” e cujas atividades foram extintas, foram totalmente indiferentes quando abordadas sobre este assunto.

A concorrência também foi vista de forma divergente entre os dois grupos. No grupo das atividades sobreviventes, a concorrência foi abordada de forma respeitosa e colaborativa. Para as empreendedoras, são os concorrentes os maiores contribuintes para o aperfeiçoamento e o monitoramento da aceitação e qualidade dos seus produtos ou serviços. Ao contrário, para as empreendedoras cujas empresas foram extintas, a concorrência foi abordada com certo descaso. Para elas, além de não enxergarem a existência dos concorrentes, caso os mesmos existam, não eram passíveis de preocupação, considerando o diferencial e a qualidade dos seus produtos. Ressalta-se aqui, uma possível miopia ou desconhecimento destas empreendedoras do mercado no qual as estavam imersas.

Bastante alinhada com a temática da concorrência, abordamos a preocupação com a satisfação dos clientes, pois, naturalmente, o cliente insatisfeito tende a migrar para a concorrência mais próxima. Nesse ponto, o grupo das empreendedoras ativas demonstrou grandes preocupações com esse assunto. A empreendedora “A” relatou a realização de entrevistas sistematizadas em parceria com ONGs que além de formatarem as entrevistas para os clientes, aplicam, compilam os resultados e encaminham para a empreendedora que, em momentos oportunos, analisa os pontos fortes e os fracos para melhorias futuras. Da mesma forma, “B” realiza entrevistas pontuais junto aos clientes, além de acompanhar de forma rotineira os comentários postados nas redes sociais e em seu blog, criados também para esse intuito.

Ao contrário das empreendedoras das atividades sobreviventes, as empreendedoras das atividades extintas não possuíam o mesmo hábito no tocante à preocupação com a satisfação dos clientes. Segundo “C”, ela não investigava tal satisfação, tendo como “termômetro” apenas se o cliente voltava a procurar por seus produtos. A empreendedora “D” afirmou apenas que confiava na qualidade dos

produtos Mary Kay e acreditava na satisfação dos clientes devido à “fama” da empresa.

Por fim, um achado curioso nos chamou a atenção nessa análise. Ao ser perguntada sobre os efeitos da crise econômica e da situação política na qual o país se encontra, a única repondente que alega estar sofrendo os impactos foi “A”. As demais afirmam que tal situação não afetou suas atividades. Assim, acredita-se que os resultados foram mascarados por algumas situações específicas percebidas durante as entrevistas. No caso de “A” a sua resposta vai de encontro ao cenário vivenciado por ela nas feiras. Segundo “A” o “dinheiro sumiu” e as pessoas diminuiriam significativamente as compras.

No caso de “B”, o fato de afirmar que a crise não a afetou poderia estar sendo tamponado pelo momento pessoal em que vive, ou seja, ela mesma diminuiu a quantidade de atendimentos devido à doença da irmã, o que a impede de enxergar se a clientela se afastou por causa da crise. Quanto às empreendedoras “C” e “D” pode-se perceber que a extinção das empresas se deu um pouco de forma simultânea ao aparecimento da crise, o que pode ter ocultado seus efeitos, uma vez que a atividade se encerraria independentemente da crise.

7 CONCLUSÕES

A presente pesquisa se propôs, em seu objetivo geral, “identificar fatores associados à sobrevivência e à mortalidade de empreendimentos informais no segmento de baixa renda.” Para tal, foi necessário buscar embasamento teórico na literatura inerente aos negócios formais, pois, como demonstrado no decorrer do desenvolvimento teórico da pesquisa, os estudos acerca dos negócios informais, especialmente na temática da sobrevivência e da mortalidade na população de baixa renda, ainda são restritos. Dessa forma, a análise realizada permitiu-nos o atendimento aos objetivos específicos: a) identificar e categorizar as causas de sobrevivência e de mortalidade de empresas abordadas pela literatura corrente e b) verificar se as causas de sobrevivência e de mortalidade de empresas no segmento formal podem ser aplicadas no segmento dos negócios informais.

Visando a organização sistemática das categorias de análise a serem utilizadas na pesquisa, buscou-se, nos estudos de Ferreira *et al.* (2012), um modelo prático e de fácil entendimento que pudesse ser aplicado no contexto da informalidade. Segundo eles, existem três categorias para avaliar a sobrevivência ou a mortalidade das empresas. Utilizando-se das informações propostas pelo objetivo específico “c”, ou seja, identificar e analisar as características inerentes aos negócios informais associadas à sua sobrevivência e à sua mortalidade foi possível realizar uma reflexão sobre as particularidades existentes neste setor, no segmento de baixa renda e verificar quais deles, a princípio, estariam mais aptos a serem considerados no segmento informal.

Nesse ponto, sugeriu-se uma pequena alteração na designação das 3 categorias até então apontadas. Essas passariam a ser: Indivíduo (empreendedor), Atividade Produtiva Informal (Empresa) e Ambiente socioeconômico (ambiente externo da empresa).

Assim, a partir da análise de conteúdo realizada, proposta por Bardin (1988), foram elencadas as categorias iniciais, que deram origem às categorias intermediárias que, por sua vez, foram de encontro às categorias propostas por Ferreira *et al.* (2012), adaptadas para esta pesquisa, se tornando as categorias finais que proporcionaram toda a análise aqui discutida, atendendo ao objetivo específico “d”: identificar e analisar as causas de sobrevivência e de mortalidade nos negócios informais.

Com o atendimento aos objetivos específicos que contribuiu para a estruturação e delineamento da pesquisa e, ainda, mediante os resultados encontrados, assim como as análises e reflexões até aqui realizadas podemos concluir que:

- a) a experiência prévia não interferiu na mortalidade das atividades, mas contribuiu para o sucesso de uma delas;
- b) a escolaridade não se apresentou como fator determinante para o sucesso das atividades produtivas informais estudadas, assim como sua presença não impediu a mortalidade de outras;
- c) o gênero se mostrou impactante tanto nas atividades ativas quanto nas extintas;
- d) as redes de relacionamentos foram consideradas impactantes tanto na sobrevivência, quando presentes, quanto na mortalidade, quando ausentes;
- e) a personalidade se mostrou fator primordial para o sucesso das atividades ativas, ao passo que para as extintas, as personalidades não interferiram no encerramento dos negócios;
- f) a localização é um fator influenciador tanto na sobrevivência quanto na mortalidade das atividades produtivas informais;
- g) a presença de auxiliares, assim como sua ausência são fatores influenciadores tanto na sobrevivência quanto na mortalidade das atividades produtivas informais analisadas, respectivamente;
- h) o planejamento está para a sobrevivência das atividades informais na população de baixa renda, assim como a ausência de planejamento está para a mortalidade destas atividades;
- i) o fator clientela é determinante para a sobrevivência ou mortalidade no contexto das atividades produtivas informais na população de baixa renda. Eles são os principais motivos da existência dos negócios, assim como da sua sobrevivência. O contrário também é verdadeiro, ou seja, a redução do número de clientes contribuiu fortemente para o encerramento dos negócios aqui analisados;
- j) o uso de ferramentas trata-se de um fator que é inerente ao bom funcionamento dos empreendimentos aqui analisados. Contudo, não

percebemos evidências de que a ausência deste fator tenha contribuído para o encerramento dos negócios avaliados. Por outro lado, percebe-se que a presença do fator nos negócios que sobreviveram foi determinante para o seu sucesso;

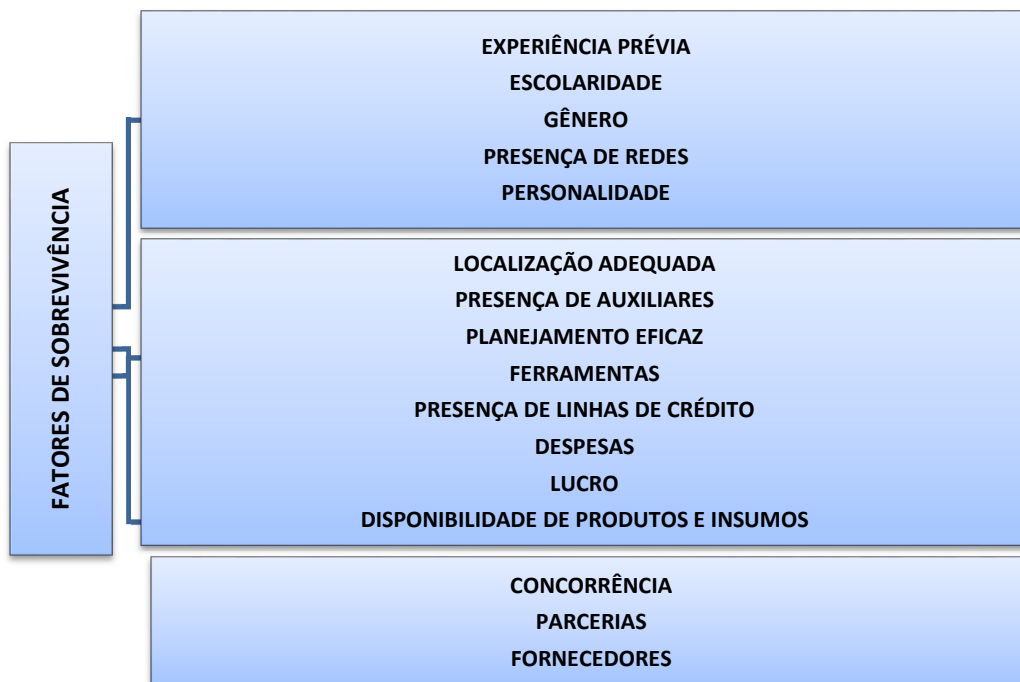
- k) o fator crédito necessita de equilíbrio e certo controle por parte dos empreendedores para que o mesmo não venha a se tornar um fator de mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda. Em contrapartida, se bem utilizado, o fator crédito pode ser um determinante para a sobrevivência destas atividades;
- l) as despesas são fatores determinantes para a sobrevivência ou mortalidade dos negócios informais na população de baixa renda.
- m) mediante o lucro, percebe-se que as ações que norteiam as atividades produtivas aqui consideradas são feitas de forma intuitiva e subjetiva, mas ainda assim são determinantes para a sobrevivência dessas atividades, assim como sua ausência contribui para o encerramento das mesmas;
- n) apesar da existência de estoque parecer sinônimo de risco, em algumas situações, de forma controlada, esse fator, de acordo com os resultados, poderia contribuir para a sobrevivência das atividades informais na população de baixa renda. Da mesma forma que, esse estoque, de forma descontrolada, poderia contribuir para a mortalidade das atividades, seja pelo capital empatado, seja pela falta de materiais para a produção;
- o) a conjuntura econômica isolada não pode ser considerada um fator que influencia a sobrevivência ou a mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda. Para as empreendedoras, outros motivos são mais fortes e se sobrepõem a este, como por exemplo, força de vontade, dedicação, empenho, diversidade de público, etc.;
- p) a concorrência é vista de forma positiva e não como uma ameaça. Ela não interferiu na mortalidade das atividades. No entanto, acredita-se que, de acordo com os resultados, que tem sido para as atividades de sucesso, um fator determinante para sua sobrevivência, pois, de certa forma, tem obrigado as empreendedoras a buscar sempre a qualidade, um preço justo e a melhorar seus produtos ou serviços;

- q) quanto às parcerias entende-se que as mesmas são importantes para o sucesso dos empreendimentos, uma vez que somente os empreendimentos que sobreviveram tiveram parcerias efetivas;
- r) a relação com os fornecedores está presente, mas não foi percebida nenhuma relação comercial diferenciada dos demais negócios, não sendo, portanto, um fator determinante da sobrevivência ou da mortalidade destas atividades;
- s) o termo burocracia foi entendido como sinônimo de formalidade. Nota-se, no entanto, pouca ou quase nenhuma influência do fator como possível causador da sobrevivência ou da mortalidade das atividades produtivas informais da população de baixa renda. No entanto, percebe-se que tal fator contribui para a não formalização dos negócios.

Pelo exposto, ressalta-se que os resultados da pesquisa contribuíram no sentido de elucidar um pouco mais quais seriam as possíveis causas que podem levar tanto à sobrevivência quanto à mortalidade as atividades produtivas informais no contexto da população de baixa renda.

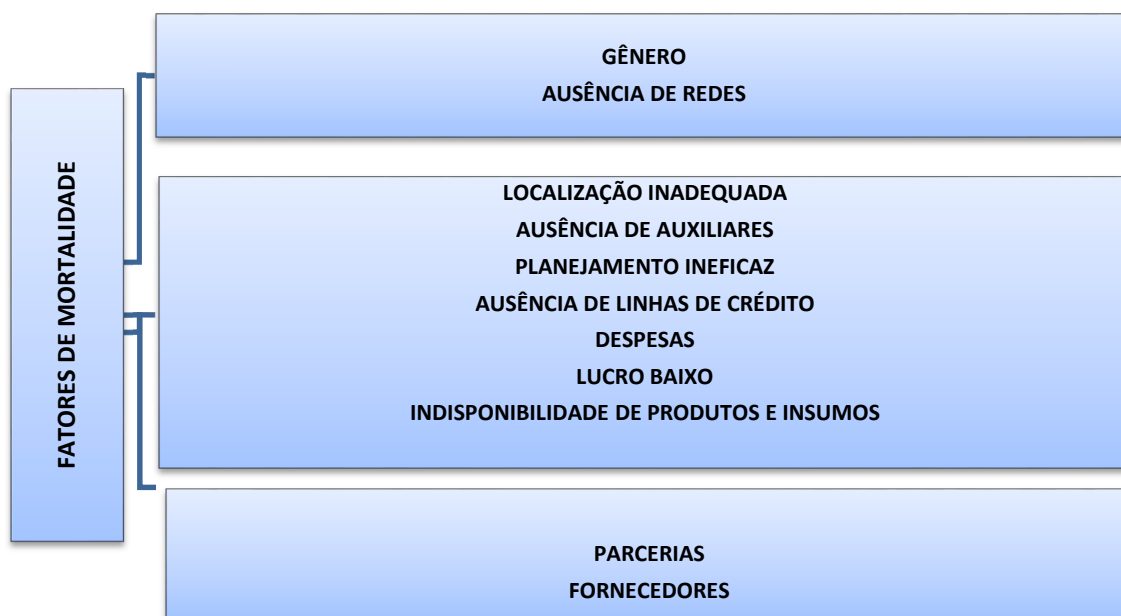
A partir da análise supracitada, e, ainda, atendendo ao objetivo geral desta pesquisa, apresentamos a seguir, uma síntese dos fatores de sobrevivência (FIGURA 5) e de mortalidade (FIGURA 6) das atividades produtivas informais cujas empreendedoras foram objeto deste estudo.

Figura 5 – Fatores de Sobrevivência das Unidades Produtivas Informais na população de baixa renda



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 6 - Fatores de Mortalidade das Unidades Produtivas Informais na população de baixa renda



Fonte: Dados da pesquisa

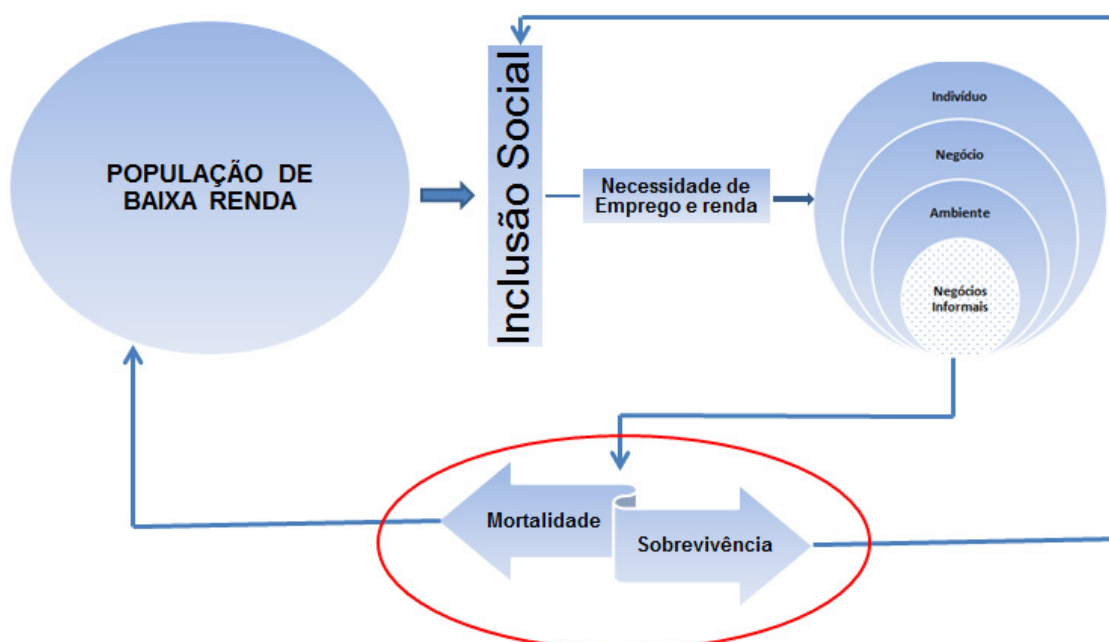
Os resultados obtidos apontam para uma relação de fatores que, se presentes ou ausentes, podem direcionar a atividade para sua sobrevivência ou sua mortalidade, respectivamente. Destacaram-se, nesse sentido, fatores como as

questões de gênero e redes de relacionamentos, localização, auxiliares, planejamento, linhas de crédito, despesas, lucro, disponibilidade de produtos e insumos, parcerias e fornecedores. No entanto, existiram fatores que se mostraram presentes apenas no contexto das empresas que sobreviveram, sendo eles, experiência prévia, escolaridade, personalidade do indivíduo e concorrência.

Em resumo, a partir dos pontos elencados na figura acima, este estudo objetivou-se em dar um primeiro passo na busca pela compreensão dos fatores de sobrevivência e de mortalidade no segmento das unidades produtivas informais no contexto da população de baixa renda. Espera-se que a análise de tais fatores possa, por conseguinte, auxiliar na busca por alternativas de incentivo para os negócios que sobrevivem, assim como avaliar meios de apoio para aqueles que porventura cheguem à mortalidade.

Além disso, a partir do modelo teórico proposto na pesquisa (FIGURA 7) abaixo, e dos seus resultados, conclui-se, ainda, que as atividades produtivas informais na população de baixa renda podem promover o aporte financeiro para retirar a população da situação de pobreza, incentivar a inclusão social e garantir um futuro melhor para os indivíduos. Da mesma forma, se a atividade produtiva não prosperar, o ciclo da pobreza pode ser retroalimentado, fortalecendo a exclusão social.

Figura 7 – Modelo teórico da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora

Observa-se, portanto, que o objetivo geral e os objetivos específicos propostos para a pesquisa foram atendidos. No entanto, algumas limitações se fazem presentes no estudo, assim como contribuições e lacunas que podem ser preenchidas com pesquisas futuras. Tais elementos serão apresentados a seguir.

7.1 Limitações, contribuições e sugestões para pesquisas futuras

O presente trabalho teve como foco a análise dos possíveis fatores de sobrevivência e de mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda. Nesse enfoque, considerando as diversas facetas existentes no contexto da informalidade, dentre elas as vertentes da ilegalidade e da ilicitude, a pesquisadora encontrou algumas limitações no momento da seleção dos casos. Em sua maioria, os casos que se encaixavam no escopo da pesquisa, manifestaram resistência e medo em contribuir, alegando medo ou receio de que as informações expostas pudessem trazer consequências legais para os entrevistados.

Sendo assim, não foi possível abordar somente casos que se incluíssem totalmente no perfil aqui entendido como “baixa renda”. Como exemplo, cita-se o caso da respondente “B” que, de certa forma, se apresenta um pouco destoante do restante. Contudo, a história de vida e as dificuldades por ela relatadas nos possibilitaram realizar a análise proposta pela pesquisa.

Outra limitação encontrada foi a escolha dos empreendimentos encerrados. No decorrer da seleção dos casos, grande parte dos contatos informou que apesar de terem encerrado suas atividades, a crise os obrigou a retomá-las, mas, no entanto, não as considerava uma atividade de sucesso. Sendo assim, os dois casos estudados afirmam que suas atividades estão encerradas, mas que pontualmente atendem um ou outro cliente mais insistente. Embora as limitações acima descritas tenham interferido na agilidade da coleta de dados da pesquisa, tais fatores não prejudicaram a análises propostas.

Quanto às contribuições, ressalta-se primeiramente uma contribuição teórica. Pode-se constatar, de acordo com a literatura estudada, que o tema da informalidade, suas implicações políticas e os possíveis fatores de sobrevivência e de mortalidade no contexto da população de baixa renda ainda são incipientes no Brasil e no mundo. Conforme estudo de Valarelli e Vale (1997), a informalidade transcende em muito as atividades econômicas (de produção/de distribuição de

riquezas). As autoras afirmam que, nas áreas de favelas, por exemplo, a informalidade permeia a vida social. Segundo as autoras, esses elementos nos levam a supor que, mais do que um setor informal operando com regras próprias em um espaço social distinto, o que temos são práticas informais permeando desigualmente o conjunto da sociedade.

As dificuldades encontradas na informalidade se confundem com as dificuldades vivenciadas diariamente pela população de baixa renda. Em um estudo pioneiro, Valarelli e Vale (1997) chamaram a atenção para o fato de que a bibliografia analisada apresentava dificuldade de formulação de conceitos precisos, que compreendessem tal fenômeno em sua complexidade, o que gerou uma variedade de conceituações como economia informal, submersa, invisível, criptoeconomia, etc. A partir da literatura analisada na presente pesquisa foi possível perceber ainda essa diversidade e complexidade. Percebe-se que não existe consenso entre os estudiosos contemporâneos à sua conceituação e fatores impactantes, ao contrário do que pode ser percebido no contexto dos negócios formais.

A segunda contribuição da pesquisa é empírica e está relacionada à elucidação dos possíveis fatores que levam as atividades produtivas informais ao sucesso. Percebe-se que, apesar das dificuldades, especialmente financeiras, as empreendedoras utilizam fortemente suas redes e sua disposição para aprender e vencer desafios em favor de suas atividades produtivas. Os resultados empíricos demonstraram que, mesmo com tantos entraves as empreendedoras conseguiram prosperar e ter sucesso. Outra contribuição empírica foi a constatação de possíveis fatores de mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda. Nesse caso, ficou evidenciado que as empreendedoras não possuem a mesma disposição apresentada nos casos de sucesso. Além disso, ressalta-se aqui, que ambas não consideravam a atividade como principal fonte de renda, o que poderia justificar a falta de empenho.

Diante do exposto, acredita-se que conhecer e compreender os possíveis fatores de sobrevivência e de mortalidade das atividades produtivas informais na população de baixa renda podem contribuir para que os problemas vivenciados possam ser mitigados visando a redução da pobreza, a autonomia da população carente e o conseqüente aumento da inclusão social. Logo, entender os fatores que causam a prosperidade ou o encerramento das pequenas empresas é um desafio da

pesquisa científica e uma grande contribuição para a sociedade (Albuquerque, 2013).

A generalização de resultados de pesquisas empíricas em estudos qualitativos pode ser mais uma possibilidade para estudos futuros. Nesse sentido, Yin (2010) compreende que os estudos de casos possibilitam a generalização analítica, uma vez que permitem construir, alargar ou desafiar teorias. Eisenhart (2009) afirma que a generalização em pesquisas qualitativas é possível e importante. Ela entende que em estudo de casos, alguns pesquisadores iniciam a investigação escolhendo o objeto de pesquisa por conveniência ou acessibilidade. Dessa forma, são exploradas as condições iniciais, estreitado o foco e descritos os resultados iniciais. Posteriormente, verifica-se se os resultados são relevantes para aquela amostra escolhida. Ademais, os resultados encontrados podem, em contextos diversos, serem extrapolados analítica e teoricamente para situações e contextos similares.

Investigar e analisar com maior profundidade cada um dos fatores apontados, assim como a integração entre eles, pode ser útil para possíveis pesquisas futuras. Além disso, pesquisas futuras podem contribuir, ainda, com as questões não elucidadas neste estudo, em que os resultados não foram conclusivos, como por exemplo:

I. Quais os motivos que levam os indivíduos a saírem da informalidade e, após um tempo, retornarem para ela?

II. Quais os tipos de redes mais utilizadas e quais as mais importantes no contexto da informalidade?

III. O impacto dos tributos na formalização dos informais é uma preocupação real ou um custo benefício?

IV. Quais os possíveis impactos de um maior apoio técnico e de melhores políticas públicas nos negócios informais de baixa renda?

Diante do exposto, acreditamos que as sugestões de pesquisas destacadas acima poderão permitir um avanço teórico conforme proposto na pesquisa. Tais reflexões irão contribuir, certamente, para a consolidação dos conceitos e de uma melhor compreensão desse espaço desordenado chamado informalidade que ainda se apresenta pouco explorado, mas que, no entanto, é de grande importância para a economia do país e para a sobrevivência das classes menos favorecidas.

REFERÊNCIAS

- Abonízio, G. P. (2010). Informalidade e impactos sociais: questões a partir de um levantamento bibliográfico. In *Anais, 4 Simpósio de Lutas Sociais da América Latina*. Londrina, Paraná.
- Abramovay, R. (2012). *Muito além da economia verde*. São Paulo: Abril.
- Acs, Z. J. & Kallas, K. (2007). State of literature on small to medium-size enterprises and entrepreneurship. in *low-income communities*. (The Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy). Jena: Max Planck Institute of Economics.
- Albuquerque, A. F., & Escrivão Filho, E. (2011). Fatores de mortalidade de pequenas empresas: uma análise da produção acadêmica no período 2000-2010. In *Anais, 5 Encontro de Estudos em Estratégia da ANPAD*, Porto Alegre/RS, pp. 1-15.
- Albuquerque, A. F. (2013). *Fatores de mortalidade de pequenas empresas: análise de empresas do setor varejista a partir do ciclo de vida organizacional*. (Tese de doutorado). Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, SP.
- Arruda, C.F; & Pedroso, H. (2006). *Concorrência: uma análise que pode salvar empresas*. Parana, Universidade Norte do Paraná.
- Azevedo, B. R. Z. (1988). Economia Informal: uma revolução em marcha. *Ensaio FEE*. Porto Alegre, 9(1), 136-140.
- Baltar, P. E. A. (1996). Estagnação da economia, abertura e crise do emprego urbano no Brasil. *Economia e sociedade*, (6),75-111.
- Bastos, F. M.; Vale, G. M. V.; Teodósio, A. S.S. Redes, Empreendedorismo Social e Negócios Inclusivos: em busca de um modelo compreensivo sobre inovação no combate à pobreza na América Latina.
- Bates, T. (2005). Analysis of young, small firms that have closed: delineating successful from unsuccessful closures. *Journal of Business Venturing*; 20 (3), p. 343–358.
- Bauer, M. W.; GASKELL, G. (2002). Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 516 p
- Bardin, L. (2006). *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70. (Obra original publicada em 1977).
- Bedê, M. A. *Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos*. São Paulo: SEBRAE, 2005.
- Cunha, J. A. C.& Corrêa, H. L. (2009). Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem, *Gestão e Regionalidade*, 25(74), 61-78.
- Borges, R. P. & Oliveira, D.M. (2014). Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas: estudo dos fatores determinantes e condicionantes, *Revista Enciclopédia Biosfera*, 10 (19), 506-512.
- Cacciamali, M. C. & Braga, T. (2002). Políticas públicas voltadas para o setor informal. In J.P.Z. Chahad (Coord.) *Estudos e análise com vistas à definição de*

- políticas, programas e projetos relativos ao mercado de trabalho brasileiro.* São Paulo: FIPE/MTE.
- Câmara, R. H. (2013). Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. Brasília/DF, *Revista Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia*, 6 (2). P 179-191
- Campos, C. J. G. (2004). Método de Análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, Brasília (DF);57(5): 611-4.
- Carter, R.; Auken, H. V. (2006). Small firms bankruptcy. *Journal of small business management*, Iowa State University, 44(4), pp 493-512.
- Castro, J. (1980.). *Geografia da fome. O dilema brasileiro: pão ou aço.* (2a ed.) Rio de Janeiro: Antares.
- Cazarini, E. W.; Santos, E. M.; Oliveira Neto, J. D. & Oliveira, S. R. M. (2008). *Fatores de sucesso e insucesso do pequeno empreendedor: um olhar sobre seus tipos de personalidade e estilos de aprendizagem.* São Paulo: EGEPE.
- Cervo, A. L.&Bervian, P. A; Silva, R. (2007). *Metodologia científica.* (6ª ed.). São Paulo: Person.
- Chehuen, J. A. (2012), *Metodologia da Pesquisa Científica: da graduação à pós graduação.* Curitiba: CRV.
- Código Civil (2002). *Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil.* Diário Oficial da União.
- Collis, J. & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.* (2a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens.* (3a ed.). Porto Alegre: Penso.
- Cupertino, M. P. & Mendonça, J.C. A. (2012). Empreendedorismo: planejamento de negócios formais no mercado informal. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.
- Dias, C. A.; Gonçalves, R. E.A. & Augusto, H. A. (2014). Contextualizando a relação natividade versus mortalidade de micro e pequenas empresas no Brasil. In: *8º Fórum de Ensino, Pesquisa e Extensão da Unimontes.* Montes Claros/MG.
- Dornelas, J. C. A. (2004). Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. *Revista de Negócios*, Blumenau, 9 (2), p. 81-90.
- Dornelas, J. C. A. (2005). *Transformando ideias em negócios.* Rio de Janeiro: Elsevier.
- Dutra, I. S.; Previdelli, J. J. (2005). Fatores condicionantes da mortalidade de empresas: um estudo dos empreendedores de micro e pequenas empresas paranaenses. *Revista Capital Científico*, 3(1), 29-50.
- Eckert, A.; Mecca, M. S.; Blasio, R. & Macari, T. D. (2013). Gestão de pequenas empresas: identificação de mortalidade das empresas em um município da Serra Gaúcha. *Revista Escola de Negócios (REN)*, 1(1), 1-16.
- Eisenhart, M. (2009). *Generalization from qualitative inquiry. Generalizing from educational research: Beyond qualitative and quantitative polarization*, p. 5166.

- Faizto, D.; Soares, W. (2011). Capital social, análise de redes e os mecanismos intermediários do sistema migratório Brasil/EUA. In: DIAS, L. C.; Ferrarl, M. (Org.). *Territorialidades humanas e redes sociais*. Florianópolis, Insular.
- Ferreira, A. (2009). Favelas no Rio de Janeiro: nascimento, expansão, remoção e, agora, exclusão através de muros. *Revista Bibliográfica de Geografia Y Ciências Sociales*. 14 (828).
- Ferreira, L. F. F. & Santos, S. A. (2008). Mortalidade precoce: uma análise das micro e pequenas empresas de São Paulo. In: *Anais do V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. São Paulo.
- Ferreira, L. F. F.; Santos, S. A.; Oliva, F. L.; Grisi, C. C. H. & Lima, A. C. (2012). Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Revista Gestão da Produção*, 19(4), 811-823.
- Fischer, R. M. (2014). Negócios sociais. In, Rosana de Freitas Boullosa (Org.). *Dicionário para a formação em gestão social*. (pp. 125-127). Salvador: CIAGS/UFBA.
- Fontenelle, C.; Hoeltgebaum, M. & Silveira, A. (2006) A influência do perfil empreendedor dos franqueados no desempenho organizacional. In: *Anais, do 30 Encontro Anual da ANPAD*. Salvador: ANPAD.
- Freitas, H., Janissek, M., R. & Moscarola, J. (2005). Modelo de formulário interativo para análise de dados qualitativos. *Revista de Economia e Administração*, 4(1), 27-48.
- Friedman, T. (2005). *O mundo é plano: uma história breve do Século XXI*. São Paulo: Objetiva.
- Gadotti, M. (2009). *Economia solidária como práxis pedagógica*. São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire.
- Giuberti, A. C. & Menezes Filho, N. (2005, julho -setembro). Discriminação de rendimentos por gênero: Uma Comparação entre o Brasil e os Estados Unidos. *Economia Aplicada*, 9(3): 369-383.
- Global Entrepreneurship Monitor- GEM. (2011). *Empreendedorismo no Brasil*. Acesso em 15/09/2016. [:http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf)
- Godoy, A. S. (1995, março- abril). Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, SP, 35(2) , p.57-63.
- Goldenberg, M. A (2007). *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. (10a ed.). Rio de Janeiro: Record.
- Gomes, J. A.; Freitas, A. A. F. & Capelo Júnior. E. (2005). O retrato do empreendedor informal. In: *Anais, 25 Encontro Nacional de Engenharia de Produção*. Porto Alegre.
- Gomes, S.; Vaz, R.A.P. (2011). Gestão de estoques nas micro e médias empresas: um estudo de caso na empresa Madeireira Catalana Ltda. *Revista CEPPG*. 24 (1), 119-135.

- Gonçalves, C. A.; Oliveira, D. F. & Gosling, M. (2006). Comportamento do empreendedor e posicionamento estratégico: um caso de Spin-off na indústria siderúrgica no Brasil. In: *Anais, do 30 Encontro da ANPAD*. Salvador: ANPAD.
- Guimarães, L. O. Siqueira, M. M. (2006). Singularidades do empreendedorismo brasileiro: subsídios para políticas públicas de apoio aos novos negócios. *Revista Gestão & Tecnologia*, 6(2).
- Guerra, O.; Teixeira, F. (2010). Sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. *Revista de Economia Política*, 30 (1), 124-139.
- Kassai, J. R. (2011). *o que é lucro operacional*.
- Klikberg, B. (1999). Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 69, 85-102.
- Krom, V. & Felipe, M. C. (2005). Fatores da mortalidade de pequenas e médias empresas. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 1 (1), 3-19.
- Lavinas, L. & Martins, P. (2015). Empreendedorismo, Microcrédito e Superação da Miséria no Brasil: pontos em debate. *Revista Econômica*, 14(2), 85-113.
- Lazarte, R. (2000). *Problemas del desarrollo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Leone, (2010) *O perfil dos trabalhadores e trabalhadoras na economia informal no Brasil*. Brasília: OIT.
- Lima, R.C. R.; Freitas, A.A.F; (2010). Personalidade empreendedora, recursos pessoais, ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho financeiro de empreendedores informais. *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro 44(2):511-31.
- Maia, C. E. S. (1999). Informalidade e ilegalidade: faces e disfarces na economia urbana. *Boletim Goiano de Geografia*, 19 (2), 99-117.
- Marconi, M. A.; Lakatos, E. M. (2010). *Fundamentos da Metodologia Científica*. (5a ed.). São Paulo: Atlas.
- Marques, E. C. (2009). As redes sociais importam para a pobreza. LASA: Rethinking Inequalities. *26º International Congress of the Latin American Studies Association*.
- Marques, E. C. (2010). *Redes sociais, segregação e pobreza*. São Paulo: UNESP.
- Márquez, P., Reficco, E. & Berger, G. (2010). *Negócios inclusivos: iniciativas de mercado con los pobres de Iberoamérica*.
- Meghiorini, E. & Motta, A. C. C. R. (2005). Mortalidade de pequenas empresas: uma análise financeira e econômica. In: *Anais, 9 Congresso Internacional de Custos*. Florianópolis.
- Menchise, R. M. G.; Castro, C.A. (2016). *12 Congresso Nacional de Excelência em Gestão e 3 Inovarse*.
- Minayo, M.C.S. (2007). *O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde*. (10a. ed), São Paulo: HUCITEC. 406 p.
- Ministério do Trabalho e Emprego (2000). *Relatório anual de informações sociais (RAIS)*. Banco de dados. Brasília.

- Misunaga, H. Y.; Miyatake, A. K. & Filippin, M. (2012). Mortalidade de micro e pequenas empresas: ensaio teórico sobre os motivos do fechamento prematuro de empresas e lacunas de pesquisa. *Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais*, 9 (2), 07-18.
- Montenegro, M. R. (2013). Reflexões para uma teoria da localização da economia de insucesso de projetos de novos empreendimentos: um estudo com dados da Kauffmanfirmsurvey. *Revista de Gestão e Projetos*, 3 (1).
- Moretto, A. et al. (Org.) (2010). *Economia, desenvolvimento regional e mercado de trabalho do Brasil*. IDT, BNB, CESIT/UNICAMP.
- Neitzke, A. C. A. & Oliveira, R. M. (2014). Um estudo dos fatores que influenciam o processo de gestão das micro e pequenas empresas gaúchas. In: *4 Congresso da USP de Controladoria e Contabilidade*. São Paulo.
- Neri, M. C. (2010). *A nova classe média: o lado brilhante dos pobres*. Rio de Janeiro: FGV/CPS.
- Oliveira, M. A. A.; Valle, M. I. M. & Mello, E. L. (2010). Ajuda mútua, parceria e relações de parentesco: redes sociais e camelôs em Manaus. In *Anais, do 2 Encontro da Sociedade Brasileira de Sociologia da Região Norte*. Belém.
- Pamplona, J. B. & Romeiro, M. C. (2002). Desvendando o setor informal: relatos de uma experiência brasileira. *Revista da ABET*, 2(22).
- Pereira, M. F.; Grapeggia, M.; Emmendoerfer, M. L. & Três, D. L. (2009). Fatores de inovação para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil. *Revista de Administração e Inovação*, 6(1), 50-65.
- Pereira, R. C. M. & Sousa, P. A. (2011). Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços. In: *Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*.
- Plahalad, C.K. & Hart, S.L. (2002) *The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty Through Profits*. Allen Hamilton
- Pochmann, M. & Amorim, R. (Org.) (2003). *Atlas da exclusão social no Brasil*. (v. 1). São Paulo: Cortez.
- Pochmann, M. (2004). *Reestruturação produtiva: perspectivas de desenvolvimento local com inclusão social*. Petrópolis: Vozes.
- Pochmann, M. (2008). *O emprego no desenvolvimento da nação*. São Paulo: Boitempo.
- Pochmann, M.; Barbosa, A.; Ponte, V.; Pereira, M. A. & Silva R. (2003). *Agenda não liberal da inclusão social no Brasil: atlas da exclusão social*. (v.5). São Paulo: Cortez
- Portal Brasil, SEBRAE, (2012). Recuperado em 29/11/2016. http://www.acminas.com.br/_uploads/_produtos/servicos/2013-11/o-atual-contexto-do-ambiente-economico-das-mpes---brasil-e-minas-gerais.pdf
- Portes A. & Schauffler, R. (1993). Competing perspectives on the Latin American Informal Sector. *Population and Development Review*, 19(1), 33-60. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2938384>.

- Portes, A. & Schaufler, R. (1993). De la mano de obra excedente a la empresa dinámica: perspectivas de competencia del sector informal latinoamericano. *Estudios Sociológicos*, 11(33), 817-850.
- Prahalad, C. K. (2010). *A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro*. Porto Alegre: Bookman.
- Rakowski, C. A. (1994). *Convergence and Divergence in the Informal Sector Debate: A Focus on Latin America*, Ohio State University: Columbus.
- Rede Cidadã. (2014). *Voluntários em Rede : guia de apoio ao mentor voluntário*, Belo Horizonte.
- Região Metropolitana de Belo Horizonte. Recuperado a partir de: http://www.observatoriodasmetropoles.ufrj.br/como_anda/como_anda_RM_belo_horizonte.pdf.
- Relatório anual do Banco Mundial (2015). *Recuperado em 30 de abril de 2016, de <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/.../WBAnnualReport2015PT.pdf>*
- Relatório anual do Banco Mundial (2016). Recuperado a partir <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24985/210852PT.pdf>
- Rodrigues, I.; BARBIERI, J. C. (2008). A emergência da tecnologia social: revisitando o movimento da tecnologia apropriada como estratégia de desenvolvimento sustentável. *Revista de Administração Pública*, 42 (6).
- Sachs, J. (2005,2008). *O fim da pobreza: como acabar com a miséria mundial nos próximos vinte anos*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Sachs, J. (2008). *A riqueza de todos: a construção de uma economia sustentável em um planeta superpovoado, poluído e pobre*. São Paulo: Nova Fronteira.
- Sales, R. L. & Barros, A. A. (2008). O perfil e as características do empreendedor e a mortalidade dos pequenos negócios no município de Leopoldina-MG. In: *EGEPE - encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, 2008*, São Paulo. *Anais...* São Paulo, 2008.
- Sales, R. L. & Barros, A. A.; Pereira, C. M. M. A. (2008). Fatores condicionantes da mortalidade dos pequenos negócios em um típico município interiorano brasileiro. *Revista da micro e pequena empresa*, 2(1), 38-55.
- Santini, S.; Favarin, E. V.; Nogueira, M. A.; Oliveira, M. L. & Ruppenthal, J. E. (2015). Fatores de mortalidade em micro e pequenas empresas: um estudo na região central do Rio Grande do Sul. *Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios*, 8(1), 2-24.
- Santos, M. (1996). *A natureza do espaço: Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Hucitec.
- Santos, A. L. (2006). *Trabalho em pequenos negócios no Brasil: impactos da crise do final do século XIX. 2006*. (Tese Doutorado). Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- Santos, J. B. F.; Maciel, R.H.M.O.; Sato, L. Santos, J. B. F.; (2014) Trabalhadores informais e a formação de redes socioprodutivas (RSP): considerações teórico-empíricas. *Revista Contemporânea*, (4).2.

- Santos, A. L.; Krein, J.D.; Calixtre, A. B. Org. (2012). *Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento*, Rio de Janeiro: Ipea.
- Scherner, M. L. T.; Carvalho, G. M. (2010). Empreendedorismo sob o enfoque de diferentes perspectivas teóricas. In: F. G., J. M. Ferreira & S. C. Ramos (Org.). *Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte*. Curitiba: Champagnat.
- Schneider, C. (2008). *Mixed R&D incentives: the effect of R&D subsidies on patented inventions*. Working Papers, 6.
- Scheers, L. V. (2011). SME's marketing skills challenges in South Africa. *African Journal of Business Management*, 5(13), 5048-5056.
- Sen, A. K. (2010). *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Sen, A. K. (2012). *Desigualdade reexaminada*. (3a ed.), Rio de Janeiro: Record.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE (2008) *10 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas*. São Paulo: SEBRAE/SP.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2011). *Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil*. (Coleção Estudos e Pesquisas). Brasília: SEBRAE.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2010-2011*. (4a ed.) Brasília, DF: SEBRAE, São Paulo: DIEESE.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2013). *Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil*. (Coleção Estudos e Pesquisas). Brasília: SEBRAE.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Perfil do microempreendedor individual*. (2016). Recuperado em 22/09/2016: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Perfil%20do%20MEI%202015.pdf>
- Silva, A. B., Brasil, A.S. & Alvarenga, M.S., (2015). Desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas no Brasil. *Revista Conexão Eletrônica*, 12 (1).
- Silva, C. R., Gobbi, B. C., & Simão, A. A. (2005). O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: Descrição e aplicação do método. *Organizações Rurais Agroindustriais*, 7(1), 70-81.
- Souza, M. C. A. F; Mazzali, L. (2008). Conceito e Espaço da Pequena Empresa na Estrutura Industrial: heterogeneidade e formas de inserção. *Gestão e Produção*, 15, (3), 591-603.
- Souza, Jessé. (2009). *A Ralé Brasileira Quem é e como vive*. Belo Horizonte: UFMG.
- Souza, Jessé. (2011). A Parte de Baixo da Sociedade Brasileira. *Revista Interesse Nacional*, (14), 33-41.
- Souza Júnior, M.B .M., Melo, Santiago M.S.T.. (2011, julho- setembro). A análise de conteúdo como forma de tratamento dos dados numa pesquisa qualitativa em educação física escolar. *Movimento*, Porto Alegre, 16(3), 31-49.

- Storey, D. J. (2011). Optimism and chance. The elephants in the entrepreneurship room. *Internacional small bussines Journal*, Sussex University/UK, 29(4), 303-321.
- Theodoro, M. (2000). *As bases da política de apoio ao setor informal no Brasil*. Brasília: IPEA.
- Triviños, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.
- Uriarte, L.R., Damau, M.B.L., Barcia, R.M., Valente, A.M., & Lapolli, E. M. (2000) Empresário ou empreendedor? In: *Anais do 1 EGEPE (Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas)*, Maringá, pp. 71-80.
- Valarelli, M. M., & Vale, G. M. V. (1997). *Informalidade e cidadania: empreendimentos informais no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: IBASE.
- Vale, G. M. V.; Aguiar, M. A. S., & Andrade, N. A. (1998). *Fatores condicionantes da mortalidade de empresas*. Brasília: SEBRAE Nacional.
- Vale G. M. V., & Guimarães, L.O. (2010). Redes Sociais, Informação, criação e sobrevivência de empresas. *Perspectivas em Ciência da Informação*, São Paulo/SP, 15(3), 195-215.
- Vale G. M. V.; Correa, V.S., & Reis, R. F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro/RJ, 18 (3), 311-327.
- Valenzuela, M. E. (1999). Igualdade de oportunidades e discriminação de raça e gênero no mercado de trabalho no Brasil. In: *Abertura e ajuste do mercado de trabalho no Brasil: políticas para conciliar os desafios de emprego e competitividade*. Brasília: OIT / MTE; São Paulo: ed. 34.
- Vergara, S. C. (2000). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. (3a ed.) São Paulo: Atlas.
- Vianna, M. O.S., Teixeira, R. M., & Franca, V. V. (2013). Perfil dos empreendedores individuais e características dos negócios formalizados pelo programa EI em Aracaju, Sergipe. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, Rio de Janeiro, 7 (2), 19-40.
- Villaça, F. (1998). *Espaço intraurbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel.
- Warren, I. S. (2003). A problemática da pobreza na construção de um movimento cidadão. *Revista Política e Sociedade*, 2(3).
- Wood Júnior. T.; Caldas, M.P. (2007) Empresas brasileiras e o desafio da competitividade. *Revista de administração de empresas - RAE*. 47(3).
- Yin, Robert K, (2010). *Estudo de caso: Planejamento e métodos*. (5a ed.). Porto Alegre: Bookman.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro das Entrevistas

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO

TÍTULO DO TRABALHO:

SOBREVIVÊNCIA E MORTALIDADE DAS ATIVIDADES PRODUTIVAS INFORMAIS NA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA: O CASO DE INDIVÍDUOS APOIADOS PELA REDE CIDADÃ

DADOS DO ENTREVISTADO:

- Nome:
- Idade:
- Sexo:
- Nível de escolaridade:
- Estado civil:
- Endereço:
- Possui filhos? Quantos e idade?

DADOS DA ATIVIDADE PRODUTIVA:

- Nome:
- Qual o ramo e ano de criação?
- Quais são os produtos ou serviços produzidos?
- Porque você escolheu esse ramo de negócio?
- Número de funcionários e funções?
- Qual é ou era a sua função no negócio?
- Possui sócios? Quantos e qual a função no negócio?
- Como você criou o seu negócio? Como surgiu a ideia?

Sobre o indivíduo:

1. Você possui experiência anterior ao negócio? Qual?
2. Onde você já trabalhou? Tinha carteira assinada?
3. Você acha que se tivesse mais experiência ou treinamento teria mais sucesso?
4. O seu sexo interfere no seu negócio? De forma positiva ou negativa? Porque?
5. Você conta ou contou com parcerias, ajuda de amigos, parentes ou desconhecidos para abrir seu negócio? Se sim, quais foram?
6. Algum familiar influenciou na abertura ou no fechamento do negócio?
7. Você tem ou teve uma rede de relações, além da sua família, que interfere no seu negócio? Como?
8. Você acha que se tivesse mais "leitura", seu negócio poderia ter ido para a frente ou teria mais sucesso?
9. Quais são as lições que você tirou desta experiência?
10. O que você mudaria dentro desta história? O que poderia melhorar?
11. Você acha que sua personalidade influenciou no fechamento do negócio ou no sucesso do negócio? Porque?

Sobre a atividade produtiva:

12. Onde o atividade é ou era localizado?
13. O local da atividade é ou era próprio ou alugado?
14. Você considera um bom local? Por quê? Você acha que se o ponto de venda fosse melhor teria dado melhor resultado?
15. Como é ou era realizado o planejamento da sua atividade (financeiro, marketing, logístico)?
16. Você possuía auxílio de algum profissional com algum conhecimento técnico?
17. Você utiliza ou utilizava de forma efetiva alguma ferramenta de informática na gestão do sua atividade?
18. Qual é ou era o seu tipo de cliente?
19. Você possui ou possuía um número de clientes satisfatório?
20. Você achava que os clientes são ou eram satisfeitos com seus produtos ou serviços?
21. Como você consegue ou conseguia crédito para sua atividade? Se você tivesse conseguido mais crédito para tocar sua atividade, teria sido mais fácil?
22. A sua atividade é ou era a sua única fonte de renda? Se sim, é suficiente para a sobrevivência da família?
23. Quais são ou eram as suas principais despesas?
24. E o lucro, é ou era satisfatório?
25. Você possui ou possuía estoque (de produtos e de insumos)?

Sobre o ambiente:

26. A situação econômica do país contribuiu para a sua decisão de abrir a atividade? E atualmente, ela interfere de alguma forma?
27. Como é a concorrência? E o mercado para seu produto ou serviço?
28. Você possui ou já possuiu apoio de alguma instituição?
29. Você possuía fornecedores? Quais?
30. Você enfrentou ou enfrenta muita burocracia? Quais?
31. Como sabe ou sabia da satisfação dos clientes?

Sobre a Rede Cidadã:

32. Como você conheceu a Rede Cidadã?
33. Como a Rede Cidadã contribuiu para a abertura da sua atividade?
34. Você indicaria a Rede Cidadã para outros empreendedores?