



A TAXA DE MORTALIDADE DAS NOVAS EMPRESAS NOS PERÍODO DE 2021 A 2025.UM LEVANTAMENTO DE DADOS EM EMPRESAS DE VESTUÁRIOS EM SÃO JOÃO DEL REI E REGIÃO.

Matheus Gabriel José dos Santos Paula¹

Prof. MSc. Clodoaldo Fabrício José Lacerda²

RESUMO

No cenário complexo econômico vivido em períodos anteriores, devido às instabilidades de mercado causadas por fatores como a COVID-19, muitas pessoas viram o empreendedorismo como uma oportunidade em meio ao caos, mas nem todos obtêm o sucesso. Desta forma, o presente artigo tem o objetivo de relatar para os leitores qual é a taxa de mortalidade das empresas de vestuários de São João del Rei- MG e região nos anos de 2021 a 2025, apresentando um levantamento numérico sobre a criação e morte das empresas, os impactos causados pela concorrência como a internet e china, relatando sobre o mercado microempreendedor suas origens e desenvolvimentos. Através de uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa com a confiabilidade do SEBRAE que mostra os números necessários para se chegar a conclusão, mas também explicando teoricamente a causa da própria. Dando o resultado da pesquisa que a taxa de mortalidade no ramo dos vestuários na região das vertentes nos anos de 2021 a 2025, foi de 38,5% conduzindo a justificativa que as principais causas são a falta de preparo pessoal, o estudo de mercado antes do empreendimento e junto com a pandemia onde parte desses empreendedores até iniciaram mas não conseguiram se manter no mercado. Pode-se afirmar que esses foram os principais motivos para se obter essa porcentagem nos últimos anos.

Palavras-chave: Empreendedorismo; microempreendedor; Mortalidade .

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é nada mais, nada menos que empreender, observar uma situação e solucionar os problemas identificando oportunidades para criação de novos negócios ou inovação. Contendo iniciativa e visão de futuro. No setor empresarial, o termo empreendedorismo está relacionado a criação de empresas e produtos. É um segmento essencial para a sociedade, transformando conhecimentos e novas ideias em produtos que irão ser colocados no mercado.

Existem diversas áreas no mercado, o setor de vestuário obtém um significativo espaço

¹ Graduando do curso de Administração do Centro Universitário AFYA São João Del Rei – matheusgabrielr49@gmail.com

² Professor dos curso de Administração do Centro Universitário AFYA São João Del Rei – clodoaldo.lacerda@afya.com.br

na economia brasileira e mundial. Em cidades de médio porte como São João del Rei e sua região, o segmento representa uma das principais fontes de renda, emprego e dinamização no mercado local. Mas apesar de sua importância muitas empresas vivem em uma corda bamba apresentam dificuldades para se manter no mercado e acabam se desligando do setor.

A falta de planejamento, pouco conhecimento de mercado entre outros motivos, fazem parte para o fracasso dos segmentos. Mas tem que se dar ao mérito de mencionar que também existem muitas empresas no mercado que estão fazendo muito sucesso.

Neste contexto o cenário se tornou ainda mais desafiador devido os efeitos econômicos causados pela pandemia COVID-19, que atingiu de forma intensa o varejo físico. A cidade de São João del Rei de acordo com o censo do IBGE de 2022 (IBGE, 2025) possui cerca de 90.225 habitantes. No ano de 2024 foram registradas 308 novas empresas. Em 2025 (SEBRAE, 2025) se evidencia que no comercio varejista de artigos dos vestuários e acessórios existem em volta de 550 empresas registradas.

Ao realizar essa análise pretende-se nesse estudo responder à seguinte questão problema: Qual a taxa de mortalidade das empresas de vestuários de São João del Rei e região nos de 2021 a 2025?

Assim esse estudo tem como objetivo geral, demonstrar a taxa de mortalidade das empresas de vestuário de São João del Rei e Região nos últimos cinco anos. Considerando todos os contras e a favor existentes no cenário, de modo em que os resultados obtidos de a total certeza dos dados levantados e respostas para os mesmos. Afim de que se encontre toda pesquisa bem explicada pretende-se, mas especificamente; a) Detalhar sobre as industrias de vestuários, sua origem, evolução e desafios; b) Apresentar um levantamento de dados sobre as empresas de São João del Rei e Região quanto ao índice de criação e mortalidade; c) Relatar sobre os impactos da china e internet, como podem influenciar para a mortalidade das empresas.

Justifica-se esse estudo pois através deste artigo ocorrerá a possibilidade do leitor realizar um aprofundamento mais detalhado na área profissionalizante, apresentando os caminhos corretos, desafios que podem enfrentar pela frente, contrariando o fracasso.

Podendo usá-lo também como modelo para as empresas, evitando o fechamento das próprias consequentemente gerando novos empregos e empreendedores. Fazendo com que o artigo seja uma fonte de consultas e pesquisas na área empreendedora tendo em vista objetivo de contribuição para a ciência da administração.

A metodologia do trabalho segue o modelo de pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, para a construção do referencial teorico se apresenta uma pesquisa bibliográfica exploratória.

Sendo assim, o trabalho tende trazer os dados nescesários do mercado, com intuito de

fazer com que o leitor ao término da leitura tenha a total convicção em que caminho deve seguir para o sucesso no mercado de vestuários.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Pode-se dizer que o empreendedorismo significa inovar, ter e executar novas idéias. “O empreendedorismo exige uma ação empreendedora por meio da criação de novos produtos/processos e ou da entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida.” (Hisrich; Peters;Shepherd, 2014, p.6).

Para Ferreira; Santos; Serra (2010) a maioria das inovações indroduzidas no mercado, são inovações comuns ou incrementais, que podem se basear em aspectos tão simples como melhor atendimento, horário de funcionamento mais coveniente, melhor decoração de espaço comercial,maior variedade de oferta, preços mais baixos entre outros aspectos.

“ O empreendedorismo portanto é um conceito dinâmico, e o empreendedor destaca-se ou mesmo surge quando novas situações aparecem, novas decisões são tomadas, novos rumos são escolhidos” (Edda; Tomás, 2006, p. 18 apud Júnior, N. 2011, p.27)

De acordo com Dorneles (2021,p.14) historicamente:

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae e sociedade Brasileira para Exploração de Sftware (softex) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismos e em criação de pequenas empresas. Os ambientes políticos e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2011) destaca o Brasil entre os 3 países no mundo com a visão mais empreendedora, ou seja, ao ser avistada uma oportunidade em algum cenário o brasileiro tem a percepção de poder realizar algo novo, em criar alternativas para empreender, tais percepções diz muito a respeito da sociedade brasileira como inovadora.

Seguindo esse pensamento GEM (2011,p, 26) afirma que:

Uma percepção favorável do empreendedorismo pela sociedade contribui com o aumento da cultura empreendedora. Quando os indivíduos enxergam que o empreendedorismo pode vir ser uma boa opção de carreira – valorizada e reconhecida pela sociedade em que vivem- há mais chances de que membros de sua região venham a empreender. Historias de sucesso de empreendedores contadas pela mídia de negocios e a exposição de empreendedores como “herois” tendem a reforçar as noções positivas sobre os empreendedores.

2.1 MICRO EMPREENDEDORISMO

“Atrás de toda nova ação existem pessoas que estão dispostas a sonhar, arriscando com suas visões visionárias realizando algo diferente do já existente. Empreendedores são pessoas que pensam diferente de todos, eles querem o reconhecimento e deixar o seu próprio legado diante a multidão.”(Dorneles,2021). Vale ressaltar que para Ferreira; Santos; Serra (2010) ser empreendedor não está voltado apenas para construir riquezas ou bens, está muitas das vezes associado ao bem estar em fazer aquilo que ama, a satisfação pessoal. No entanto tudo isso não se limita em apenas geração de empregos e prosperidade do sócio proprietário do negocio.

Perante esse atual cenário onde se vive um elevado índice de desemprego ocasionado por vários fatores, o brasileiro em meio a essa crise econômica viu a informalidade como melhoria financeira. Porém essa maneira de empreender vem tomando nova forma, os empreendimentos formais, surgindo os micro empreendedores.(Júnior,2011)

Segundo estudos do SEBRAE (2025), o micro empreendedor é a pessoa que trabalha por conta própria, possui registros de pequeno empresário e exerce uma das mais de 400 modalidades de serviços, indústria ou comércio.

“Está se iniciando a geração de negócios empreendedores, onde as pessoas estão assumindo riscos e abraçando oportunidades em vários segmentos do mercado” (Mendes,2017 apud Almeida, Cruz, 2019,p3)

No Brasil em cada 100 pessoas, cerca de 23 desenvolvem alguma modalidade de atividade empreendedora, totalizando mais de 32 milhões de pessoas desenvolvendo novos negócios. (Dornelas,2021)

“Em 2008, é aprovada a Lei Complementar 128/2008, que trata devidamente do Microempreendedor Individual (MEI), onde ampara e formaliza àqueles que antes geravam economia informal para o país.”(Amorim,Santos;Silva,Moura, 2023,p13)

Nestes termos, de modo geral, aquele empreendedor que possuir faturamento bruto de, no máximo, R\$ 81 mil ao ano pode se enquadrar em tal categoria. Além disso, com atuação em mais de 490 atividades, estes são divididos em diversos campos ligados ao comércio, à indústria e a prestação de serviços. Após a formalização surge uma série de benefícios que podem incentivar a formação de microempreendedores e sua regularização.(Nunes,2019,p3)

Nunes (2019) também relata a inclusão de um MEI garante ao empreendedor a possibilidade de ter seu CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), consequentemente usufruindo de diversos benefícios previdenciários.

Por meio dos dados fornecidos pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), pode-se constatar que os números de micro e pequenos empreendimentos vêm crescendo ao longo dos últimos anos no Brasil e estes surgem, em sua maioria, na forma de Microempreendedores Individuais.

Após ser discutido sobre microempreendedorismo, pretende-se abordar sobre o processo de sobrevivência das empresas

2.2 O DESAFIO DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS

Em contrapartido o mercado exige muita competência e nem tudo são um mar de rosa, cada ano que passa a competição aumenta ainda mais para o empreendedor, Barreto; Antonovz (2016) destaca que a mortalidade precoce das novas empresas são causas dos problemas sociais gerados pelo desemprego e o desejo frustrado dos empreendedores em manter um negócio rentável e consequente conquistar a tão sonhada liberdade financeira. O novo empresário encontra uma concorrência cada vez mais competitiva, demandando grandes habilidades gerenciais e qualquer erro pode representar o fechamento do novo negócio.

Segundo SEBRAE,(2023) Através de estudos realizados relataram que 17% de novos empresarios não fazem planejamento nenhum para iniciar seu negocio e 59% realizam de no máximo 6 meses, não realizam planejamento de longo prazo. Grande proporção de pessoas desempregadas, que tendem em querer abrir um empreendimento para ganhar alguma renda.

Em muitos casos os problemas enfrentados, são compensados pela determinação e vontade fazer da certo, mas nem sempre pode ser tão facil assim. “O empresário sozinho com inúmeras demandas tem de se não conseguir enfase de fatores gerenciais impactantes no negocio, dentre eles estão a baixa de utilização das ferramentas necessesárias e a má compreensão dos aspectos financeiros e contábeis.” (Barreto;Antonovz, 2016, p 3).

A COVID-19 infelizmente contribuiu bruscamente para o fracasso, “Mais de 40% citaram explicitamente como um dos principais motivos para o fechamento da empresa a pandemia da COVID-19” (SEBRAE,2023).

Assim destacou Beleziário e Almeida (2020, p.2):

No início do ano de 2020, a economia mundial entrou em colapso devido ao

enfrentamento ao novo Coronavírus (COVID-19). Os países foram obrigados a fechar suas fronteiras, cidades inteiras estimularam o isolamento horizontal forçando o fechamento do comércio local. No Brasil, no dia 6 de fevereiro, foi decretada a lei de Nº 13.979/20 que determina as medidas adotadas pelo governo brasileiro referente ao enfrentamento ao COVID-19, impondo o isolamento social e a quarentena, resguardando apenas os serviços públicos e atividades essenciais, como supermercados, farmácias e padarias.

As micro e pequenas empresas inevitavelmente foram as mais afetadas em consequência a crise implementada por decorrência do vírus, por volta de 10 milhões de empresas não funcionaram temporariamente, se tornando sensíveis ao impacto e se encontraram vulneráveis em meio a pandemia.(SEBRAE, 2020 apud Beleziário; Almeida, 2020,p 3). “[...]Porém, os dados mostram também que mesmo antes da crise a maioria das empresas não se encontrava com boa saúde financeira decorrentes de razões e fatores que antecedem à crise.”.(Beleziário;Almeida,2020, p 3). Concluindo que a pandemia contribuiu bastante para o declínio, mas não foi protagonista em todos os contextos.

Compreendido sobre a sobrevivência das organizações, é objeto desse trabalho abordar também sobre a concorrência das empresas com a internet e a China.

2.3 CONCORRÊNCIA COM A INTERNET E A CHINA

A internet se destaca como uma das grandes concorrências para os negócios. Para Sinclair (2018), se está pensando em abrir uma empresa o empresário precisa considerar os sites como concorrentes, não só porque eles competirão com seus produtos, mas também porque estão competindo com todo o seu ecossistema, onde quer que esteja, em qualquer ramo a internet será um desafio, cabe ao administrador saber usá-la contra ou a favor. [...]“ O momento de investir recursos para lançar e cultivar um ecossistema é decisão estratégica.” Concluiu (Sinclair,2018,p 41).

“Antes, era necessário ir pessoalmente a uma loja para experimentar as roupas e ver o que estava disponível.Agora, com apenas alguns cliques,é possível acessar uma enorme variedade de marcas e estilos, tudo a partir do celular.”(Dino,2024,)

Se referência em Artemidas (2022), que as pessoas tem procurado mais e mais praticidade e comodidade na hora de comprar roupas, acessórios e calçados, com isso o e-commerce tem oferecido essas facilidades, o segmento foi um dos que mais se destacou no comércio online no Brasil, representando cerca de 13.6% do total de pedidos.

Tendo a convicção que:

Entre os principais benefícios do e-commerce de moda, está a possibilidade de encontrar uma variedade maior de produtos e marcas, que muitas vezes não estão disponíveis em lojas físicas. Além disso, a compra pela internet permite que o consumidor possa comparar preços e modelos de forma mais rápida e fácil, sem precisar de sair de casa. Outro aspecto importante do comércio eletrônico de moda é a conveniência e praticidade. Com apenas alguns cliques, é possível encontrar e comprar peças de roupa, acessórios e calçados, sem precisar enfrentar filas, estacionamentos lotados e outras situações desagradáveis que podem ocorrer nas lojas físicas. (Artemidas, 2022)

Outro concorrente fortíssimo que pode ocasionar dificuldades ao empreendedor é o mercado chinês, historicamente a presença chinesa iniciou a partir da década de 1960. Em 1978 foi o início da “política de portas abertas” onde já se registrava na China 673 milhões de peças confeccionadas em vestuário, que ao longo do tempo acabou chegando a 17,5 bilhões de peças nos anos 2000. (Senai; Ceqit; Iptm. 2004 apud Costa; Conte; Conte, 2013, p. 13).

Costa; Conte; Conte (2013) relata o quanto a China destaca-se pela diversificada e elevada oferta que oferece em termos de especificações e variedades nos produtos. O país tem o poder de produção em todos os tipos têxteis e confecções desde os básicos até os da moda.

“As firmas chinesas oferecem serviços de maior valor agregado, reagem rapidamente às mudanças da moda e as demandas dos varejistas, atendendo aos padrões de produtos de uma forma mais adequada do que a dos fornecedores de outras partes do mundo.” (Costa; Conte; Conte, 2013, p. 18).

Segundo dados do IBGE (2025) é comum ouvir que 80% das microempresas fecham as portas nos primeiros anos, mas diferentemente do que falam as estatísticas afirmam que essa afirmação é um mito e não suportada pelos dados oficiais.

Compreendida a base teórica sobre esse seguimento de mercado, passa-se à etapa metodológica, na qual serão apresentados os procedimentos de coletas e dados para alcançar os objetivos propostos e consequentemente, a conclusão almejada.

3. METODOLOGIA

O estudo tem o propósito em demonstrar a taxa de mortalidade das empresas de vestuário de São João del Rei e região nos anos de 2021 a 2025. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica. Sousa; Oliveira ; Alves (2021) explica esse método de pesquisa como um modelo em que o autor busca em obras já publicadas onde as explicações e dados auxiliam no entendimento do artigo em cima do tema proposto. As obras como livros, teses, dissertações, revistas, artigos científicos, leis e outras fontes de pesquisas já publicadas, fazem parte do método de pesquisa.

A pesquisa Bibliográfica é o levantamento ou revisão de obras publicadas sobre a teoria

que irá direcionar o trabalho científico, o que necessita uma dedicação, estudo e análise pelo pesquisador que irá fazer o artigo, tendo como objetivo reunir o máximo de dados possíveis para facilitar o entendimento do leitor. (Souza, Oliveira, Alves, 2013)

A base da pesquisa bibliográfica relacionam-se em cima de livros, teses, artigos e outros documentos publicados que contribuem na investigação do problema proposto na pesquisa.

Estudo realizado de caráter exploratório. Esse tipo de análise geralmente se realizam em cima de temas onde não se tem as informações necessárias para o total consentimento do leitor. É o que ocorreu neste trabalho, que foi buscado saber a taxa e a análise sobre a mortalidade das empresas. Tem como objetivo preencher as lacunas que normalmente aparecem através dos estudos.

Neste artigo científico foi explorado as possibilidades que existem dentro da região, com o intuito de aprofundar e entender melhor o porque das causas das mortes e nascimentos das empresas do ramo.

Além de pesquisa bibliográfica, o presente estudo é descritivo, ou seja, um método de investigação voltado a apresentar as características de um grupo, evento ou contexto, sem interferir nas variáveis envolvidas. Seguindo essa dinâmica de abordagem, são levantadas características qualitativas. O método qualitativo fornece informações adicionais sobre o tema pesquisado, e se associa com a pesquisa exploratória (Sampieri, Collado, Lucio, 2013)

Essa é a abordagem do estudo, em que se precisa coletar os números necessários para saber a taxa de mortalidade, mas também é preciso realizar pesquisas, sobre os motivos e causas que o impulsionaram os resultados obtidos.

Todd, Lobeck, (2004, p. 553) apud Sampieri, Collado, Lucio (2013) detalham que “se empregarmos dois métodos, com seus próprios pontos fortes e fracos, que chegam aos mesmos resultados, temos mais confiança de que estes são uma representação fiel, genuína e fidedigna daquilo que acontece com o fenômeno estudado.”

Nessa fase será feita um estudo no SEBRAE (2025) na cidade de São João del Rei – MG, onde o autor tende a conduzir, pesquisas e levantamentos de dados para obtenção de resposta sobre o principal objetivo do estudo.

Apresentando-se nesse sentido gráficos onde revelam detalhadamente, a quantidade de empresas abertas e fechadas do segmento pesquisado durante o período 2021-2025. Assim abordou-se o principal resultado do artigo, a taxa de mortalidade das empresas de vestuários e acessórios masculinos.

“O Sebrae existe para incentivar o empreendedorismo e auxiliar quem está nessa jornada oferecendo programas de capacitação, estímulo à competitividade, sustentabilidade, além de

trabalhar para proporcionar um ambiente que fortaleça os pequenos negócios” (SEBRAE,2024)

Esse é um dos principais apoiadores ao empreendedor, a partir dele coletaram-se os dados de empresas da região como a natalidade e a mortalidade, contribuindo grandemente para realização do estudo.

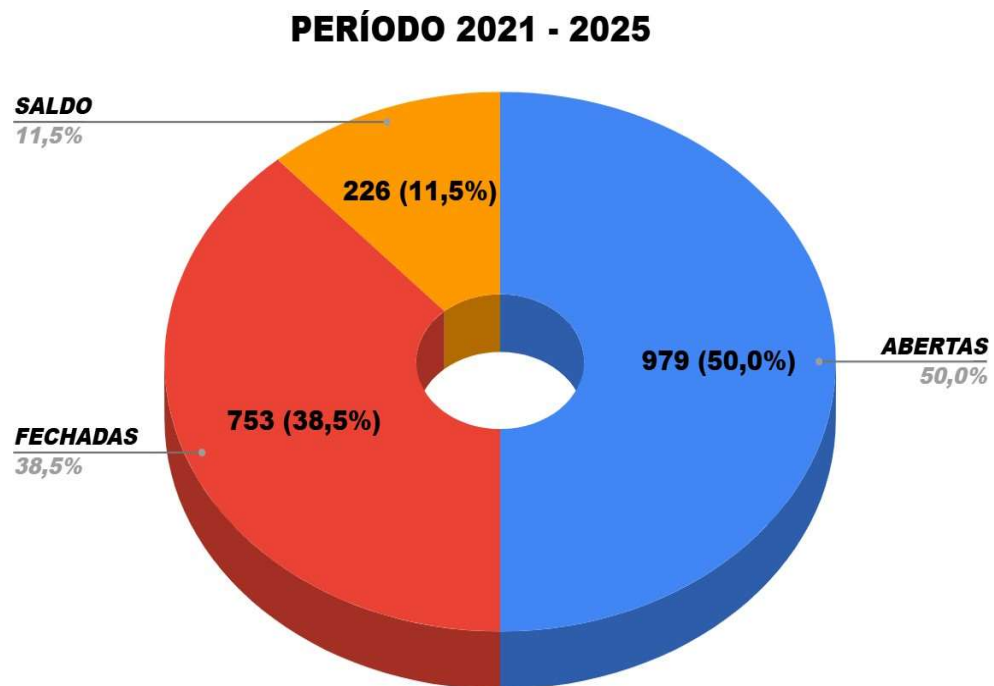
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para identificar e analisar o índice de mortalidade das empresas, utilizou-se dos resultados de pesquisas realizadas no site do SEBRAE (2025) e também foram realizadas visitas presenciais em sua sede na cidade de São João del Rei-MG. Com o foco voltado em analisar São João del Rei e região, foram incluídas na pesquisa as 13 cidades: São João del Rei; Coronel Xavier Chaves; Resende Costa; Santa Cruz de Minas; Tiradentes; Conceição da Barra de Minas; Lagoa Dourada; Prados; Barbacena; Barroso; São Tiago; Madre de Deus de Minas e Dolores de Campos.

Seguindo a lógica de seguimento, as empresas incluídas na pesquisa são as do comércio varejista de artigos do vestuário acessórios, joalherias, calçados, armarinho e artigos usados.

Portanto foi analisado a quantidade e o percentual de todas as empresas abertas, fechadas e seu saldo durante o período de 2021 à 2025.

GRÁFICO 01 –ABERTURAS, FECHAMENTOS E SALDO

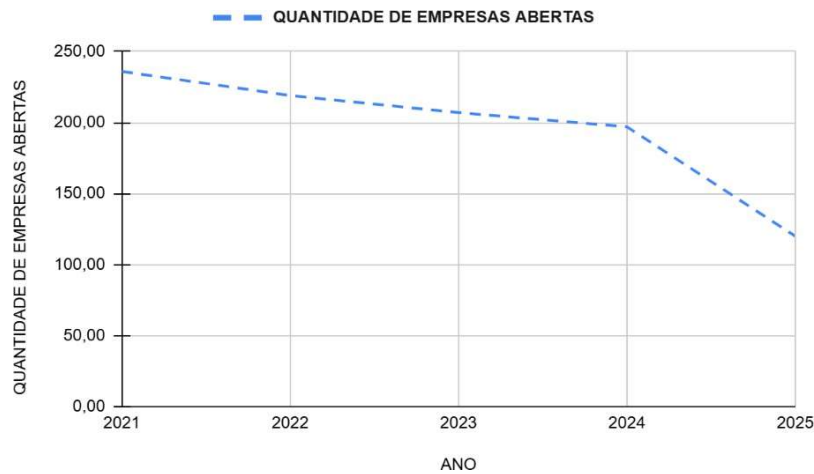


FONTE: SEBRAE (2025)

No gráfico 01 pode-se analisar que foi contabilizado um total de 1.958 empresas que no decorrer do período de 2021-2025 iniciaram o empreendimento. Deste montante 753 (38,5%) não obtiveram sucesso, decretando seu fechamento, 979 (50%) continuam abertas, tendo um saldo de 226 (11,5%) positivo. Nota-se que obteve um elevado índice de aberturas, mas também um grande índice de fechamento, revelando a instabilidade e dificuldade dos negócios de se manterem no mercado a longo prazo.

Vários fatos evidenciaram o porquê dessas empresas obterem a mortalidade nos primeiros anos de existência. Negócios do ramo de vestuários e acessórios enfrentam desafios como alta competitividade, falta de gestão profissional e dificuldades financeiras no início.

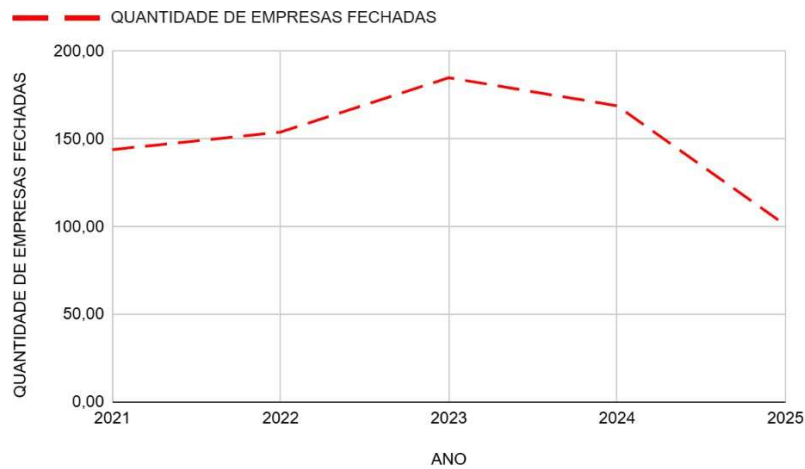
GRÁFICO 02 – EMPRESAS ABERTAS



FONTE: SEBRAE (2025)

Após apresentado o gráfico 02 acima com informações das empresas abertas de 2021 a 2025, na sequência segue o gráfico 03 com quantidade de empresas fechadas no mesmo período.

Gráfico 03 – EMPRESAS FECHADAS



FONTE: SEBRAE (2025)

Analisando os gráficos (02 e 03), foi realizada pesquisas no Site do Sebrae onde de forma detalhada encontra-se os dados anuais sobre empresas fechadas e abertas do seguimento estudado.

Entre 2021 e 2025, observa-se uma variação no número de aberturas e encerramentos de empresas. Em 2021 foram registrados 236 aberturas e 144 fechamentos. No ano seguinte houve uma leve redução com 219 empresas abertas e 154 fechadas. Em 2023 contabilizaram-se 207 aberturas e 185 fechadamentos, enquanto em 2024 apresentou 197 aberturas e 169

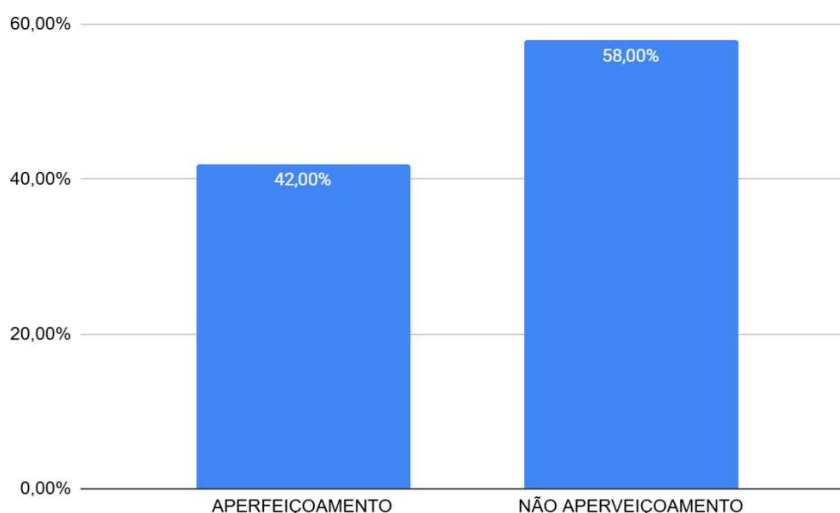
fechamentos. Por fim em 2025 ano ainda em andamento, já foram abertas 120 empresas e encerradas 101.

Pode se concluir que o fator COVID 19 exerceu influência sobre o número aberturas das empresas, Nos anos de 2021 e 2022, registraram-se os maior índice de novos empreendimentos seguido por um considerável declínio até os dias atuais. Esse cenário está relacionado ao aumento de desemprego durante a pandemia, o que levou muitas pessoas a buscar no empreendedorismo uma alternativa na geração de renda e autonomia financeira.

Por outro lado nos anos de 2023 e 2024 houve o maior índice de fechamento, causado pela dificuldade dos novos empreendedores em seguir no mercado. Existe a grande possibilidade dos negócios não serem de sucesso à longo prazo.

Foram realizadas pesquisas de informações sobre os principais motivos dessa elevada taxa de mortalidade e pela maioria conclui que a falta de planejamento e o preparo pessoal são uns dos grandes causadores do empreendimento ser mau sucedido e leva-lo ao fechamento.

Gráfico 04 – GRÁFICO CAPACITAÇÃO DOS NOVOS EMPREENDEDORES



FONTE: SEBRAE (2025)

Conforme demonstra o gráfico 42% dos novos investidores realizam uma capacitação antes de iniciar o negócio. Os outros 58% não realizam nenhum aperfeiçoamento, muitas das vezes a necessidade gerada pelo desemprego leva muitos indivíduos a recorrerem ao próprio negócio como alternativa de sobrevivência. Contudo, a falta de preparo para gerir a empresa ocasiona o seu declínio. No momento de tomar decisões, o empreendedor não tem o conhecimento adequado, optando por caminhos mais difíceis de prosseguir e de se sustentar.

5. CONCLUSÕES E PROPOSTAS

O planejamento eficiente é essencial nos dias de hoje, pois, assim, antes de qualquer iniciativa de abertura é necessário realizar um organizado plano de negócio e principalmente um aperfeiçoamento pessoal na área. Nesse contexto, em resposta ao problema de pesquisa sobre qual a taxa de mortalidade das empresas de vestuários de São João del Rei e região nos anos 2021 a 2025. Esse estudo conclui-se que a taxa de mortalidade é de 38,5%. Ou seja a cada 10 pessoas que abre o próprio negócio no ramo aproximadamente 4 tendem a não obter o sucesso levando ao fechamento. Por vários motivos se deu essa taxa, a falta de planejamento pessoal e estratégico, o controle financeiro, concorrências no mercado, o fator COVID-19 também foi muito importante para se chegar a essa porcentagem, onde pessoas viram a oportunidade de empreender como uma saída da crise.

A falta de planejamento fez com que ao longo dos anos, com a volta da estabilidade do mercado, os novos micro empreendedores não conseguisse acompanhar ou competir, levando-os ao fracasso.

Como limitações ou dificuldades desse estudo relata-se que o acesso ao SEBRAE demandou muito esforço, devido a necessidade de conciliar a agenda do pesquisador com os líderes do mesmo.

Esse artigo serve também como um novo material de estudo para pessoas que buscam uma orientação sobre o início de um empreendimento. Principais dificuldades possíveis que irão enfrentar, concorrências etc.

Como sequencia desse estudo recomenda-se pesquisar sobre outros seguimentos de micro e pequenas empresas em outras regiões do estado de Minas Gerais ou mesmo de outras unidades da federação do Brasil.

Por fim para próximos empreendedores que desejam iniciar seu próprio empreendimento fique bem claro que o conhecimento é base para o sucesso e a falta dele sempre será uma das principais causas do fracasso empresarial. Nesse sentido, é necessário realizar estudos mercadológicos, planejamentos financeiros e pessoais e análises de possíveis diferenciais estratégicos, todos essenciais para uma boa e sucedida gestão no ramo não só de vestuários mas de todo o mercado que se deseja iniciar um empreendedor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, José Genário Costa, CRUZ, Francisco Daniel Gomes da, Microempreendedor Individual: os desafios de empreender em tempos de crise. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, [s. l.], v. 1, p. 55-66, dez. 2019. Disponível em: <<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administração/microempreendedor-individual>>.

Acesso em: 17 nov. 2025.

AMORIM, Ana Vitoria Duarte; SANTOS SILVA, Flavia Viginea dos; MOURA, Wesley Maxwell Alves de Moura. **Empreendedorismo no Brasil: microempreendedores individuais**. 2023. 28 f. Monografia (Bacharelado em Administração) — Centro Universitário Brasileiro (UNIBRA), Recife, 2023. Disponível em: <<https://www.grupounibra.com/repositorio/ADMIN/2023/empreendedorismo-no-brasil-microempreendedores-individuais.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2025.

ARTEMIDAS (ed.). **A moda está na moda no e-commerce**. 2022. ARTEMIDAS. Disponível em: <www.artemidas.com.br>. Acesso em: 14 jun. 2025.

BARRETO, Antonio; ANTONOVZ, Tatiane. A má gestão de custos influencia na mortalidade das empresas no brasil? In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SINGEP , 2016. Disponível em: <<https://singep.org.br/5singep/resultado/348.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2025.

BELIZÁRIO, Márcia Paloma; ALMEIDA, Sabrina Ribeiro de. O impacto da covid-19 no índice de mortalidade de micro e pequenas empresas. In: XVII CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 2020, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2020. Disponível em: <<https://congressousp.fipecafi.org/anais/20UspInternational/ArtigosDownload/2898.pdf>>. Acesso em: 4 jun. 2025.

COSTA, Achyles Barcelos da; CONTE, Nelton Carlos; CONTE, Valquiria Carbonera. A China na cadeia têxtil – vestuário: impactos após a abertura do comércio brasileiro ao mercado mundial e do final dos Acordos Multifibras (AMV) e Têxtil Vestuário (ATV). **Revista Teoria e Evidência Econômica**, [s. l.], v. 19, n. 40, 2013. DOI: 10.5335/rtee.v0i40.3442. Disponível em: <<https://ojs.upf.br/index.php/rtee/article/view/3442>>. Acesso em: 14 jun. 2025.

DINO (ed.). **Comércio online de roupas oferece conveniência e atrai venda**. Valor Econômico. 2024. Disponível em: <<https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/05/09/comercio-online-de-roupas-oferece-conveniencia-e-atrai-venda.ghtml>>. Acesso em: 14 jun. 2025.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 8. ed. São Paulo: Editora Empreende, 2021.

FERREIRA, Manuel Portugal; SANTOS, João Carvalho; SERRA, Fernando Ribeiro. **Ser Empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa**. Pinheiros: Editora Saraiva, 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo. Curitiba: GEM, INQP, FGV, 2011. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/10/Empreendedorismo-no-Brasil-2011-Relat%C3%83%C2%B3rio.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2025.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael P. Peters; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed., Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Portal do IBGE**. 2025. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 16 nov. 2025.

JÚNIOR; Nilton. **Plano de Negócio de uma loja de roupas multimarcas no município de Navegantes-SC**, Itajaí , 2011.

NUNES, Carlos Eduardo Aporcino Veiga. Microempreendedor Individual (MEI) no Brasil:

- aspectos sobre o desenvolvimento social e econômico. **Dialnet**, Universidade Lusófona do Porto, p. 574-582, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7469275>>. Acesso em: 17 nov. 2025.
- SAMPIERI, Dr Roberto Hernadez, COLLADO, Dr Carlos Fernández, LUCIO BAPTISTA, Dra Maria del Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**, 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
- SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil>>. Acesso em: 4 jun. 2025.
- SEBRAE. **Site oficial**. 2025. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/>> Acesso em: 4 junl. 2025.
- SINCLAIR, Bruce; **IoT: como usar ‘a internet das coisas’ para alavancar seus negócios**. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. 1. ed. São Paulo: Grupo Autêntica, 2018.
- SOUSA, Angélica; OLIVEIRA, Guilherme Saramango de; ALVES, Laís Hilário. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, Monte Carmelo, MG, v. 20, n. 41, p. 64-83, 2021. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>>. Acesso em: 4 jun. 2025.