PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL – MESTRADO E DOUTORADO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Wanderlei José Ghilardi

MICRO OU PEQUENA EMPRESA: NA DÚVIDA, NÃO ABRA!

Santa Cruz do Sul, dezembro de 2011

Wanderlei José Ghilardi

MICRO OU PEQUENA EMPRESA:
NA DÚVIDA, NÃO ABRA!

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Mestrado e Doutorado, Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Regional.

Orientador: Prof. Dr. Carlos A. N. Paiva

Co-Orientadora: Profª. Drª. Marília Patta Ramos

Santa Cruz do Sul, dezembro de 2011

Wanderlei José Ghilardi

MICRO OU PEQUENA EMPRESA:
NA DÚVIDA, NÃO ABRA!

Esta Tese foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Doutorado - Área de Concentração em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Regional.

Prof. Dr. Carlos Águedo Nagel Paiva
Professor Orientador

Profª. Drª. Marília Patta Ramos
Co-Orientadora

Prof. Dr.Silvio Cezar Arend
UNISC

Prof. Dr. Marco André Cadoná
UNISC

Profª. Drª. Maria Alice Lahorgue
UFRGS

Prof. Dr. Giuseppe Cocco
UFRJ

À minha esposa, Salete.
Aos meus filhos ***Rodrigo, Ricardo e Vanessa,*** *razão de tudo.*

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Santa Maria e ao Departamento de Ciências Contábeis, pela oportunidade de realização do doutorado.

À UNISC, especialmente ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, ao corpo docente e administrativo da Instituição, pelo crescimento pessoal e profissional que me proporcionaram.

Um agradecimento especial ao professor orientador, Carlos Águedo Nagel Paiva, pela orientação, apoio e auxílio na realização do estudo, e à professora Marília Patta Ramos, pelo estímulo, dedicação e amizade que, além do conhecimento, significaram um ponto fundamental para a elaboração desta tese.

Aos colegas do Curso de Doutorado e Mestrado em Desenvolvimento Regional da UNISC, pelo convívio, cordialidade e incentivo.

Aos familiares e amigos, por me acompanharem nessa trajetória com compreensão e incentivo.

Olhar o futuro é enxergar
a consequência do presente.

(Lucian Rodrigues)

RESUMO

Constata-se que as micro e pequenas empresas – MPEs - são essenciais para o crescimento e o desenvolvimento econômico de qualquer nação. No entanto, grande parte das novas empresas encerra suas atividades nos primeiros anos de funcionamento. O objetivo deste estudo é apontar os principais motivos que levam à mortalidade precoce as MPEs no Brasil, bem como os fatores condicionantes da sustentabilidade econômica e do sucesso empresarial. Os procedimentos metodológicos contaram com uma visita às teorias clássicas e contemporâneas, a consulta a outros estudos afins, às pesquisas do IBGE e do SEBRAE, aos bancos de dados da RAIS e com a aplicação de questionário aos profissionais da contabilidade. A pesquisa identificou fatores, desde conceituais até estruturais, como as principais dificuldades que normalmente são responsáveis por reduzir o tempo de permanência dessas empresas no mercado. Percebe-se que são de muita importância as teorias econômicas prescritivas e os parâmetros e exemplos de situações já vivenciadas, as quais colaboram sobremaneira para que os erros de empresários fracassados não se repitam. Por outro lado, essas empresas que morreram poderiam não ter sido abertas e assim não teriam sido expostas, pelas condições impostas para a sua abertura e funcionamento, a um estado de vulnerabilidade tal que, além de não propiciarem o seu desenvolvimento, provocaram, na maior parte dos casos, a perda total dos recursos nelas aplicados na abertura ou na tentativa de reversão do quadro de dificuldade. Além disso, comprova-se que alguns dos motivos para o fechamento, citados por diversas bibliografias ou órgãos de pesquisa, já não se sustentam; outros são mais consequência e menos causa e, outros ainda, por terem pouco embasamento ou se referirem a uma amostra ou caso específico de uma localidade, foram considerados pouco consistentes para generalizações. Os principais motivos para o fechamento, a princípio destacados por este estudo, são: abertura sem conhecimento do negócio (preços, mercado, concorrência); abertura sem pesquisa de mercado para o ramo (planejamento prévio); início da atividade com limitação de recursos financeiros (capital insuficiente); falta de conhecimento de custo, formação de preço de venda e gerenciamento; falta de aptidão ou capacitação do empreendedor para a gestão empresarial; falta de consultoria e assessoria desde o estudo para abertura da empresa; e, volume de vendas insuficiente e/ou número escasso de clientes. Além de destacar os motivos, a pesquisa foi além. Comprova que o mercado não é sensível à abertura de uma empresa, não sendo esse ato suficiente à criação da fatia de mercado necessária à sua sustentação. Assim, o mercado passa a ser o principal fator de análise, cujo desdobramento envolve desde o contexto econômico, a existência dessa fatia de mercado, o número de clientes em potencial e a projeção de vendas e do lucro. Em não obtendo a viabilização dessas perspectivas, explica-se o fato de muitas pequenas empresas não prosperarem. Melhor teria sido não abri-las.

Palavras-chave: MPEs, mortalidade, sustentabilidade econômica, empreendedorismo.

ABSTRACT

We note that Micro and Small Enterprises – MSEs - are essential for economic growth and development of any nation. However, much of new enterprises closes its activities in the early years of operation. The objective of this study is to point the main reasons that lead to early mortality the MSEs in Brazil, as well as the constraints of economic sustainability and factors of business success. The methodological procedures included a visit to the classic and contemporary theories, querying other related studies, the research of IBGE and SEBRAE, databases of RAIS and the application of accounting professionals questionnaire. The survey identified conceptual structural factors, since until, as the main causes of the difficulties that are normally responsible for reduce the residence time of these companies on the market. Realizes that they are of much importance as economic theories prescriptive and the parameters and examples of situations already experienced, which contribute greatly to that failed entrepreneurs errors do not recur. On the other hand, these companies who died could not have been opened and so would not have been exposed by the conditions imposed for its opening and operation, to a State of vulnerability such that, in addition to not open up its development, have led, in most cases, the total loss of resources in them applied in opening or in an attempt to frame reversal of difficulty. In addition, proves that some of the reasons for closure cited by various bibliographies or research bodies no longer hold; others are more and less causes and consequences, others still have little basement or refer to a sample or the specific case of a locality, were considered little consistent for generalizations. The main reasons for the closure, the principle highlighted by this study are: opening without knowledge of the business (price, market, competition); opening without market research for the branch (advance planning); activity starts with limited financial resources (insufficient capital); lack of knowledge of cost, selling price formation and management; lack of fitness or training of the entrepreneur to enterprise management; lack of consultancy and advisory since the study for the opening of the company; and insufficient sales volume and/or number scarce. In addition to highlighting the reasons, the search went beyond. Proves that the market is not sensitive to the opening of a company, not being sufficient for the creation of this market share necessary to their support. Then, the market becomes the main factor, whose analysis involves unfolding since the economic context, the existence of that market share, the number of potential customers, the projection of sales and profit. Not getting the feasibility of these projections, explained the fact that many small businesses do not thrive. Better would have been not open them.

Keywords: MSEs, mortality, economic sustainability, entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

01 Etapas da criação de um negócio próprio.....58
02 Modelo de Greiner de ciclo de vida das organizações..... 65
03 Um modelo mais simples de ciclo de vida das empresas.....67
04 Modelo de Adizes de ciclo de vida das organizações..... 69
05 Perfil dos micro e pequenos empresários brasileiros..... 88
06 De onde os empresários tiram suas ideias..... 94
07 Classificação de incubadoras de empresas.....118
08 Taxa de entrada, saída e de crescimento das empresas ativas no Brasil..... 141
09 Dados de entradas e saídas de MPEs por região – Brasil: 2000-2006..... 145

LISTA DE QUADROS

01 Versão estática do modelo dinâmico Kalecki-Steindliano..... 49
02 Taxa estadual de mortalidade de MPEs constituídas em 2005.....122
03 Porte das empresas ativas e extintas de 2000 a 2005..... 155
04 Média de pessoas ocupadas pelas empresas ativas e extintas – 2003/2005..... 155
05 Alguns dados sobre a gestão de MPEs.....164
06 Principais motivos para o fechamento de MPEs na ótica dos contabilistas.....188
07 Dados do Estado do Acre – 1995 a 2009..... 200
08 Teste de correlação de Pearson.....203

LISTA DE TABELAS

01 Empresas ativas, criadas, extintas e saldo anual – Brasil – 2000-2006.....134

02 Número de empresas e distribuição segundo o tipo de evento demográfico - Brasil - 2008..... 136

03 Percentual das empresas criadas e extintas no Brasil de 2000 a 2006..... 137

04 Percentual de empresas extintas – Brasil: 2000 a 2006..... 138

05 Constituição de empresas e estimativa de empresas encerradas no Estado de São Paulo: 1990 a 2008..... 153

06 Estimativa do custo social do fechamento de empresas paulistas.....153

07 Frequência com que os empresários procuram assessoria do contador para avaliar a viabilidade da instalação de uma empresa, relativamente ao ramo e ponto do negócio..... 178

08 Peso da carga tributária para Micro e Pequenas Empresas nos últimos anos..... 179

09 Avaliação das políticas públicas direcionadas às MPEs, se conseguem suprir suas dificuldades e se, nos últimos anos, foram decisivas para evitar o seu fechamento prematuro..... 179

10 Avaliação das falhas gerenciais, se contribuem significativamente para o fechamento das MPEs..... 180

11 Avaliação da possibilidade das MPEs conseguirem conquistar uma fatia de mercado ser através de preços baixos no início da atividade, enquanto empresa e produto ainda não possuírem uma referência consolidada.....180

12 Avaliação da estratégia de um investimento expressivo em publicidade, no momento de maior dificuldade das empresas extintas, se isso teria revertido a tendência ao fechamento..... 181

13 Avaliação do volume médio de capital de giro que normalmente as MPEs investem para tentar se manter no mercado (em torno de R$20.000,00).....181

14 Avaliação do crédito bancário especial para as MPEs, a juros totalmente subsidiados (ou muito baixos), se isso faria com que a maioria das novas MPEs prosperasse em seu negócio..... 182

15 Avaliação da possibilidade de o fechamento da maioria das MPEs ter sido por não ter tido acesso à fatia de mercado necessária à plena utilização de sua capacidade inicial, nem ter conseguido ampliar esta posição ao longo do tempo..... 182

16 Avaliação da possibilidade de uma pesquisa de mercado junto ao público-alvo, antes da abertura da empresa, se teria trazido melhores noções sobre o negócio e, consequentemente, maiores chances de prosperidade para as novas MPEs..... 183

17 Tempo de maturação necessário para que uma empresa tenha condições de se fortalecer..... 183

18 Avaliação do potencial de apoio das redes de cooperação às novas MPEs..... 183

19 Avaliação do crescimento ou redução do índice de baixas formais de MPEs após a edição da Lei Complementar nº 123/2006..... 184

20 Avaliação se é verdade que as empresas que conseguem manter um volume de vendas cujo lucro permita um aumento gradativo do capital de giro geralmente não enfrentam dificuldades com o fisco.....184

21 Avaliação do nível de formação do empreendedor, se é possível que seja um fator determinante para o sucesso ou o fracasso da MPE que atualmente se lança no mercado..185

22 Avaliação da possibilidade de que as dificuldades no relacionamento entre sócios ou familiares envolvidos no negócio tenham contribuído significativamente para o fechamento de MPEs.....185

23 Avaliação da noção sobre "Gestão Empresarial" que os novos empresários possuem ao ingressarem no mercado..... 186

24 Comparativo do grau de importância das habilidades profissionais na arte de empreender: 1ª) disposição de lançar-se no mercado e 2ª) habilidade de fazer prosperar uma empresa já existente.....186

25 Situação em que se encontra o capital investido pelo proprietário no momento do encerramento prematuro das atividades de uma MPE..... 187

LISTA DE ABREVIATURAS

ANPROTEC	Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores
APEX	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
APLs	Arranjos Produtivos Locais
CEMPRE	Cadastro Central de Empresas
CIETEC	Centro de Inovação, Empreendedorismo e Tecnologia
CRC-RS	Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul
CVO	Ciclo de Vida das Organizações
EMPRETEC	Programa de Desenvolvimento de Empreendedores
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
INTERCOOPE	Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares
MEI	Micro Empreendedor Individual
MGEs	Médias e Grandes Empresas
MPEs	Micro e Pequenas Empresas
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
OECD	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PDV	Pedido de Demissão Voluntária
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PROGEB	Projeto Globalização e Crise na Economia Brasileira
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
VAB	Valor Adicionado Bruto

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 15

1 DETERMINANTES DA SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DAS MPEs..... 28
1.1 Fundamentação à luz da teoria econômica..... 29
1.2 Empresa, sociedade, economia e mercado..... 50
1.3 Empreendedorismo..... 72
1.4 Sustentabilidade econômica e a pequena empresa..... 96

2 AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL..... 120
2.1 Contextualização e enquadramento legal das MPEs..... 123
2.2 As MPEs e as políticas públicas de apoio..... 127
2.3 Demografia das empresas segundo o IBGE..... 134
2.4 Participação das MPEs na distribuição da renda e nos empregos..... 142
2.5 As microempresas criadas e extintas no Brasil..... 144
2.6 Análise internacional..... 148
2.7 Dados e resultados das pesquisas do SEBRAE sobre as MPEs..... 150

3 AS CAUSAS DA MORTALIDADE DE MPEs..... 156
3.1 Resultado das pesquisas do IBGE..... 156
3.2 Resultado das pesquisas do SEBRAE..... 158
3.3 Contribuições de outras pesquisas..... 167

4 CAUSAS DA MORTALIDADE E DETERMINANTES DA SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DAS MPEs SEGUNDO OS RESULTADOS DESTA PESQUISA..... 176
4.1 A Pesquisa de campo..... 176
4.1.1 Resultado da pesquisa de campo..... 177
4.1.2 Interpretação dos dados e resultados..... 178
4.1.3 Outras considerações a partir dos resultados da pesquisa de campo..... 188
4.2 A Pesquisa secundária..... 198
4.2.1 Resultado da pesquisa secundária..... 202

CONCLUSÕES..... 208

REFERÊNCIAS..... 215

ANEXO A – Questionário de pesquisa aplicado aos Profissionais da Contabilidade..... 228
ANEXO B – Tabela Progressiva de Impostos para micro e pequenas empresas optantes pelo simples nacional – Comércio..... 232
ANEXO C – Tabela Progressiva de Impostos para micro e pequenas empresas optantes pelo simples nacional – Serviços..... 233

INTRODUÇÃO

O ambiente econômico-empresarial atual é caracterizado por mudanças tais como o avanço das tecnologias da informação e da comunicação, os acordos de remoção mútua de barreiras comerciais entre países com a formação de blocos econômicos, a mudança no comportamento e elevação do padrão de exigências dos consumidores e, principalmente, pelo aumento da concorrência entre empresas. Essas mudanças representam um desafio e um forte estímulo às organizações a fim de se adaptarem à nova realidade de competição e realizarem uma série de mudanças, não somente nas imagens e valores que guiam suas ações, mas também mudanças tecnológicas, estruturais e comportamentais.

Uma das consequências – e preocupações – nesse ambiente é o nível de emprego/desemprego. Especialmente no Brasil, todas essas transformações estão fazendo com que haja uma recondução das pessoas que compõem o universo produtivo, fazendo com que muitas se lancem no mundo dos negócios, através da constituição de micro e pequenas empresas, com o propósito de administrar seu próprio empreendimento (FIALHO et al. 2007). Outra consequência é o destino das novas empresas, as quais são criadas sob um ambiente de incertezas quanto ao seu futuro, haja vista a alta taxa de mortalidade de pequenas empresas demonstrada pelo IBGE (2010) e SEBRAE-SP (2010).

Não obstante a taxa de empreendedorismo ser uma das maiores do mundo, segundo o GEM (2009), no Brasil o foco dos negócios criados está no atendimento ao consumidor final, em empreendimentos orientados nessa direção. É um perfil de negócios com propensão à informalidade, pela baixa necessidade de recursos financeiros para a sua abertura e pela simplificação da complexidade organizacional.

A confiança dos empreendedores brasileiros mostra-se baixa ao se considerar as possibilidades de expansão dos seus empreendimentos. “Menos de 10% pretendem contratar acima de 10 empregados e 36% declararam não possuírem expectativas de criação de qualquer emprego no prazo de 5 anos” (GEM, 2010, p. 109-110). Nota-se que existem motivos para a projeção de empresas cada vez menores, supostamente pelo medo do fracasso, mas também pelas intervenções governamentais.

Por esses e por outros motivos, o papel das micro e pequenas empresas no desenvolvimento e os determinantes da sustentabilidade, ou insucesso das mesmas, tem instigado os economistas e demais cientistas sociais. Mais recentemente, a constatação

empírica do significado econômico, social e político das pequenas empresas, em termos de contribuição para o PIB, geração de emprego, participação em diversos tipos de arranjos produtivos, entre outros aspectos, aguçou ainda mais essa curiosidade, ampliando a literatura sobre o tema (GUERRA & TEIXEIRA, 2010).

Este estudo se propõe, não apenas a elencar as principais causas do fechamento prematuro das MPEs, nem apenas a uma investigação sobre os reais motivos que levam as micro e pequenas empresas brasileiras às dificuldades que as impossibilitam de permanecer ativas, mas também a destacar os fatores que poderiam se constituir em determinantes da sustentabilidade econômica, como problema de pesquisa que carece de solução. Declara-se, pois, o objetivo deste estudo: identificar os fatores que mais contribuem para o fechamento das micro e pequenas empresas no Brasil, bem como os condicionantes para sua sustentabilidade econômica, e sugerir estratégias que possam se tornar mais eficientes para a reversão do quadro atual.

Najberg et al. (2000) alertam que, embora o estudo sobre a mortalidade de empresas seja de reconhecida importância, existe um grande desconhecimento na literatura sobre esse assunto no tocante às unidades brasileiras. Segundo os autores, até o presente momento apenas o Sebrae Nacional, o Sebrae de Minas Gerais e o Sebrae de São Paulo realizaram trabalhos específicos e de acompanhamento das taxas de mortalidade das empresas instaladas no país.

Segundo o SEBRAE-SP (2008), as micro e pequenas empresas – MPEs respondem por importante parcela da economia brasileira. Além de representarem 98% do total das empresas do país, são responsáveis por 28% do faturamento do setor privado e 20% do PIB brasileiro. Em termos de geração de postos de trabalho, as MPEs realizam um papel de "colchão social", abrigando a maioria das ocupações formais e informais.

> No Brasil, são criados anualmente mais de 1,2 milhão de novos empreendimentos formais. Desse total, mais de 99% são micro e pequenas empresas e Empreendedores Individuais (EI). As micro e pequenas empresas são responsáveis por mais da metade dos empregos com carteira assinada do Brasil. Somadas as ocupações que os empreendedores geram para si mesmos, pode-se dizer que os empreendimentos de micro e pequeno porte são responsáveis por, pelo menos, dois terços do total das ocupações existentes no setor privado da economia (SEBRAE, 2011, p.4).

O IBGE (2008) registra que mais de 90% das empresas criadas a cada ano, entre 2000 e 2006, eram microempresas. Porém, apesar de a literatura enfatizar o papel do número e da

distribuição das empresas segundo o porte e a idade, como características básicas da estrutura produtiva,

> existem poucas informações sobre a sobrevivência das empresas e os seus condicionantes, ou seja, sobre o que distingue as experiências bem-sucedidas e quais as restrições que pesam sobre o crescimento das empresas e sua consolidação no mercado (IBGE, 2008, p. 7).

Não é de hoje que as Micro e Pequenas Empresas - MPEs enfrentam sérias dificuldades na manutenção de suas atividades. Conforme pesquisa do SEBRAE (2007), muitas delas, por diversos fatores, acabaram perdendo o seu espaço no mercado antes mesmo de realizarem a amortização dos investimentos iniciais. Apesar disso, constata-se que é no seu conjunto que essas empresas desempenham seu papel, devido ao seu grande potencial de geração de postos de trabalho e empregos. Em suma, pode-se concluir que este é um segmento de reconhecida importância socioeconômica mas que no Brasil encontra sérios obstáculos ao seu crescimento, sustentabilidade e competitividade.

Kruglianskas (1996) reconhece que as microempresas e empresas de pequeno porte brasileiras têm dificuldades de alcançar suas metas por diversos motivos, alguns conhecidos, outros obscuros, além de alguns declarados e que necessitam comprovação.

A criação de novas empresas também é tida como um mecanismo fundamental para o desenvolvimento econômico endógeno de uma região. Especialmente o crescimento no número de pequenas empresas se diferencia do crescimento das grandes empresas na medida que propicia uma melhor distribuição da renda e proporciona maiores oportunidades para o aproveitamento de recursos naturais e humanos locais (PAIVA, 2010).

Conforme dados do IBGE (2010), 90,89% das empresas ativas do Brasil possuem até 9 empregados, caracterizando-se, portanto, como microempresas. De acordo com o SEBRAE-SP (2008), do total de empresas existentes no Brasil - 5,1 milhões em 2006 -, 98% são micro ou pequenas empresas. Assim, as atividades empresariais no Brasil são exercidas, em sua maioria, por microempresas e empresas de pequeno porte. Constata também que, de forma relevante, o primeiro emprego, formal ou informal, principalmente daqueles que não tiveram ainda uma oportunidade de trabalho, é absorvido em grande parte pelas microempresas e empresas de pequeno porte, as quais também contribuem de forma substancial para o crescimento e a habilitação dessa mão-de-obra.

Apesar do peso econômico dessas empresas, seu ciclo de vida costuma ser curto. O que se dispõe de resultados de pesquisas é suficiente para essa afirmativa, inclusive para

explicar a aparente falta de sintonia entre os dados do IBGE e do SEBRAE quanto à longevidade das pequenas empresas brasileiras. Enquanto o IBGE (2010) declara que em 2008 entraram no mercado 889.486 empresas e saíram 719.915, num percentual proporcional de 80,94% de mortalidade sobre as entradas, no ano, a última pesquisa do SEBRAE (2007) em nível nacional indica que a mortalidade das pequenas empresas com menos de cinco anos de idade é de 22% até o segundo ano, 31,3% até o terceiro ano e 35,9% até o quarto ano - e que esses percentuais estariam reduzindo gradativamente.

As empresas sobreviventes - empresas ativas existentes em 2007 e que permaneceram ativas em 2008, independentemente do ano de fundação e/ou entrada em atividade - destacaram-se ainda no pessoal ocupado total (94,0%), no pessoal assalariado (97,0%) e nos salários pagos no ano (98,9%). As empresas que entraram em atividade em 2008 foram responsáveis por um acréscimo de 6,0% no número pessoal ocupado total e de 3,0% no pessoal ocupado assalariado. Já as empresas que saíram do mercado representaram uma queda de 4,2% no pessoal ocupado total e 1,5% no pessoal ocupado assalariado (IBGE, 2010).

Acima de tudo parte-se do princípio de que a expectativa dos pequenos empresários seja fazer com que seus negócios tenham sucesso, embora não seja um desafio simples, como é amplamente exposto no presente estudo. Aborda-se a questão fundamental - investigação a respeito dos motivos da alta taxa de mortalidade de MPEs – através da exposição de uma síntese das principais razões do insucesso das micro e pequenas empresas, resultado de várias pesquisas consultadas, visando desvendar as causas dessa mortalidade e a possibilidade de definição das condições sob as quais o pequeno empresário pode lançar-se no mercado.

Para o IBGE (2010), a taxa de sobrevivência apresenta uma relação direta com o porte da empresa. Sustenta essa afirmativa ao demonstrar que entre as empresas sem pessoal assalariado, a taxa de sobrevivência foi de 70,6%; nas empresas com 1 a 9 pessoas assalariadas foi de 91,8%; e, nas com 10 ou mais pessoas, foi de 95,7%. Conclui o IBGE que as empresas maiores, com maior capital imobilizado, tendem a permanecer mais tempo no mercado, pois, dentre outros fatores, os custos de saída costumam ser elevados.

Por outro lado, o SEBRAE (2007) considera que os motivos para o fechamento prematuro das micro e pequenas empresas, pesquisados e declarados até o presente momento, contribuem decisivamente para tal e possivelmente não seja apenas um ou algum, mas seu conjunto, ou conjunto de alguns, que determinam os últimos passos do empreendimento. O SEBRAE-SP (2008, p. 59) destaca que, entre as causas contribuintes para o encerramento prematuro dos negócios, teriam sido identificados seis conjuntos de fatores:

1) Ausência de um comportamento empreendedor;

2) Ausência de um planejamento prévio adequado;

3) Deficiências no processo de gestão empresarial;

4) Insuficiência de políticas públicas de apoio a pequenos negócios;

5) Dificuldades decorrentes da conjuntura econômica; e

6) Impacto dos problemas pessoais sobre o negócio.

Outros trabalhos foram consultados, como é o caso do estudo de Carvalho & Fonseca (2008), cuja análise utilizando estudos internacionais e dados do CEMPRE - IBGE permitiu comprovar também para o Brasil a ocorrência de fatos estilizados de caráter microeconômico com relação à demografia de empresas. Citam que estudos realizados na União Européia evidenciam uma correlação positiva entre a permanência de empresas no mercado e o porte das mesmas e também entre desemprego e o número de empresas novas e, negativa, entre o PIB per capita e a taxa de novas empresas no mercado. Concluem que é a falta de oportunidades para os desempregados ou o medo de perder seus empregos que faz com que indivíduos iniciem seu negócio próprio.

Ferreira & Santos (2008) fazem uma pesquisa exaustiva com outros autores e trazem várias contribuições. Entre elas, as de Castrogiovani, Perry, Cleverly, Riquelme e Watson, Azevedo, Santos & Pereira e, Viapiana, os quais elencam quais seriam, no seu entendimento, os principais motivos para a mortalidade das pequenas empresas, que, de forma sucinta, podem ser destacados:

- falta de um plano de negócios;

- falta de um planejamento formal;

- alto nível de complacência com os gastos na fase de abertura da empresa;

- baixa competência dos sócios;

- falta de tempo;

- desconhecimento do mercado;

- mudanças rápidas no ambiente;

- falta de experiência da equipe gerencial e da mão-de-obra;

- mercado com baixo potencial de crescimento e alta concorrência;

- produto ou serviço sem diferencial competitivo;

- produto ou serviço com baixa tecnologia e inovação;

- falta de habilidade administrativa, financeira/mercadológica do empreendedor;

- instabilidade econômica;

- falta de crédito no mercado;

- falta de experiência empresarial anterior;

- falta de competência gerencial;

- falta de organização do tempo; e

- centralização de tarefas.

Os resultados apresentados pelos autores, após a análise dos fatores destacados, revelaram ser clara no Brasil a vocação ao empreendedorismo, mas que a maioria das empresas tem a sobrevivência comprometida principalmente pela motivação do empreendedor. Perceberam que os fatores da mortalidade são bastante interligados e que também dependem, em grande parte, da atuação do próprio empreendedor.

Bonacin, Cunha & Corrêa (2009), em sua pesquisa realizada na cidade de Ituverava-SP com empresários que encerraram suas atividades, verificaram que a mortalidade se deu principalmente em função da falta de informações sobre o negócio e da falta de um planejamento administrativo por parte dos proprietários. Porém, houve uma convicção consensual de que a abertura dessas empresas foi prematura. Prova disso é que após a abertura, as maiores dificuldades apontadas foram: inadimplência, alta carga tributária, falta de mão-de-obra, ausência de capital de giro e de financiamento, escolha inadequada do ponto, pequena clientela, pouca fidelidade dos clientes, problemas financeiros em geral, endividamento e má administração dos recursos disponíveis.

Outros estudos foram consultados, mas descartados por repetirem alguns dos motivos já elencados. Outros ainda, igualmente não referenciados, e talvez seja a maioria deles, são específicos para um caso ou têm um enfoque que não segue na direção desta investigação, por sugerirem apenas problemas advindos ou associados a dificuldades operacionais, criadas principalmente após a abertura ou durante o primeiro ano de funcionamento. Para esses casos, as providências teriam que ser muito mais corretivas do que estratégicas. Corretivas sobre o

que foi feito erradamente e, mesmo as estratégicas, seriam para fugir de uma situação gerada possivelmente por um erro estratégico, quiçá a própria abertura da empresa.

Considerando que o resultado é de vital importância, Drucker (2011) é categórico: “os resultados são obtidos pelo aproveitamento das oportunidades e não pela solução de problemas”. Ou seja, a empresa que convive com problemas e sem resultados, desde o início, talvez nunca tenha tido realmente uma oportunidade.

Na mesma linha de pensamento, Drucker (2011) traz outra valiosa contribuição, a qual norteia desde o início o presente estudo: “o planejamento de longo prazo não lida com decisões futuras, mas com o futuro de decisões presentes”, o que faz supor que é a maneira como é aberta a empresa que vai definir se ela vai ser próspera e até mesmo se ela terá futuro.

Torna-se fundamental conhecer as teses de Marx sobre a tendência à centralização do capital; a tese de Marshall, de que as micro e pequenas empresas só poderiam sobreviver sob condições especiais; as definições de Schumpeter sobre desenvolvimento econômico; as constatações de Steindl, de que as pequenas empresas, além de sofrerem muitas influências adversas, como a economia de escala, são mais frágeis; a percepção de Schumacher de que o cálculo econômico que mede o sucesso em função de produto ou renda sem levar em conta o número de empregos é bastante impróprio; a acumulação flexível de Piore e Sabel, em oposição à teoria da produção em massa e o alerta de Audretsch, de que as empresas de pequeno porte são importantes mas impõem custos excessivos para a economia. Complementarmente à teoria econômica, explica-se o fenômeno da alta mortalidade de empresas no Brasil através de um modelo dinâmico Kalecki-Steindliano proposto por Paiva (2011), que leva em consideração o crescimento da renda, o crescimento da economia e o número médio de empregados das empresas, com o objetivo de estabelecer uma correlação entre o número de empresas abertas a cada ano e o que o mercado realmente comportaria, supondo ser possível futuramente intervir nessa questão.

Comprova-se que as teorias clássicas e convencionais de economia, complementadas pelos referenciais contemporâneos, se aplicam bem como guias para o ingresso, a sustentabilidade e o sucesso empresarial, mas nem tanto para reverter situações de dificuldades criadas por erros estratégicos de abertura ou de operação de pequenas empresas.

Amparado nessas teorias, o presente estudo sustenta a tese de que as pequenas empresas que fecharam suas portas de forma prematura tiveram seu destino traçado desde sua abertura, ou até mesmo antes, pela impossibilidade de ampliação do mercado, pela

inobservância das teorias econômicas prescritivas existentes, pela pouca base com que foram constituídas, ou pelas convicções erradas de seus fundadores, seja sobre o mercado, seja sobre o negócio em si. E que esses fatores, isolados ou combinados, expõem as pequenas empresas a uma situação de vulnerabilidade a qual, a tempo, seria possível prevenir e até contornar, através de planejamento prévio, de políticas públicas acertadas, ou até mesmo da reversão da ideia de abrir a própria empresa como forma de preservar o patrimônio familiar.

Para tentar afirmar essas hipóteses, foi realizada uma pesquisa de campo com os profissionais da contabilidade vinculados a escritórios de contabilidade de Santa Maria RS e de Farroupilha RS, a fim de buscar as contribuições de quem acompanha os passos desse porte de empresas no seu dia a dia, desde a abertura até o fechamento.

Em outra intervenção, buscou-se junto ao Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, a partir da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS nos últimos 13 anos, através da sistematização de dados secundários, uma relação significativa entre a redução do número de empregos nas grandes empresas e a proliferação de pequenos estabelecimentos supondo que o destino daqueles empregados demitidos das grandes empresas, por diversos motivos, tenha sido lançar-se pequeno empresário, por oportunidade ou por necessidade. E também para entender se as dinâmicas das pequenas e das grandes empresas possuem os mesmos determinantes, ou seja, se quando a economia é aquecida o nível de empregos nas grandes e nas pequenas têm variação semelhante.

Foram pesquisados vários trabalhos e teses que acabaram transformando-se em referências bibliográficas. Utilizaram-se igualmente, como embasamento teórico, outros conceitos de Marx (acerca do capitalismo), Marshall (concorrência e mercado), Schumpeter (empreendedorismo), Steindl (custo, preço e lucro), Schumacher (pequenas empresas, emprego e mercado), Piore e Sabel (decadência do fordismo), e Audretsch (empresas de pequeno porte e as condições para se firmarem no mercado). Outras fontes de informações valiosas para esta pesquisa foram: o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, a RAIS – Relação Anual de Informações Sociais do MTE – Ministério do Trabalho e Emprego.

Esta parte do estudo também ocupa-se dos procedimentos metodológicos aplicados à presente investigação.

Segundo Kuhn (1997), é próprio do empreendimento científico, no seu conjunto, revelar sua utilidade de tempos em tempos, abrindo novos territórios, instaurando ordem e

testando crenças estabelecidas há muito tempo. Porém, alerta, o indivíduo empenhado num problema de pesquisa normal quase nunca está fazendo qualquer dessas coisas. Uma vez engajado em seu trabalho, sua motivação pode passar a ser bastante diversa.

> O que o incita ao trabalho é a convicção de que, se for suficientemente habilidoso, conseguirá solucionar um quebra-cabeça que ninguém até então resolveu ou, pelo menos, não resolveu tão bem. Muitos dos grandes espíritos científicos dedicaram toda sua atenção profissional a complexos problemas dessa natureza. Em muitas situações, os diferentes campos de especialização nada mais oferecem do que esse tipo de dificuldade. Nem por isso esses quebra-cabeças passam a ser menos fascinantes para os indivíduos que a eles se dedicam com aplicação (KUHN, 1997, p. 61).

A pesquisa de campo não se ateve a replicar a pesquisa realizada pelo SEBRAE sobre a mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, porém, em algum ponto acabou ocorrendo, visto que o problema e o objeto de investigação seguiram na mesma direção. Em parte a pesquisa de campo deste estudo se assemelha àquela - a qual se revelou de grande utilidade – porém, mudando-se o perfil dos respondentes e ampliando os questionamentos, na busca de outras contribuições a partir de novos olhares.

Quanto à técnica de pesquisa, fez-se necessário empregar abordagem qualitativa e também quantitativa descritiva em vista do interesse ter sido centrado nos motivos para a mortalidade através da pesquisa empírica por questionário, além da manipulação de dados divulgados pelo IBGE e pelo SEBRAE, os quais são amplamente aceitos em seus percentuais para aquelas situações pesquisadas, mesmo porque levam em consideração as informações atualizadas da RAIS.

A pesquisa de campo teve como público alvo os escritórios de contabilidade, na pessoa do proprietário ou responsável pelo tratamento das questões que envolvem a gestão das empresas, através de questionário aplicado diretamente pelo pesquisador. A aplicação do questionário foi intencionalmente direcionada aos profissionais da área contábil que realizaram acompanhamento diuturno das MPEs por determinação legal – os contadores (por oposição a economistas e administradores, que raramente são contratados por MPEs por circunscrições orçamentárias) – tentando diagnosticar a posição dos mesmos acerca dos determinantes da sustentabilidade e da mortalidade das MPEs. Sem demérito às demais profissões, o contador é a pessoa a quem o empresário procura, em qualquer circunstância, mesmo que seja para o fechamento. Além disso, outro ponto de interesse foi no ambiente do escritório de contabilidade, o qual se constitui em uma extensão das organizações, onde os assuntos e sentimentos fluem melhor talvez do que dentro das próprias empresas em estudo.

Robert Putnam toma de empréstimo dos antropólogos e dos jornalistas tarimbados a técnica da criteriosa observação de campo para autorizar esse procedimento:

> Num processo de "impregnação e investigação", como define Richard Fenno, o pesquisador tem que embeber-se das minúcias de uma instituição – a fim de conhecer seus costumes e suas práticas, seus fortes e seus fracos, tal como fazem os que vivem o seu dia-a-dia. Essa imersão aguça nossas intuições e fornece muitas pistas para entendermos como a instituição se mantém e se adapta ao seu meio (PUTNAM, 2000, p. 27-28).

A população objeto da pesquisa de campo foi constituída pelos escritórios de contabilidade de Santa Maria - RS e de Farroupilha - RS. Os escritórios foram identificados por meio do cadastro no Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, tendo alcançado número de 50 escritórios em Santa Maria e 11 em Farroupilha. A população, composta por dois grupos, se justifica pelo fato de as realidades socioeconômicas e/ou culturais dos dois municípios contemplarem características diversas, ensejando que os grupos distintos poderiam possuir diferentes visões sobre os motivos do problema. Enquanto Santa Maria se destaca pelas atividades voltadas ao comércio e aos serviços, Farroupilha caracteriza-se fundamentalmente pela atividade industrial.

De posse da denominação ou razão social dos escritórios de contabilidade, foi possível, com auxílio de alguns profissionais de contabilidade, localizar os demais sem maiores dificuldades. Passou-se então aos contatos, que foram agendados e bem sucedidos em todas as tentativas. Em todos os escritórios houve boa receptividade à pesquisa, com as pessoas se dispondo a prestar as informações solicitadas. Para responder à pesquisa, solicitava-se o proprietário da empresa (sócio) como respondente. Em alguns casos, em que o proprietário não se achou bem informado sobre as empresas pesquisadas, aceitou-se o contabilista responsável pelo registro, baixa ou condução dos assuntos que dizem respeito à gestão das referidas empresas.

O questionário foi considerado capaz de ser utilizado, no pré-teste, o qual foi aplicado a 10 pessoas da população da pesquisa, que posteriormente também participaram da população total do estudo. Com o pré-teste foi possível identificar os itens que deveriam ser modificados. Após esse passo, considerou-se o instrumento de coleta de dados como propício para a aplicação da pesquisa de campo (Anexo 1), o qual foi composto por vinte perguntas fechadas, formuladas pelo autor, através das quais os aspectos mais relevantes puderam ser identificados. As respostas foram divididas em escalas, permitida apenas uma resposta em cada questão, com exceção da vigésima. Das vinte perguntas, as dezenove primeiras possuíam

cinco alternativas cada, sendo que a vigésima continha treze alternativas, cujo objetivo foi o de sistematizar os motivos na ordem decrescente de importância, segundo a visão de cada respondente. Optou-se por aplicar o instrumento de coleta de dados pessoalmente, sem interferir diretamente nas respostas, como garantia de retorno de todos os formulários.

Os dados foram preliminarmente organizados para que pudessem ser analisados e interpretados de maneira adequada. Os escritórios foram separados de acordo com o município para posterior avaliação de possíveis divergências, muito em função da visão a partir das diferentes realidades mencionadas.

A coleta, a análise e a interpretação dos dados foram procedidos mediante a apresentação de tabelas na forma de planilhas eletrônicas, de forma descritiva, as quais foram referência, em muitos casos, para a elucidação e o entendimento dos textos em que se estabeleceram as discussões mais relevantes do presente estudo. Sobre a estatística descritiva, Toledo e Ovalle (1995, p. 15) discorrem:

> Em um sentido mais amplo, a estatística descritiva pode ser interpretada como uma função cujo objetivo é a observação de fenômenos de mesma natureza, a coleta de dados numéricos referentes a esses fenômenos, a organização e a classificação desses dados observados e a sua apresentação através de gráficos e tabelas, além do cálculo de coeficientes que permitem descrever resumidamente os fenômenos.

Dessa forma, a fim de reduzir os dados a proporções mais facilmente interpretáveis, para essa tarefa foram utilizados procedimentos de estatística descritiva apenas.

Os procedimentos de pesquisa incluem então:

- A consulta à bibliografia clássica e neoclássica sobre o tema, bem como a bibliografia contemporânea, escrita à luz das transformações da ordem competitiva, associadas à superação do fordismo e ao processo de globalização das últimas décadas;

- A consulta aos dados sobre a participação das micro e pequenas empresas no emprego e na geração de renda no Brasil e no Rio Grande do Sul, bem como as suas respectivas taxas de mortalidade. As fontes são diversas (IBGE, RAIS, SEBRAE, passando por outros estudos e trabalhos, como este, realizados por diversos autores). É feito um cotejamento das informações visando a busca de contradições e a constituição de um quadro claro e embasado cientificamente;

- A comparação do quadro brasileiro da divisão do trabalho entre Micro e Pequenas Empresas - MPEs com alguns dados do quadro internacional, relatado em estudos científicos descritos. Avaliação da consistência ou inconsistência da realidade brasileira com o quadro

internacional e o levantamento de hipóteses acerca das especificidades brasileiras diagnosticadas em breve comparação;

- A consulta à literatura produzida pelo SEBRAE a partir de sua pesquisa sobre a mortalidade empresarial no Brasil. Avaliação da consistência analítica da pesquisa e da literatura de interpretação. Identificação de eventuais contradições entre as convicções deste estudo e a interpretação do SEBRAE;

- A avaliação e o cotejamento das teorias clássicas e contemporâneas sobre a mortalidade das MPEs com a literatura oriunda do SEBRAE e com a avaliação dos contadores;

- A pesquisa de campo, realizada junto aos profissionais da contabilidade para a identificação de fatores contribuintes à mortalidade de MPEs ou determinantes para a sua sustentabilidade, e a pesquisa secundária, realizada a partir dos dados da RAIS referentes ao emprego nas empresas brasileiras, bem como o comparativo entre a dinâmica das pequenas e das grandes empresas em função do aquecimento ou da retração da economia; e,

- A constituição de um diagnóstico sobre os determinantes da mortalidade e a apresentação do que seriam os delineamentos de uma política consistente de enfrentamento/depressão da mortalidade nas MPEs.

Assim, além da pesquisa de campo e da pesquisa secundária, o objetivo deste estudo foi também fazer uma revisão teórica acerca do papel das micro e pequenas empresas no desenvolvimento econômico e social no Brasil, associando o conteúdo às razões pelas quais muitas não prosperam e as dificuldades para sua sobrevivência. Para tal, além desta introdução, ele contém mais quatro capítulos. O primeiro capítulo traz o referencial teórico necessário ao estabelecimento de uma base para discussão, através da revisão dos conteúdos que cercam e impregnam a atividade empresarial, especialmente os pequenos empreendimentos, com o objetivo de fazer uma reconstrução dos principais argumentos sobre esses conteúdos, salientar as ideias já formuladas comparando-as com as de outros autores, reafirmando interpretações e/ou demonstrando as contradições ou debilidades dos argumentos. No segundo capítulo é feita a contextualização das micro e pequenas empresas no que tange às suas características, à legislação vigente e aos dados de pesquisas recentes sobre sua demografia. No terceiro capítulo propõe-se uma comparação entre os resultados das pesquisas do IBGE, do SEBRAE e de outros estudos, numa interlocução com as teorias de estudiosos contemporâneos do assunto, para a elucidação possível sobre os reais motivos para

a alta taxa de mortalidade de pequenas empresas no Brasil. O quarto capítulo se destina a expor o resultado deste estudo e a respectiva análise dos dados os quais se propõem a trazer novas contribuições à solução do problema objeto deste estudo. O sexto capítulo contempla as considerações finais, onde sintetiza-se, a partir da revisão empreendida, as principais razões ou causas para a mortalidade e as dificuldades para sobrevivência deste segmento empresarial e os delineamentos de uma política para a depressão da mortalidade.

1 DETERMINANTES DA SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DAS MPEs

Neste capítulo apresentam-se os resultados da pesquisa bibliográfica desenvolvida em busca de teorias que ofereçam subsídios para o entendimento de uma questão fundamental para o presente estudo: por que as pequenas empresas brasileiras têm grande dificuldade de se manter no mercado?

Para responder a essa questão, vai-se em busca de algumas teorias clássicas, neoclássicas e contemporâneas sobre economia, mercado, empreendedorismo, sustentabilidade econômica, estratégia, competitividade, cooperação e incubação, para nelas se encontrar bases referenciais que permitam a sustentabilidade empresarial.

Considerando-se a importância para este estudo das teorias que tratam das organizações, da sua gestão e a relevância dos objetivos definidos, aborda-se, de maneira sintética, as principais contribuições de estudiosos para a elucidação de questões afins com as características, as condições e os problemas enfrentados pelas micro e pequenas empresas, especialmente aquelas que determinam a sua longevidade.

Pretende-se comprovar que as teorias clássicas e convencionais de economia, complementadas pelos referenciais contemporâneos, na sua maioria são guias valiosas para o ingresso, a sustentabilidade e o sucesso empresarial.

A lógica adotada tem por base, em primeiro lugar, os ensinamentos de Marx, Marshall, Schumpeter, Steindl, Schumacher, Piore e Sabel, Audretsch e Kalecki. No ordenamento deste tópico, adota-se a sequência cronológica como um caminho para enveredar pela selva das referidas teorias. Na impossibilidade de esgotar o vasto conteúdo de cada autor, são destacados apenas alguns pontos de maior interesse, trazendo-os à discussão para, posteriormente, embasarem as deduções e conclusões possíveis.

Em seguida, são expostas as contribuições de renomados estudiosos sobre os temas pertinentes, quais sejam: empreendedorismo, sustentabilidade econômica, estratégia, competitividade, cooperação e incubação, cujos conteúdos são próprios da atividade empresarial nos mais distintos estágios de sua existência.

Ao longo desta pesquisa pretende-se, como fio condutor, perseguir – e afirmar - a hipótese de que há uma explicação para a grande dificuldade das pequenas empresas se manterem no mercado, especialmente pelas condições e motivações sob as quais são abertas ou ingressam no mercado, levando o Brasil a apresentar uma das mais altas taxas de mortalidade de empresas do mundo.

1.1 Fundamentações à luz da teoria econômica

a) A visão de Marx

Segundo Marx, as pequenas empresas não podem pretender competir com as grandes e, numa posição muito clara, argumenta:

> Os capitais grandes esmagam os pequenos. Demais, lembramos que, com o desenvolvimento do modo de produção capitalista, aumenta a dimensão mínima do capital individual exigido para levar adiante um negócio em condições normais. Os capitais pequenos lançam-se, assim, nos ramos de produção de que a grande indústria se apossou, de maneira esporádica ou incompleta. A concorrência acirra-se então na razão direta do número e na inversa da magnitude dos capitais que se rivalizam. E acaba sempre com a derrota de muitos capitalistas pequenos, cujos capitais ou soçobram ou se transferem para as mãos do vencedor. Além disso, a produção capitalista faz surgir uma força inteiramente nova, o crédito. Este, de inicio, insinua-se furtivamente como auxiliar modesto da acumulação e, por meio de fios invisíveis, leva para as mãos dos capitalistas, isolados ou associados, os meios financeiros dispersos, em proporções maiores ou menores, pela sociedade, para logo se tornar uma arma nova e terrível na luta da concorrência e transformar-se, por fim, num imenso mecanismo social de centralização de capitais (MARX, 1982, p.727).

Nessas condições, tudo levava a crer que as pequenas empresas estariam fadadas a sucumbir perante as grandes, pois o acesso a novas tecnologias e ao crédito, bases para a sobrevivência e expansão das empresas no modo de produção capitalista, é muito mais fácil para a grande empresa, o que realimenta o processo de centralização do capital (eliminação do pequeno pelo grande capital).

A análise de Marx, todavia, não legitima a tese da destruição inexorável da pequena empresa. Na reconstituição do processo histórico de surgimento da produção capitalista, o desaparecimento de pequenas unidades produtivas refere-se à morte de formas pré-capitalistas. Constituída a produção capitalista, essa eliminação é de outra ordem: vincula-se à reacomodação do pequeno capital sob a dominação de blocos mais poderosos de capital. "Os termos relativos ‘pequena’ e ‘grande’ não mais dizem respeito a unidades produtivas de estrutura essencialmente distinta, mas às descontinuidades das escalas de tamanho e poder de mercado diferenciado de capitais" (SATO, 1977, p. 91).

Segundo o autor, a destruição da pequena empresa não acontece devido ao movimento contrário à centralização do capital: sua dispersão. Essa dispersão do capital fomenta o nascimento contínuo de novas empresas e a sobrevivência de outras que, sendo complementares às grandes, podem conviver com estas lado a lado. Embora legalmente

independentes, as pequenas empresas precisariam, todavia, satisfazer as condições técnicas e administrativas ditadas pela grande empresa. Assim procedendo, elas conservam a relação que lhes garante a sobrevivência. As pequenas empresas, com menor capacidade de incorporar progresso tecnológico, passariam a depender da grande empresa, em uma relação subordinada devido a seu maior custo de operação. Desse modo, para se manterem competitivas, teriam que pagar salários menores e estes, juntamente com os custos de produção mais elevados, tornar-se-iam parâmetros para a grande.

Constata-se também, por outros parâmetros, que as condições são mais favoráveis às empresas maiores. O volume de capital, normalmente alto das grandes empresas, não lhes exige lucros proporcionais. Marx (1984, p.720) cita que Adam Smith já alertava que "mesmo com lucros reduzidos, os pequenos capitais aumentam, podendo crescer com maior velocidade que antes. Porém, um grande capital, embora com pequenos lucros, geralmente cresce mais do que um pequeno capital com grandes lucros". E Smith (1983, p.71) segue: "Dinheiro faz dinheiro. Quando se consegue um pouco, é fácil conseguir mais. A grande dificuldade é conseguir esse pouco".

Quando Marx esclarece sobre as condições exigidas para ser concorrente, asseverando que a batalha da concorrência é conduzida basicamente por meio da redução dos preços das mercadorias, está na verdade a prevenir e a orientar que nem todas as empresas podem concorrer fixando preços que outras, principalmente as grandes, praticam. De acordo com suas características, cada empresa tem o seu custo e isso pode definir valores completamente adversos para os preços de suas vendas.

> A batalha da concorrência é conduzida por meio da redução do preço das mercadorias. Não se alterando as demais circunstâncias, o barateamento das mercadorias depende da produtividade do trabalho e este da escala de produção (MARX, 1982, p. 727).

A partir desse entendimento, várias questões passam a povoar os pensamentos dos pequenos empresários, como: 1) existe outra saída para as pequenas empresas a não ser concorrer através dos preços? e 2) é possível conquistar uma fatia de mercado das grandes com custos (e preços) de pequena, geralmente altos?

As respostas a essas questões provavelmente não se distanciam daquelas que seriam dadas a uma das questões chave deste estudo: é possível fazer com que uma pequena empresa tenha vida longa sob as condições impostas pelo mercado atual? Supõe-se que os empreendedores que se habilitaram a abrir uma pequena empresa acreditaram que sim. E se

não sabiam, possivelmente descobririam tarde demais que respostas conscientes para essas questões seriam fundamentais. Por mais essa discussão, firma-se cada vez mais a convicção deste estudo, de que a sobrevivência dos pequenos empreendimentos depende, acima de tudo, de que a empresa tenha mercado para colocar seu produto. Em tendo, faltaria apenas responder mais uma questão: quanto é preciso vender? A resposta não poderia ser outra: uma quantidade tal que, combinada com seu preço, garanta lucro suficiente para os encargos inerentes ao seu ramo e porte.

No volume II do Livro I de 'O Capital', capítulo XXIII, Marx trata da Lei Geral da Acumulação Capitalista. De acordo com o PROGEB (2009), esta 'Lei do modo capitalista de produção', assim denominada por Marx, consiste no fato de quanto maiores o produto social, a capacidade de gerar riqueza e a produtividade do trabalho, de um lado, maiores os índices de miséria, pobreza e desemprego do outro lado. Isto ocorre por que, no capitalismo, o objetivo da produção não consiste na satisfação das necessidades humanas, mas na obtenção de lucro. As empresas concorrem entre si para oferecer o melhor produto, ao melhor preço, capaz de gerar o maior lucro possível. Este tipo de concorrência se dá por meio do progresso técnico, que eleva substancialmente a produtividade do trabalho humano, fazendo com que cada trabalhador produza um volume crescente de produtos. Desse modo reduz-se a necessidade de força de trabalho para atender a um dado nível de demanda. Assim, quanto mais cresce a capacidade produtiva do sistema, menos trabalhadores são necessários para tanto. Em consequência, menor será o número de pessoas com capacidade de pagamento para consumir. Este seria, segundo Marx, um dos motivos pelos quais o capitalismo não funciona sem crédito e sem crises.

Nesse aspecto – crises - Marx mostra que elas não são apenas inerentes ao capitalismo, mas também são necessárias ao seu funcionamento normal, na medida em que permitem, na fase posterior, um novo ciclo de crescimento da produção de valor. Para reconhecer o caráter real das crises, Marx esclarece que é necessário entender a lógica de funcionamento do sistema capitalista. Esse modo de produção caracteriza-se, entre outros aspectos, pela autonomização do valor em relação a seu conteúdo material, o valor de uso. Essa contradição entre valor e valor de uso, imanente à forma mais simples de expressão da sociedade capitalista, a mercadoria, complexifica-se com o desenvolvimento do capitalismo até o ponto em que a irrupção violenta de crises restitui sua unidade dialética para o posterior funcionamento do sistema.

Segundo o autor, ao compreender o capital como uma relação social que exige, por sua processualidade interna, a reprodução ampliada do sistema de produção de valor, Marx constata a existência de uma consequência lógica inevitável do funcionamento desse modo de produção. O capitalismo, fundado sobre a exploração do trabalho assalariado e que tem na esfera da produção de mercadorias a essência de seu funcionamento, já que é lá que é produzido o valor, necessita, diante do fato de que a riqueza de cada indivíduo é parte da riqueza global, aumentar incessantemente a quantidade de valor produzido. Essa produção crescente se concretiza em um número cada vez maior de mercadorias, com o capital expandindo-se tendencialmente a todas as esferas da produção de riqueza da sociedade. Mas, como se dá o aumento da produção de valor? No modo de produção capitalista consolidado, a mais-valia, extraída do valor de uso da força de trabalho, torna-se a categoria essencial do processo. É de posse da mais-valia que uma parcela do trabalho não pago é aplicada novamente na produção a fim de, na etapa seguinte, constituir uma capacidade produtiva maior. Crescentemente, as forças produtivas são ampliadas por essa lógica sistêmica que tem na concorrência entre capitalistas seu estímulo incessante. A essa ampliação das forças produtivas, por meio do consumo produtivo da mais-valia extraída do trabalho, Marx dá o nome de acumulação.

Para Lima (2009), o processo de acumulação do capital consiste, portanto, no uso ampliado de meios de produção e força de trabalho, elementos inseridos na esfera da produção de mercadorias. A acumulação, para ocorrer, necessita que uma parte da mais-valia seja consumida produtivamente. Quanto maior a mais-valia aplicada dessa forma, maior a capacidade produtiva e maior a possibilidade de produção de valor. O objetivo da produção capitalista - valorizar por meio de trabalho vivo o valor constante do trabalho morto - é alcançado através do aumento da produtividade do trabalho. Nas palavras de Marx, “o grau de produtividade social do trabalho se expressa no volume relativo dos meios de produção que um trabalhador, durante um tempo dado, com o mesmo dispêndio de trabalho, transforma em produto” (MARX, 1984, p. 194). Dentro desses termos, “a acumulação de capital é, portanto, multiplicação do proletariado” (MARX, 1984, p. 188), mas, ao mesmo tempo, uma multiplicação excludente.

O que precisa ser compreendido é que a força de trabalho adicional desenvolvida pelo operário na produção tem como finalidade não a satisfação das necessidades sociais, mas a valorização do capital. É isso, segundo Lima (2009), o que leva Marx a constatar que produção de mais-valia ou geração de excedente é a lei absoluta desse modo de produção.

“São os movimentos na acumulação de capital que determinam os movimentos relativos da força de trabalho explorável” (MARX, 1984, p. 196).

Marx aponta, já no capítulo em que trata da lei geral, que “à medida que se desenvolve a produção e acumulação capitalista, na mesma medida desenvolvem-se concorrência e crédito, as duas mais poderosas alavancas da centralização” (MARX, 1984, p. 197). E essa centralização, como aumento do capital individual independente do aumento do capital social, configura-se como mais uma forma de garantir ao capitalista autônomo a capacidade ampliada de produção. O crédito, outro elemento facilitador da produção, é um fator potencializador das crises. O que importa ressaltar é que a expansão da escala de produção é uma necessidade constante do capitalista, pela necessidade de ampliar a parcela apropriada da riqueza sob a pressão da concorrência, fazendo supor ser esta uma das condições para o sucesso empresarial. O aumento da acumulação, que conduz à centralização e concentração do capital reforça, através desses mecanismos, o aumento da composição orgânica, que repõe a necessidade do aumento da produção para acumular mais, e assim sucessivamente.

A contradição associada à própria mercadoria é externalizada na necessidade de aumento ilimitado da produção, a despeito das necessidades sociais de reprodução. A decorrência desse processo é que se, por um lado, o capital adicional constituído no decurso da acumulação atrai em proporção ao seu tamanho menos e menos trabalhadores, por outro, “o velho capital, reproduzido periodicamente em nova composição, repele cada vez mais trabalhadores anteriormente ocupados por ele” (MARX, 1984, p. 198). O efeito concreto dessa tendência geral da produção capitalista é gerar uma quantidade excedente de trabalhadores que, apesar do crescimento das forças produtivas, não encontra para quem vender sua força de trabalho, uma vez que a participação do trabalho cai com a expansão do capital.

“Toda a forma de movimento da indústria moderna decorre, portanto, da constante transformação de parte da população trabalhadora em braços desempregados ou semi-empregados” (MARX, 1984, p. 201), onde se pode ler que efeitos tornam-se causas. A formação do exército industrial de reserva tem uma grande funcionalidade para o capital. Ela garante a existência de uma massa desempregada que pressiona para baixo os salários, reduzindo o capital variável e permitindo uma taxa de mais-valia maior. Em outras palavras, a acumulação de capital faz uso da força de trabalho para expandir a produção, mas nega ao trabalhador o mesmo grau de participação no capital ampliado e por ele produzido.

Ao mesmo tempo em que a acumulação de capital faz crescer o número de indivíduos que dependem da venda da força de trabalho, faz diminuir a demanda relativa por essa mercadoria. Como consequência, opera-se a pressão pela baixa dos salários. Eis, portanto, a lei geral de acumulação sobre base capitalista, lei segundo a qual "uma massa crescente de meios de produção, graças à produtividade do trabalho social, pode ser colocada em movimento com um dispêndio progressivamente decrescente de força humana" (MARX, 1984, p.209).

Para Marx, conforme demonstrado, as pequenas empresas não podem competir com as grandes, especialmente se a competição é travada através do barateamento dos preços das mercadorias. E quando se incorporam as vantagens de escala, o acesso a novas tecnologias e o crédito, entende-se por que, no modo de produção capitalista, as grandes empresas tendem a apresentar um poder competitivo muito superior, sendo capazes de eliminar as pequenas e, se for de seu interesse, aprofundar a concentração de mercado. Por outro lado, quanto maior a capacidade produtiva do sistema, menos trabalhadores são necessários, dando a entender que a multiplicação excludente do proletariado é função da acumulação de capital.

Não poderia passar em branco essa provocação de Marx. Por isso, este estudo se propôs, além de seus objetivos iniciais, buscar a confirmação – ou não – desse fenômeno: a redução ou estagnação do emprego nas grandes empresas. Mas foi-se além. Buscou-se a relação dessa redução com a proliferação das micro e pequenas empresas, supondo não existirem vagas para trabalhadores qualificados nas pequenas empresas, ou, o que parece ser mais característico, a crença de que a experiência em empresas maiores credenciaria muito mais essas pessoas para a função de empresários do que para empregados em ambientes de pequenas empresas.

b) A visão de Marshall

Ampliando a discussão sobre o mercado para uma abrangência territorial, Marshall (1985) toma uma conceituação de Cournot e corrobora sobre o seu conceito dizendo que os economistas entendem que 'mercado' seja, não um lugar determinado onde se consumam as compras e vendas, mas toda uma região em que compradores e vendedores se mantêm em tal livre intercâmbio uns com os outros que os preços das mesmas mercadorias tendem a nivelar-

se fácil e prontamente. Esclarece o autor que, originalmente, mercado era uma praça pública de uma cidade, na qual as provisões e outros objetos eram expostos para venda.

Kerstenetzky (2003) interpreta que Marshall via o ambiente empresarial em permanente mudança, embora sem o aspecto radical da destruição criadora de Schumpeter. E da mesma forma que para aquele autor, percebe que há na mudança uma importante fonte endógena: as soluções empresariais advindas do conhecimento e das capacidades das empresas se desenvolvem em um ambiente competitivo e inovativo, no qual a sobrevivência da empresa depende de sua habilidade em introduzir novas soluções aos problemas dos negócios e em lidar com os problemas que decorrem do crescimento. Esses são fatores de permanente mudança, com empresas sendo criadas e sobrevivendo quando conseguem abrir caminho na competição por meio de uma ideia fértil em algum dos campos dos negócios. Outras, já estabelecidas, crescendo e lidando com os problemas de colher rendimentos crescentes e vender quantidades de produto crescentes, e outras ainda, em decadência, continuando a usar soluções que ‘um dia foram inovadoras’.

Seguindo a tradição clássica, segundo o mesmo autor, Marshall considera os rendimentos crescentes como predominantes na atividade industrial, os quais se manifestam tanto no plano da empresa como no do conjunto de empresas, seja em mercados, regiões ou economias nacionais. É nesse contexto que Marshall propõe, entre outros, o conceito de economias internas, as quais correspondem a mudanças no desempenho que acompanham o aumento da dimensão das empresas. O desempenho das empresas seria favorecido pelo seu tamanho devido à possibilidade em obter vantagens na compra de insumos em maior quantidade a preços mais vantajosos, ao acesso a formas de comercialização e propaganda bloqueadas a pequenos negócios, à possibilidade de uso de maquinaria, trabalho e gerência especializados, à capacidade de bancar os custos e o risco da atividade de pesquisa. Esses aspectos, percebidos e bem aproveitados são, em parte, explicados como vantagens da especialização e da divisão do trabalho ao nível da grande empresa.

Sendo as grandes empresas, a maioria delas sociedades anônimas, compostas por diretorias, comissões, cargos e tudo o mais, Kerstenerzky (2003) busca em Marshall a indicação do ponto fraco dessas sociedades, especificamente na sua gestão, que para ele tende a ser marcada pela rotina e ossificação. Nelas os diretores podem manter seus cargos sem mostrar especial iniciativa. Iniciativas como as de reconstrução de procedimentos e abandono de plantas ultrapassadas, propostos por parte de diretores mais dinâmicos, esbarram em dificuldades se as mudanças sugerem críticas a administrações passadas, ou se as vantagens

esperadas não podem ser comprovadas sem um grau de certeza absoluta. Consequentemente, a empresa acabaria por adotar mudanças com maior dificuldade e menor agilidade do que a pequena empresa conduzida por seu proprietário. No entanto, as vantagens das grandes corporações sobre empresas familiares em outras áreas ajudam a compensar as desvantagens apontadas na gestão.

Fundamentalmente, concluem Versiani e Gaspar (2000), a tese de Marshall é a da extinção das MPEs, ou de sua permanência temporária, onde o crescimento das organizações se daria numa evolução natural de empresas que nascem, crescem até certo tamanho, decrescem e morrem. O crescimento se efetuaria por etapas, a partir da divisão do trabalho, através da especialização de funções e dos ganhos decorrentes de economias externas à empresa. Assim, de acordo com os autores, ainda haveria condições para a sobrevivência das MPEs apesar das probabilidades reduzidas de seu crescimento, decorrentes principalmente da pouca disponibilidade de capital próprio, da baixa capacidade de obter financiamentos de longo prazo e da limitação em relação aos prazos na amortização dos empréstimos.

c) A visão de Schumpeter

Pode-se creditar a Schumpeter o pioneirismo na abordagem sobre o papel exercido pela inovação no processo empreendedor (IAKOVLEVA 2004 apud SANTOS 2008). Os empreendedores são os agentes que instigam a ‘destruição criativa’ em economias estáticas, eliminando produtos e processos obsoletos através da introdução da inovação. Em decorrência, existe para Schumpeter um elo ligando o empreendedorismo à inovação, não podendo, portanto, existir o primeiro sem o segundo ou vice-versa. Vindo após Cantillon e Say na sequência de economistas que abordaram o papel do empreendedor, Schumpeter tornou-se uma referência, amplamente citada até os dias de hoje, quando se discute a função empreendedorial. Sua obra “Teoria do desenvolvimento econômico" tem sido referência a uma larga rede de citações entre os acadêmicos que estudam o empreendedorismo. Sua grande contribuição teórica foi associar o empreendedor com a inovação e a partir daí com o desenvolvimento econômico (SANTOS, 2008).

Para Schumpeter (1982) a função de empreendedor não se reduz a uma questão de estatuto; o exercício da função de empreendedor é uma questão de vontade e de comportamento; para ser um empreendedor não é o suficiente criar uma empresa visando

somente copiar um conceito existente. Schumpeter sustenta que o empreendedor tem um papel bastante definido, que se manifesta quando ele realiza mudanças ou revoluções nos padrões de produção ao abrir novas possibilidades, transformando com isso algo que já é conhecido, desbravando novas fontes de oferta, criando novos mercados, reorganizando a indústria, etc. É o exercício desse papel, segundo Schumpeter, que leva os empreendedores a ingressarem no processo de "destruição criativa", continuamente levando à obsolescência toda ordem de métodos e produtos existentes, via inovação.

Assim como é um motor do crescimento econômico, o empreendedor schumpeteriano é, também, além de inovador, um líder. Na concepção de Schumpeter (1982), o processo produtivo é resultante da combinação dos materiais e forças que estejam disponíveis com os quais se podem produzir coisas iguais às que vinham sendo produzidas, ou coisas melhoradas, com alguma diferença, resultante do aperfeiçoamento contínuo. Nesse caso ainda não existe algo que se possa chamar de fenômeno novo, pois as mudanças que acontecem são contínuas; só a descontinuidade nas mudanças, os saltos tecnológicos, por exemplo, é que geram um fenômeno novo. Schumpeter define o desenvolvimento como a realização de novas combinações, aí englobando a introdução de novos produtos, a criação de novas formas de produção, a emergência de novos mercados, a disponibilidade de novas matérias-primas e o surgimento de novas empresas. Para o autor, empreendedor "é aquele que destrói a ordem econômica existente, pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais".

Portanto, segundo Schumpeter (1982), só se é empreendedor enquanto se consegue fazer novas combinações, pois, ao passar a dirigir o negócio perde-se essa condição e torna-se apenas administrador. Então, empreender e gerir são funções diferenciadas – as inovações não precisam necessariamente ser invenções e egocentrismo - é uma característica do empreendedor típico. Para ele, a diferenciação entre empreendedor e não-empreendedor se dá pelo ato inovativo. Ao passar a dirigir a empresa e cuidar da burocracia, o empreendedor deixa de executar combinações novas, função que o caracterizava bem, migrando a uma nova condição, tornando-se a partir daí um gestor.

Segundo Santos (2008), essa colocação de Schumpeter é um ponto de vista próprio, não uma definição universal. Sustenta que as ideias de Schumpeter, apesar de terem sido apresentadas há mais de três quartos de século, continuam atuais, sendo objeto de discussões e são continuamente relembradas.

Tem-se, a partir das colocações de Schumpeter, condições de caracterizar ao menos dois tipos de empreendedores. Mas sabe-se que aquele empreendedor ‘por necessidade’ não se enquadra no protótipo do empreendedor schumpeteriano, pois o mesmo pressupõe alguém que faça novas combinações e realize mudanças.

Só haverá desenvolvimento econômico decorrente de empreendedorismo se surgirem empreendedores de oportunidade, que promovam a destruição criativa do antigo, criando o novo. O economista austríaco associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades de negócios e alega que é ao realizar algo novo que se manifesta a principal característica do comportamento do empreendedor, que é ser inovador (DOLABELA, 1999).

A preocupação com o desenvolvimento, tanto das regiões subdesenvolvidas como daquelas com maiores índices de emprego, renda, utilização de tecnologia e inovação, tem direcionado governos, universidades e organizações não-governamentais para o fomento do empreendedorismo, naquilo que Schumpeter (1982, p. 47) chamou de “o fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico”.

d) A visão de Steindl

A declaração de Steindl (1990, p. 109) de que: “não há dúvida que as pequenas empresas têm demonstrado, apesar de muitas influências adversas, uma grande capacidade de sobrevivência”, situa a empresa de pequeno porte num ambiente totalmente desfavorável à melhoria sustentável de sua competitividade. Segundo o autor, as principais restrições à competitividade da pequena empresa são os fatores técnicos, como as economias de escala, os fatores de mercado, com a concorrência imperfeita de um lado e o oligopólio do outro, e, finalmente, o custo do crédito.

De uma forma geral, as MPEs são mais frágeis na medida em que têm de enfrentar e resistir à forte posição das grandes empresas e que não há garantias factuais de que possam crescer. Entretanto, as desvantagens e a posição marginal das MPEs em relação às grandes unidades, em muitos casos parecem obscurecer não só o reconhecimento de que elas possuem algumas características e peculiaridades que lhes configuram vantagens comparativas em relação às grandes, mas que também percebem e avaliam o ambiente de forma diferenciada e,

desse modo, trabalham as oportunidades e enfrentam as ameaças ambientais distintamente (STEINDL, 1990).

Sobre a caracterização das pequenas empresas, Josef Steindl (1990, p. 62) esclarece:

> Por pequenas empresas devemos entender as que requerem apenas um montante muito modesto de capital do empresário, uma quantia que possa ser possuída ou obtida por um número não demasiadamente pequeno de pessoas; em outras palavras, as pequenas empresas são aquelas para as quais podemos presumir uma oferta elástica de capacidade empresarial. Pode-se mostrar que essas pequenas empresas são muito provavelmente detentoras, na média do ciclo de conjuntura, de uma *margem de lucro muito pequena*.

Para comprovar esse pressuposto, Steindl (1990) se vale de evidências estatísticas onde: 1) as taxas de lucro são muito baixas para as pequenas empresas; e 2) elas operam com uma baixa razão entre o capital e o valor anual de vendas. Como a oferta dessas empresas é muito elástica e o campo onde operam é muito restrito quando comparado ao número de empresários que nele tentam ingressar, tais empresas competem intensamente entre si, reduzindo a taxa de lucro ao mínimo possível, fazendo com que este conjunto de fatores acelere a degradação das pequenas empresas.

Segundo Steindl (1990), a alta mortalidade e a curta existência dos pequenos empresários constituem uma prova irrefutável dos altos riscos que eles suportam. Mas isso não os impede de querer suportar esse risco, mesmo por uma baixíssima remuneração, mantendo o status de empresários em vez de se tornarem empregados, muitas vezes percebendo uma remuneração menor do que se empregados fossem. E a esperança contraditada por amplas probabilidades, de vencer no final, mantém operando os pequenos empresários, alguns em situações quase desesperadoras. As empresas maiores, capazes das economias de escala, quase inevitavelmente obtêm taxas de lucro mais elevadas, apesar de precisarem de muito mais capital em relação ao valor das vendas. E invariavelmente elas o têm.

No entendimento de Steindl, essa grande capacidade de sobrevivência se dá, na verdade, em função de uma série de fatores não muito lisonjeiros para o nosso sistema econômico: a exploração do trabalho, a imperfeição dos mercados devido a reações irracionais dos clientes, o desemprego e a propensão ao risco dos pequenos empresários com todo o desperdício de energia inerente à sua grande rotatividade. Há ainda o caso da persistência devido à tolerância pelas grandes empresas (não há razões para eliminá-las), que pode propiciar um mero simulacro de independência.

Além disso, Steindl vê problema no baixo volume de capital, no pequeno lucro possível para as pequenas empresas, na impulsividade de os empresários se lançarem no mercado e nos grandes riscos assumidos, calculados ou não.

Com pequena taxa de lucro precisa vender mais. Para vender mais é preciso girar maior volume de produtos e ter maior estoque e capital de giro inclusive. Essas regras estão aí desde Steindl e ainda são ignoradas pela maioria das novas empresas, principalmente as que fecham precocemente.

e) A visão de Schumacher

Segundo Schumacher (1983), o lucro e só o lucro pode fornecer o capital para criar os empregos de amanhã, tanto para mais empregos como para melhores empregos. Mas isso não é tudo. A contribuição do autor vai além, ao sugerir a vinculação do primeiro emprego com as empresas que podem abrigá-lo a uma remuneração baixa, quando argumenta:

> [...] o cálculo econômico que mede o sucesso em função de produto ou renda sem levar em conta o número de empregos é bastante impróprio, pois implica em um enfoque estático do problema do desenvolvimento. O enfoque dinâmico presta atenção às necessidades e reações das pessoas: sua primeira necessidade é iniciar trabalho de algum gênero que traga uma compensação, por menor que seja; só quando sentem que seu tempo e trabalho são valiosos é que podem interessar-se em torná-los mais valiosos (SCHUMACHER, 1983, p.154).

Então, depreende-se de Schumacher que o início de uma atividade profissional se dá, muito provavelmente, no âmbito das pequenas empresas.

Sobre o mercado, o ponto de vista de Schumacher (1983, p.37) é o seguinte:

> O mercado representa apenas a superfície da sociedade e sua significância relaciona-se com a situação momentânea existente ali e então. [...] Em certo sentido, o mercado é a institucionalização do individualismo e da não-responsabilidade. Nem o comprador nem o vendedor são responsáveis por qualquer coisa a não ser por si próprios. [...] O comprador é essencialmente um caçador de pechinchas; ele não está interessado na origem dos bens ou nas condições sob as quais foram produzidos. Sua única preocupação é como conseguir o máximo com seu dinheiro.

Schumacher (1983) revela ter sido educado, dentre outras, na teoria da "economia de escala", a de que nas empresas, assim como nas nações, há uma tendência para as unidades ficarem cada vez maiores. Percebeu que as grandes empresas cresceram em número, mas as pequenas cresceram mais. E que estas não declinam. Faz referência à Grã-Bretanha e aos

Estados Unidos, onde muitas das pequenas unidades são altamente prósperas e proporcionam à sociedade a maior parte das novas criações realmente proveitosas. Reconhece que teoria e prática não é algo fácil de conciliar, e, em vista de todo esse problema de tamanho, classifica essa situação como certamente desconcertante para qualquer pessoa, inclusive para alguém como ele, educado dentro dessa teoria.

> Ainda hoje, dizem-nos em geral que organizações gigantescas são inevitavelmente necessárias; mas quando examinamos mais de perto, podemos notar que tão logo é criado o tamanho grande, realiza-se com frequência um esforço ingente para alcançar a pequenez dentro da grandiosidade (SCHUMACHER, 1983, p.55).

A economia do gigantismo é um remanescente das condições de pensamento do século XIX e é totalmente incapaz de resolver os problemas reais de hoje. Portanto, "temos de aprender a pensar em termos de uma estrutura sistematizada capaz de fazer face a múltiplas unidades em pequena escala" (SCHUMACHER, 1983, p. 64).

f) A visão de Piore e Sabel

O conceito de Especialização Flexível foi apresentado pela primeira vez por Piore e Sabel (1984) no seu livro "*The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*". Nesse livro, os autores buscaram analisar a trajetória do modelo de produção em massa e a sua relação com o contexto político e social para, a partir daí, tentar compreender as novas estratégias e as perspectivas futuras de modelos mais flexíveis de organização.

Piore e Sabel (1984) buscaram entender a crise da produção em massa indo de encontro às correntes teóricas que buscavam, através da crise, comprovar a relação entre política e economia. Para eles, a falha em encontrar uma solução política para a crise não queria dizer que a política era a causa. Os autores abriram espaço para uma análise mais ampla do sistema de desenvolvimento econômico que buscava entender fatores como: a trajetória tecnológica dos países desenvolvidos, os mecanismos e instituições de regulação econômica, a história do desenvolvimento das nações e a sua relação com as condições de competição. Para eles, os modos de produção, mais do que modelos econômicos, eram o resultado histórico da competição entre as nações.

Para os autores, a decadência do modelo de produção em massa se evidenciava através de duas faces de uma mesma crise. A primeira seria uma crise de regulação, na qual as

instituições que sustentaram o modelo fordista se mostravam incapazes de continuar assegurando o equilíbrio entre produção e consumo. A segunda representaria um momento de divisão industrial, que revelava o questionamento do modelo vigente e a mudança da trajetória tecnológica nos países desenvolvidos.

Piore e Sabel (1984) acreditam que o fordismo se sustentou por muito tempo como modelo lucrativo porque conseguiu criar instituições capazes de regular a produção e o consumo e garantir a estabilidade do mercado. Porém, ao final da década de setenta, a expansão desse sistema havia atingido o seu limite. Os países desenvolvidos enfrentavam uma forte crise de demanda desencadeada pelos esforços em controlar a inflação através de restrições financeiras e fiscais. A capacidade de consumo doméstico estava saturada, o que desencadeou a competição por mercados entre as grandes economias industriais. Em uma escala global, não havia mecanismos que garantissem um nível de investimento capaz de assegurar aquelas taxas de crescimento. O modelo fordista havia exaurido as suas possibilidades de crescimento dentro de um mesmo sistema de regulação.

Além disso, segundo os autores, diversos acontecimentos e incidentes ambientais ocorridos a partir da década de 70, como os choques do petróleo, a escassez de matérias-primas, as manifestações sociais e a instabilidade cambial nos Estados Unidos contribuíram para potencializar ainda mais os efeitos da crise, afetando as instituições reguladoras existentes e aumentando as condições de incerteza. Diante de um contexto de incertezas, não era possível planejar a produção e realizar investimentos. A eficiência do sistema de produção em massa estava abalada.

As respostas a essa crise apontaram para dois caminhos distintos. Algumas empresas tentaram reforçar e manter o modelo de produção em massa através de estratégias como a multinacionalização e a formação de conglomerados diversificando o leque de atuação das corporações. Para os autores, essas tentativas não foram capazes de dar uma resposta eficiente à crise e ao ambiente de incertezas. Em contrapartida, outras empresas adotaram estratégias que apontavam em direção a uma mudança na trajetória tecnológica, indicando a emergência de um novo modelo de organização da produção, o modelo de especialização flexível.

Esse novo modelo teria surgido da necessidade de reduzir custos de produção aliada à flexibilidade necessária a um ambiente de incertezas. A flexibilidade surgia acompanhada de sofisticação tecnológica que propiciara novas formas de reduzir custos e customizar a produção. Essas novas formas de produção flexível se desenvolveram em distritos (ou grupo

de empresas) especializados. Apesar de remodelar continuamente o processo produtivo, essa remodelagem se dava dentro dos limites da especialização dos distritos.

Dentre os exemplos de modelos de especialização flexível citados por Piore e Sabel estão os conglomerados regionais - distritos industriais surgidos pioneiramente da terceira Itália - e as empresas federadas- federações de empresas japonesas -, casos típicos de estratégias de firmas em rede. Esses modelos seriam marcados por aspectos como: a substituição da estratégia de economia de escala pela economia de escopo (variedade de produtos e flexibilidade de produção), a utilização intensiva de tecnologias de base microeletrônica, a valorização do trabalhador e o foco nas atividades principais do negócio. Essa seria uma estratégia de permanente inovação: ao invés de tentar controlar as mudanças do ambiente, as empresas tentavam acompanhar essas mudanças em um processo de adaptação contínua.

A nova divisão do trabalho na especialização flexível se caracterizaria pela presença de trabalhadores polivalentes, dotados de autonomia, envolvidos com o processo de inovação e responsáveis em assegurar a qualidade durante todo o processo de fabricação. Além disso, eram necessários também investimentos em maquinário flexível e na criação de comunidades industriais que restringissem as formas de competição em favor da inovação.

Nesse contexto, em que os ganhos de competitividade se dariam através da especialização e da flexibilidade de produção, as relações interfirmas seriam de integração e cooperação através de acordos de longo prazo. A competição daria espaço à cooperação. A fluidez dos recursos, que garantiria a flexibilidade do sistema, geraria a necessidade de criar instituições capazes de instigar e coordenar a inovação através dessa cooperação.

Segundo Teixeira e Souza (2007), o estudo de Piore e Sabel foi pioneiro na análise de arranjos produtivos que privilegiaram a estrutura de redes de cooperação entre empresas como forma de promover a inovação. Nele, são ressaltados alguns aspectos importantes para a compreensão dessas redes tais como: a capacitação das empresas, a ênfase na inovação e o investimento em tecnologia.

Por outro lado, uma visão de inspiração marxista interpreta a história do capitalismo como marcada por sucessivos modos de desenvolvimento, nos quais um regime específico de acumulação é orientado por um modo específico de regulamentação (AGLIETTA, 1979). Segundo os regulacionistas, as atuais mudanças no modo de funcionamento do capitalismo são resultado de uma crise estrutural do regime de acumulação fordista-keynesiano. Para

estes, o keynesianismo constitui-se no modo de regulação que permitiu que o regime fordista emergente realizasse todo o seu potencial; e este, por sua vez, foi considerado como a causa fundamental da crise da década de 1970 (LIPIETZ, 1988).

Em oposição a esta visão é que surge uma outra concepção teórica proposta e apresentada por Piore e Sabel (1984) em sua obra '*The Second Industrial Divide'*, a qual está fundamentada na tese da escola de regulação, de que a produção em massa fordista seria sucedida por um regime de acumulação flexível, cuja forma espacial predominante seria o distrito industrial.

Os autores argumentam que a sobrevivência das empresas, num mundo cada vez mais competitivo e exigente em termos de qualidade e variedade de produtos depende, em grande parte, de sua habilidade de se deslocar de um processo a outro e de ajustar rapidamente a quantidade produzida sem que ocorra perda de eficiência, ou que esta perda seja a menor possível. A principal base empírica para este desenvolvimento teórico é retirada de uma análise das mudanças observadas nas pequenas empresas localizadas na região italiana da Emilia-Romagna, que é parte da denominada Terceira Itália, situada entre a congestionada região norte e o subdesenvolvido sul do país.

Piore e Sabel (1984) fazem uma analogia entre o que estava acontecendo na Itália e a noção de Marshall de distritos industriais, centralizando a atenção nas características econômicas, de um lado, e nas instituições e práticas de apoio sociocultural da interação interfirmas dentro do distrito, de outro. Demonstram, de forma convincente, como uma série de mudanças nos mercados mundiais e nos fundamentos dos mecanismos reguladores do Estado introduziram crescentes dificuldades ao antigo modelo Fordista de produção industrial em massa. Os autores afirmam que esses mesmos fatores trabalhavam em favor dos distritos industriais na Terceira Itália, onde um conjunto de elementos econômicos, políticos e sociais combinavam harmoniosamente, de modo a criar um sistema produtivo e distributivo extremamente flexível que era particularmente bem ajustado para atender aos desafios competitivos das décadas seguintes.

Segundo Silva (2002), se comparado com os anos 80, existe hoje muito maior otimismo com as perspectivas de que empresas organizadas em distritos industriais, ou *clusters* setoriais especializados, obtenham ganhos de eficiência que as possibilitam superar as restrições ao crescimento e incrementar a competitividade em mercados distantes, nacionais e internacionais. Com isso, a literatura sobre as aglomerações industriais tem crescido significativamente nos últimos anos. Muitos autores, das mais diferentes áreas de estudo e das

mais diversas correntes teóricas, têm enfatizado a importância da proximidade geográfica e do relacionamento entre empresas. Termos como sinergia, economias de aglomeração, competitividade sistêmica, sistemas de inovação local ou eficiência coletiva expressam os principais interesses nesse debate. Porém, existe igualmente um reconhecimento de que embora a aglomeração tenha ajudado as pequenas empresas a superar algumas das conhecidas restrições ao seu crescimento, este não é um resultado automático.

Conforme o autor, para superar os desafios e pressões da competitividade global é fundamental que nessas regiões prevaleça um ambiente favorável à atração de investimentos e ao desenvolvimento dos negócios. Essa questão leva ao importante e novo papel que os governos e as instituições privadas e semipúblicas (federações de indústrias, associações comerciais, sindicatos, etc.) devem desempenhar na sociedade contemporânea como agentes catalisadores ou mediadores. Em síntese, as mudanças nos processos de estruturação das economias mundial e nacional geradas no bojo do processo de globalização e dos novos paradigmas tecnológicos têm provocado um crescente interesse na investigação sobre o potencial do modelo de distrito industrial como ferramenta para o desenvolvimento regional.

g) A visão de Audretsch

A criação de estabelecimentos é uma dinâmica desejável na medida em que permite a geração de novos empregos e de oportunidades para a mobilidade social, além de contribuir para o aumento da competitividade e da eficiência (NAJBERG et al. (2000).

No entanto, no caso específico das empresas de pequeno porte, de acordo com Audretsch (1999), há duas visões contraditórias: na ótica tradicional, elas impõem custos excessivos para a economia, como resultado de escalas de produção ineficientes, que implicam baixa produtividade e baixos salários para os seus trabalhadores. Em outra perspectiva, pequenas unidades nascentes são vistas como agentes de mudança, com um papel crucial na inovação tecnológica. Além disso, é através desses estabelecimentos que milhões de trabalhadores conseguem chegar ao mercado de trabalho.

Segundo Audretsch (1999), nos primeiros anos de atividade de uma empresa, são muitas as incertezas quanto à demanda de seus produtos e quanto à própria competência do empresário e de seus empregados. Isso explicaria maior taxa de mortalidade das novas

empresas. Porém, com o passar do tempo o empresário adquire maior experiência do seu ramo de atividade e a expectativa de vida tende a aumentar.

Audretsch (1991) observa uma relação negativa entre as taxas de entrada e saída e a intensidade tecnológica, entre a relação capital/trabalho e as economias de escala dos setores, isto é, existe uma relação inversa entre as taxas de saída e as medidas usuais das barreiras à entrada e à saída. O autor estudou as taxas de sobrevivência das empresas como uma função de variáveis específicas tais como inovação, economias de escala e concentração, mostrando que, em setores de alta tecnologia, com grandes economias de escala, embora a entrada seja grande, a sobrevivência é pequena. A concentração de mercado foi considerada importante para a sobrevivência de curto prazo (um ou dois anos), porém não teve efeito no longo prazo (mais que cinco anos). Então, a probabilidade de saída do mercado seria maior em setores com altas taxas de entrada e baixa concentração.

Uma aproximação das evidências encontradas por Audretsch pode ser comprovada neste estudo, ao se identificar que as taxas de entrada e saída das empresas do mercado no Brasil são mais elevadas no Comércio e nos Serviços do que na Indústria, a qual é mais intensiva em tecnologia e apresenta uma relação capital/trabalho mais elevada. Segundo o autor, essa é uma tendência observada na estrutura dos dados por ele pesquisados, mas que se reafirma em todos os anos.

Audretsch (1995) em seu estudo sobre sobrevivência e crescimento, afirma que num período de 10 anos as empresas que tendem a sobreviver são aquelas que têm um tamanho maior, investem mais em inovação e, portanto, crescem mais rápido.

h) Um modelo dinâmico Kalecki-Steindliano

Um modelo particular para as teorias macro e micro dinâmicas de Kalecki e Steindl é proposto por Paiva (2011). A principal referência da remodelagem do sistema Kalecki-Steindliano proposta pelo autor é Matthews (1964). Na realidade, o que o autor busca é simplificar Kalecki e Steindl através de dois movimentos: 1) o resgate dos padrões de modelagem macrodinâmica consagrada entre neo-keynesianos – de Harrod a Matthews - e que exploram explicitamente as diferenças entre estoque de capital efetivo e desejado, a cada período, na determinação do investimento subsequente; e 2) a introdução de equações especificamente decisionais (no sentido de que são o resultado do confronto das relações

benefício/custo de distintas alternativas de investimento produtivo e/ou financeiro do lucro retido), com limites superiores e inferiores ao investimento efetivo[1].

O objetivo crucial do modelo é explicitar e mensurar as relações entre distribuição de renda e dinâmica econômica. Na linha de Kalecki e Steindl, o autor procura demonstrar que a condição para o crescimento sustentável (por oposição ao ciclo em torno da reposição associado a tendências estagnantes), em uma economia que opera com padrões técnicos estáveis, é um multiplicador elevado e, por extensão, uma elevada participação dos salários na renda.

No que diz respeito ao tema desta tese, o modelo introduz um elemento interessante na medida em que propõe uma relação entre a demanda agregada (e, por conseguinte, entre a renda global) e o número de empresas. O elo entre os dois elementos é a hipótese de que existe uma escala mínima competitiva, e que a produtividade cresce com a elevação da escala. Um dos determinantes do padrão dinâmico (crescimento sustentado, ciclo explosivo, ciclo com tendência a estagnação, etc.) é justamente a relação entre crescimento da escala e crescimento da produtividade, de sorte que a cada padrão de relação entre escala e produtividade será distinto o número de empresas que 'cabem' no mercado a cada momento.

Por outro lado, as empresas (e a capacidade produtiva global da economia) não emergem ou crescem (não se ampliam) apenas em função dos estímulos de mercado, mas das pressões associadas à acumulação financeira interna das empresas (lucros retidos) e das expectativas (nem sempre confirmadas) acerca da demanda futura nos mercados.

A despeito deste não ser o objetivo central do seu estudo, Paiva explora as consequências do desequilíbrio crônico entre capital efetivo e capital desejado sobre a capacidade de sobrevivência de empresas de menor porte e menor tradição no mercado. Observe-se que o autor reconhece explicitamente que o modelo "não é, nem pretende ser, realista" (Paiva, 2011, p. 8). As hipóteses introduzidas não visam reproduzir de forma simplificada a dinâmica real do ingresso ou expulsão de empresas marginais (em termos de escala e tempo de mercado), mas tão somente de:

[1]Com este ultimo movimento Paiva busca, simultaneamente, enfrentar o aparente automatismo das equações "decisionais" em Kalecki e Steindl, e "emprestar maior estabilidade ao sistema, sem que se imponha a introdução de variáveis *ad hoc*" (Paiva, 2011, p. 4). Na segunda seção do texto referido encontra-se uma apresentação detalhada das referências teóricas e determinantes teórico-metodológicos do padrão de modelagem desse sistema dinâmico.

> [...] demonstrar que, mesmo sob as hipóteses restritivas fortes de: 1) inexistência de vantagens de escala; e 2) uniformidade de padrões técnico-produtivos de cada unidade empresarial, não há como impedir a falência de empresas de menor poder competitivo (mal localizadas, sem tradição/reputação, relativamente ilíquidas, etc.) em uma economia onde a taxa de crescimento do estoque de capital supera a taxa de crescimento do mercado (PAIVA, 2011, p.8).

Na realidade, a capacidade de sobrevivência das novas unidades empresariais é função direta da taxa de crescimento do mercado. E este, por sua vez, depende tanto da dinâmica dos gastos autônomos (Investimento, Exportações, Consumo Capitalista e Gastos Governamentais) quanto do multiplicador (determinado pela distribuição da renda entre salários e lucros, pela propensão a importar e pela propensão a tributar). Quanto maior o multiplicador, maiores serão as condições de sobrevivência das ingressantes, pois mesmo variações positivas relativamente pequenas dos gastos autônomos alimentam variações significativas na demanda global, ampliando a sustentabilidade das empresas ingressantes.

Por oposição, em economias como a brasileira, caracterizada por elevada concentração da renda, sobrevalorização da moeda interna (dólar fraco), estruturalização dos superávits primários governamentais e vazamento expressivo (via importados) dos dispêndios com investimentos e consumo capitalista, o sistema tende à estagnação, impedindo a consolidação de novas empresas no mercado. A sobrevivência e consolidação de uma nova, excepcionalmente competitiva, só poderia se dar a partir da expulsão de alguma empresa mais antiga que perdeu capacidade competitiva ao longo do tempo.

Com a devida anuência do autor, reproduz-se parte de seu modelo dinâmico global em que é simulado o processo de falência e expulsão de microempresas que ingressam no mercado de forma insustentável, tendo em vista a ampliação da demanda induzida pelos investimentos. Buscando proporcionar uma primeira aproximação bastante simplificada do modelo proposto por Paiva, expõe-se abaixo o que se poderia chamar de uma versão ‘estática’ do mesmo.

A maior complexidade do referido modelo se encontra nas equações ‘decisionais’ que se resolvem na determinação do montante do lucro retido canalizado para o investimento em novos equipamentos. Mas é possível captar as consequências centrais de seu modelo, mesmo introduzindo-se a hipótese simplificadora (com fins meramente heurísticos) de que o montante do investimento é fixo ao longo do tempo. Neste caso, parte-se de um sistema keynesiano muito simples, do tipo:

1) $Y = C + I$

2) $C = c\,Y$

3) $Y = c\,Y + I$

4) $Y - c\,Y = I$

5) $Y = I / (1 + c)$

Conclui-se, a partir disso, que a renda será constante sempre que a propensão a consumir também o for. Assim, a renda será constante enquanto o investimento for constante. Mas o estoque de capital estará crescendo, pois $I = \Delta K$. E se o estoque de capital está crescendo, mas a demanda e a renda estão constantes, a capacidade ociosa estará crescendo e a taxa de lucro estará caindo na Economia.

Paiva (2011) introduz, então, uma outra hipótese simplificadora da maior importância para seus resultados no que diz respeito à sobrevivência das empresas: a de que existe uma Escala Mínima Competitiva (EMC) e que inexistem vantagens de escala para além da escala mínima, tornando a EMC a escala padrão. Por consequência, as empresas ingressantes não apresentam qualquer desvantagem em custo ou produtividade. Apenas não contam com reputação, de sorte que, ou se apropriam de novos clientes - no caso dos mercados se encontrarem em expansão – ou não resistirão aos custos mais elevados associados aos necessários esforços de marketing e, consequentemente, soçobrarão. Um exemplo desta versão 'estática' do Modelo proposto por Paiva é exposto no conjunto de equações reproduzidas no Quadro 01.

I	Δ K	k1 =	1
Ck	P - I =	k2 =	8
w	W / Y =	k3 =	0,666
Cw	W	w Y	0,666 Y
Y =	W + P =	I + Ck + Cw	0,666 Y +
Y =	20 / (1 - 0,666)	k4 =	6
P =	Y - W =	k5 =	2
v	(K / ^{i} =	k6 =	1
VAEMC =	Y / UKS =	k7 =	6
UKS	Y / VAEM	k8 =	1
K^{e}_{t} / VAEMC =	(K^{e}_{t-} + I) /	UKE = k9	1
Falências Anuais		**UKE -**	**2**

Quadro 01 – Versão estática do modelo dinâmico Kalecki-Steindliano

Fonte: Adaptado de Paiva 2011.

Em suma: se as ‘variáveis’ de demanda autônoma – Investimento e Consumo Capitalista - forem tomadas como constantes e se os parâmetros que determinam o multiplicador (a participação do salário na renda, w) são o acelerador (relação capital produto ideal, v) e o valor agregado da escala mínima competitiva (VAEMC), conclui-se que, a cada período, surgem um número determinado de novas empresas (no exemplo acima, duas empresas) que são fadadas à falência (ou, alternativamente, impulsionam duas outras, tradicionais, à falência). Como regra geral, portanto, as falências não advém de problemas administrativos, mas de uma determinação muito mais simples: não há mercado para todas.

1.2 Empresa, sociedade, economia, desenvolvimento e mercado

O propósito de trazer à pauta o assunto em torno da empresa, da sociedade, da economia, do desenvolvimento e do mercado, tem significado na medida em que oportuniza estabelecer uma base para o entendimento sobre as finalidades da empresa, da sua interlocução com a sociedade, da sua importância para o desenvolvimento e das peculiaridades inerentes ao próprio comportamento do mercado sob a ótica de estudiosos dos assuntos, de constatações observadas nas transformações por que passa a economia atual e desta pesquisa.

Sem a intenção de personificar a entidade “empresa”, mas com a preocupação de analisá-la desmistificando sua função meramente especulativa, parte-se do princípio de que, como bem caracteriza Drucker (1984), a empresa privada é criada e dirigida por pessoas e que, para saber o que é a empresa é preciso partir de sua finalidade, que é externa à própria empresa. Na verdade, ela deve encontrar-se na sociedade, já que a empresa é órgão da sociedade. Essa dimensão social diz respeito à própria sobrevivência da empresa, a qual vive na sociedade e na economia. A empresa só viverá enquanto a sociedade e a economia acharem que ela desempenha uma atividade necessária, útil e produtiva.

As contribuições de Adam Smith (1983) certamente são muitas, como será visto, mas especificamente referindo-se à livre iniciativa e à liberdade de atuação dos indivíduos que procuram, na medida do possível, empregar o seu capital fomentando a atividade empresarial e dirigindo de tal maneira essa atividade que seu produto tenha o máximo valor possível, alerta que cada indivíduo necessariamente está a se esforçar para aumentar o máximo possível a renda anual da sociedade. Na realidade, o empresário talvez não intencione promover o

interesse público nem sabe até que ponto o está promovendo. Ao investir seu capital, ele visa na verdade a sua própria segurança. Desenvolve sua atividade de tal maneira que a produção possa ser de maior valor, objetivando apenas o seu próprio ganho e, neste, como em muitos outros casos, é levado como que por uma mão invisível - baseado na expressão francesa "*laissez faire*", que significa que o governo deveria deixar o mercado e os indivíduos livres para lidar com seus próprios assuntos - a promover um objetivo que não fazia parte de suas intenções. Mesmo porque, "ao perseguir seus próprios objetivos o indivíduo muitas vezes promove o interesse da sociedade muito mais eficazmente do que quando tenciona realmente promovê-lo" (SMITH, 1983, p. 379).

É generalizado o entendimento de que a empresa é constituída para gerar lucro. Mas ela não pode ser explicada apenas por esse ângulo. O lucro e a lucratividade são realmente decisivos, às vezes tratados como essenciais, outras como indicadores de desempenho e, outras ainda, como meta a ser ampliada ou maximizada periodicamente, em função das constantes transformações e inovações. Drucker (1984) defende que na raiz de toda essa confusão está a crença errônea de que a motivação da pessoa do empresário ao lucro explique o seu comportamento ou o guie rumo à atuação correta. Argumenta o autor que o lucro não é explicação, nem a causa, nem o fundamento lógico das decisões da empresa, mas sim o teste de sua validade. A primeira prova pela qual tem de passar qualquer empresa não é a da elevação máxima de seus lucros, mas a de conseguir lucro suficiente para cobrir os riscos de sua atividade econômica.

> Na realidade, pior do que desimportante, a motivação ao lucro é prejudicial. É a principal causa da incompreensão que em nossa sociedade ocorre a respeito da natureza do lucro, bem como da arraigada hostilidade dessa mesma sociedade ao lucro, doenças que se colocam entre as mais perigosas para um país industrializado. Ela é em grande parte responsável pelos piores erros da política governamental, rigidamente fundados na incapacidade de compreender a natureza, função e finalidade da empresa privada (DRUCKER, 1984, p. 57).

Drucker (1984) admite que a motivação ao lucro é grandemente responsável pela ideia predominante da existência de uma contradição intrínseca entre o lucro e a capacidade da empresa em prestar sua contribuição social. E admite que, na realidade, a empresa só poderá prestar qualquer contribuição social se for lucrativa e em alto grau, pois uma empresa deficitária dificilmente será boa para nela se trabalhar, nem dela ser vizinho ou colega de comunidade. A empresa que não consiga atender às exigências de lucratividade feitas pelos seus objetivos básicos será marginalizada e correrá perigo. Referindo-se ao lucro, viu-se que Drucker (1984) não o considera uma causa, mas uma consequência do bom desempenho da

empresa, principalmente pela inovação e pela produtividade, consequência necessária, a serviço das funções econômicas essenciais. Que o lucro constitui, antes de tudo, o único teste eficaz do bom desempenho e um bom exemplo para aquilo a que os técnicos se referem quando falam da retroalimentação, ou da auto-regulagem de um processo pelos seus próprios resultados. Mas cabe ao lucro uma segunda função, igualmente importante, que é a de se constituir em recompensa a quem corre o risco da incerteza.

A atividade econômica volta-se para o futuro e a única coisa certa sobre o futuro é sua incerteza, seus riscos. E é assumindo riscos que qualquer empresa ganha seu pão. Mas "está sempre a serrar o galho sobre o qual se empoleira" (DRUCKER, 1984, p.67).

> Finalmente, é o lucro que remunera as satisfações e serviços não-econômicos da sociedade, desde a assistência à saúde até a segurança nacional, desde a escola até a ópera. Tudo isso tem que ser pago pelo excedente da produção econômica, isto é, pela diferença entre o valor produzido pela atividade econômica e seu custo (DRUCKER, 1984, p. 68).

Sertek (2006), em seu trabalho de desvendar o potencial empreendedor segundo as perspectivas de Drucker, enfatiza que este mostra o erro que é pensar que a finalidade principal de um negócio é dar lucro. Evidencia que se a razão principal e forte não for a de atender às necessidades de clientes, que é a razão chave do negócio, não haverá nem lucro, nem empresa e nem negócio. Essa ideia vale para todo tipo de empreendimento, quer seja privado ou público. A lucratividade não é a finalidade, mas sim o fator limitante da empresa comercial e da atividade empresarial como um todo.

Contudo, a exemplo de Drucker, Sertek não nega a necessidade do lucro para o êxito empresarial, quando declara:

> Para a empresa comercial, o lucro é necessário, pois garante os objetivos definidos para as diversas áreas. O lucro é o azeite que faz funcionar toda a engrenagem. É uma questão de sobrevivência, uma vez que a organização só será socialmente responsável se conseguir manter-se e crescer ao longo do tempo, criando riquezas para todos os que dependem dela. Portanto, o planejamento de lucro é necessário (SERTEK, 2006, p. 72).

Uma nova discussão que se estabelece é em torno da seguinte constatação: admite-se que para prosperar, e até mesmo para apenas manter-se no mercado, uma empresa precisa obter lucro, ou seja, produzir receita suficiente para cobrir todos seus custos, estruturais e operacionais, com alguma sobra. Mas isso não é tudo. A análise que aqui se faz necessária leva em conta outros fatores e os mais críticos talvez sejam: 'desde quando?' e 'até quando?'.

Essa colocação é extremamente importante à medida que ajuda a esclarecer uma das principais dificuldades das empresas entrantes: o tempo de maturação. É de simples entendimento que as empresas que nascem por necessidade precisam dar conta, desde o início, da sustentação de seus fundadores e de suas famílias. As pesquisas GEM bem esclarecem isso. Mas, e a empresa? Seus objetivos, traçados quando de seu registro, são de continuidade. Projeta-se que a empresa vá sobreviver por tempo indeterminado, longo de preferência. Para isso será necessário, em certa hora, deixar-se convencer de que ela precisa ter condições de arcar com esses encargos, o quanto antes possível. Se não for observada essa prioridade, correm risco as pessoas e a própria empresa. Dito em outras palavras, a empresa só pode promover a sustentação de outros entes após garantir a sua própria sustentação. Mas isso pode levar tempo.

Partindo-se então da premissa que a condição para sobrevivência é a obtenção de lucro e que a empresa precisa de um certo tempo para firmar-se no mercado, sem rodeios começam a se esclarecer parte das indagações a respeito dos motivos pelos quais a maioria das empresas não prospera e acaba por fechar suas portas: é por falta de lucro desde a sua fundação. É nesse primeiro período que a empresa não pode dar-se ao prazer de ser social em alto grau. Ela precisa ser forte, crescer e desenvolver-se antes de tudo. Mas também não é apenas isso. Se o fosse, estaria por aqui resolvida parte do problema de pesquisa. Porém, começa a afirmar-se uma das hipóteses deste estudo, a qual supunha, entre outras, que as empresas que não prosperam no Brasil estariam fadadas ao fechamento desde a sua abertura, pelas condições e motivações sob as quais são abertas.

a) As MPEs e o desenvolvimento regional

Tem-se claro que o desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social.

> Desenvolvimento nada mais é que o crescimento, – incrementos positivos no produto e na renda – transformado para satisfazer as mais diversificadas necessidades do ser humano, tais como: saúde, educação, habitação, transporte, alimentação, lazer, dentre outras (OLIVEIRA, 2002, p.40).

Porém, não é igualmente fácil entender a questão do desenvolvimento regional, a começar por esclarecer o que seja a própria região. Souza (2009) expõe que, para muitos

autores, como Philippe Aydalot, a região não passa de um conceito abstrato, pois a subdivisão de um país em unidades menores é muitas vezes abstrata. Suas fronteiras nem sempre têm conteúdo econômico; obedecem seguidamente a critérios político-administrativos, culturais, naturais ou geográficos. E que a abordagem do desenvolvimento regional não exigiria mais do que a realização de estudos empíricos a fim de identificar problemas específicos e diferenciados, exigindo soluções únicas. "A ideia de região leva implicitamente em conta a questão do conteúdo econômico de seus elementos constitutivos: nível de renda, estrutura produtiva, estrutura urbana, modos de transporte e dotação de recursos naturais" (SOUZA, 2009, p.21).

Em suma, quer-se argumentar sobre a possibilidade do entendimento de que, ao se abordar as questões de interesse ao desenvolvimento econômico, onde as pequenas empresas desempenham papel crucial, se estará tratando concomitantemente de desenvolvimento regional, pois que aquele está, naturalmente, contido neste; e este em muito depende daquele.

A importância das micro e pequenas empresas e sua contribuição para o desenvolvimento regional tem despertado interesse especialmente nas últimas duas décadas. Apoiando-se nas teorias dos modelos de distritos industriais marshallianos – cujos maiores destaques concentram-se na macrorregião do Arco Alpino europeu – autores como Garofoli (1994) e Gurisatti (1999) demonstram que as pequenas empresas podem se constituir em fatores de alavancagem do desenvolvimento regional. O dinamismo presente nas pequenas empresas dos distritos industriais, a produtividade de seus recursos, o retorno sobre os investimentos e, por conseguinte, a sua sustentabilidade econômica, seriam, segundo os autores, fatores decisivos a contribuir para a perpetuação destes pequenos negócios.

Steindl (1990) e Schumacher (1983) demonstram o valor e a viabilidade dos pequenos negócios e sua importância para o desenvolvimento econômico, ainda que diante de adversidades ambientais, institucionais e estruturais e das desvantagens de escala em relação às grandes empresas. Neste contexto, algumas teorias e estudos trouxeram grande contribuição a esta pesquisa.

Os estudos sobre o papel dos pequenos empreendimentos na impulsão do desenvolvimento econômico também levaram Oliveira (2009) a inferir que o apoio à sustentabilidade econômica de MPEs é uma parte essencial de qualquer política regional de desenvolvimento baseado na mobilização de recursos locais.

Salienta o autor que, na década de 40, Steindl já destacava a crescente preocupação pelo problema das pequenas empresas nos Estados Unidos, tanto de suas possibilidades de sobrevivência como da política a ser adotada em relação a elas. A despeito deste assunto ter sido levantado há mais de setenta anos, o fato é que a atual realidade brasileira sobre os pequenos empreendimentos não difere muito da antiga situação americana reportada por Steindl. As pesquisas sobre a mortalidade de micro e pequenas empresas brasileiras, referidas neste estudo, demonstram que grande parte dessas organizações encerram suas atividades com poucos anos de existência.

Independente de qual seja a situação atual das MPEs nos Estados Unidos, o fato é que o Brasil repete, passado todo esse tempo, o fenômeno americano de ‘alta taxa de mortalidade precoce’ das organizações. Apesar de todos os esforços do SEBRAE, o país parece não ter superado ainda a performance que os americanos já consideravam preocupante há mais de sete décadas. Existem alguns avanços, mas a melhoria ainda é lenta diante dos desafios para se aumentar o ritmo do desenvolvimento do país. E esse quadro pode ser ainda mais preocupante, considerando-se que as últimas pesquisas não contemplam ainda os efeitos da recente crise econômica mundial (OLIVEIRA, 2009).

É oportuna, neste momento, a discussão sobre a possibilidade de se replicar no Brasil - em qualquer das regiões - o modelo da Terceira Itália, com a formação de distritos industriais, clusters ou conglomerados de empresas. E não se estaria sendo os primeiros a tentar tal estratégia. Porém, o que se passou na Itália contou com um comprometimento comunitário, inclusive, típico de uma população com aquelas características, natas ou desenvolvidas. Com que garantias poder-se-ia contar no Brasil para que tal prática produzisse semelhantes resultados? Outra: tornou-se próspera a região do Arco Alpino, pois juntamente à produção compartilhada – a maior parte das empresas eram indústrias – houve um envolvimento das diversas instituições, públicas e privadas, as quais conspiraram para um cenário de progresso. Ainda assim, que seria do modelo não fossem as exportações? Considere-se também que as empresas não eram tão pequenas, pois que englobava inclusive as de porte médio.

b) O mercado e a atividade econômica

O SEBRAE (2007) define o mercado como sendo a relação entre a oferta – pessoas ou empresas que desejam vender bens e serviços – e a procura – pessoas ou empresas que

querem comprar bens ou serviços. Assim, quando alguém abre uma empresa, passa a desempenhar um novo papel no mercado, mudando de lado, passando a atuar do lado da oferta. E, para desempenhar com sucesso seu novo papel, o empreendedor precisa de informações que o ajudem a mapear com a maior clareza possível três vertentes do mercado:

1. O mercado consumidor, do qual fazem parte os clientes que comprarão suas mercadorias ou utilizarão os serviços prestados por sua empresa;

2. O mercado concorrente, que produz e vende mercadorias ou presta serviços idênticos ou similares aos que ela pretende oferecer; e

3. O mercado fornecedor, que oferece equipamentos, matéria-prima, embalagens e outros itens.

Ainda segundo o SEBRAE (2007), mercado é a instituição social que emerge naturalmente das relações econômicas. A existência de mercados livres é condição objetiva para a produção e a circulação de bens, mercadorias e serviços, para que se possa produzir riqueza.

Sertek (2006) enfatiza que, ainda que se possa pensar a partir de outras perspectivas, é preciso ter bem clara a finalidade e os objetivos da empresa, porque a falta de clareza pode ser fatal para qualquer que seja o negócio. Não adianta reclamar do mercado, pois a atividade dos negócios, ou seja, o desenvolvimento de qualquer atividade empreendedora passa pela definição de finalidades e objetivos.

Seguindo a reflexão de Sertek (2006) sobre a finalidade da empresa, percebe-se que esta finalidade se situa fora da organização, pois a empresa precisa se dirigir a algo que não é interno, está na sociedade que a circunda, às pessoas que estão precisando de algo, sabendo ou não que estão necessitadas. A razão do negócio é perceber uma oportunidade no atendimento a essas necessidades, estejam elas bem explicitadas pelas pessoas e pela sociedade ou não. O autor utiliza uma expressão derradeira de Drucker para encurtar o assunto: “só existe uma definição válida para a finalidade de uma empresa: criar um consumidor” (p. 62). E complementa deixando explícito que somente após criar o consumidor é possível criar o mercado, ou seja, o ‘mercado consumidor’.

Sertek (2006) se vale de uma expressão do grande pensador Sêneca, o qual costumava dizer que: “para um barco sem rumo, não há ventos favoráveis”, para expressar sua posição quanto ao planejamento referente aos objetivos da empresa. Dentre eles, destaca que a empresa deve estabelecer o segmento de mercado e posicionar-se. Além disso, é preciso

definir quais são os recursos necessários (materiais, trabalho e capital) e os níveis de desempenho e resultados esperados para cada um dos recursos empregados.

Ao ingressar em um determinado segmento de mercado, as empresas também devem, a priori, estabelecer um cenário para sua atuação, pensar algo útil para o empreendimento e tentar construir o futuro a partir de conhecimentos existentes, considerando inclusive as tendências de mudanças no cenário mundial e na própria sociedade. Drucker (2002, p. 155) é categórico quando afirma que: "o propósito da tarefa de construir o futuro não é decidir o que deve ser feito amanhã, mas o que deve ser feito hoje para que haja um amanhã". E Sertek (2006, p.79) complementa que: "pode ser interessante para nós, já que não temos uma bola de cristal, trabalhar com as duas possibilidades: a primeira é a de antecipação de um futuro que já aconteceu e, a outra, a de criar ou desenvolver um futuro – fazê-lo acontecer!"

Clemente (2004, p.45) entende por planejamento futuro a completa disposição dos diversos fatores que influenciam um empreendimento. É nessa etapa que se busca o delineamento desses fatores a partir de um trabalho coerente de coleta e análise de dados. Em seguida, esse estudo deve ser sintetizado em cenários fictícios, mas principalmente, factíveis. O comportamento da empresa em cada uma das possibilidades imaginadas deve ser definido para que a tomada de decisões estratégicas possa ser avaliada antecipadamente, isenta de pressões pontuais. "Quando não há uma definição clara das metas de um negócio, tanto de longo quanto de curto prazo, qualquer caminho escolhido irá parecer satisfatório".

Em sua proposição de antecipação do futuro, Sertek instrui que se observe o contexto e que sejam feitos os questionamentos sobre alguma coisa que aconteceu e que poderia estabelecer um padrão para o setor, para o país ou para o mercado. Para Sertek (2006, p. 80), "é preciso prospectar a área específica em que se pretende trabalhar, ou desenvolver um negócio, e questionar sobre as mudanças importantes que já ocorreram ou estão ocorrendo". Com base nas locuções de Drucker, Sertek (2006) indica algumas áreas que podem fornecer indicações práticas de coisas que geram o futuro que já aconteceu. Uma é a das mudanças referentes à população, aos seus costumes e hábitos. Outra é a que corresponde ao conhecimento, pois não basta estar ciente do que se passa no âmbito do próprio negócio. Hoje, a maior parte das evoluções vem de áreas que não tem interconexão com o ramo e, de repente, aparece algo que muda de uma hora para outra a configuração do mercado. Nesse sentido, a pergunta que o autor sugere finalmente deva ser feita a respeito é: há alguma oportunidade aqui que se deveria e se poderia antecipar?

Uma dica prática para quem vai iniciar um negócio ou vai implementar um projeto é dada por Degen (1989) em seu modelo denominado “Etapas da Criação de um Negócio Próprio”, Figura 01, o qual sustenta que a sequência das etapas na criação de um negócio próprio tem a finalidade de ordenar as ideias dos empreendedores potenciais. Esse processo é denominado de curto-circuito-criativo. É o fenômeno pelo qual o negócio fica claro e sua implementação se torna viável. Não atendendo a esses pressupostos, justifica-se o fato de muitos negócios fracassarem ou terem pouco êxito.

Na concepção do autor, o sucesso na criação de um negócio próprio depende basicamente do desenvolvimento, pelo empreendedor, de três etapas: a) identificar a oportunidade de negócio - coletar informações sobre o mesmo; b) desenvolver o conceito do negócio - a partir das informações coletadas, identificar os riscos, procurar experiências similares para avaliá-los, adotar medidas para reduzi-los, avaliar o potencial de lucro e crescimento e definir a estratégia competitiva a ser adotada; e c) implementar o empreendimento - iniciar pela elaboração do plano de negócios, definir as necessidades de recursos e suas fontes e a operacionalização das atividades.

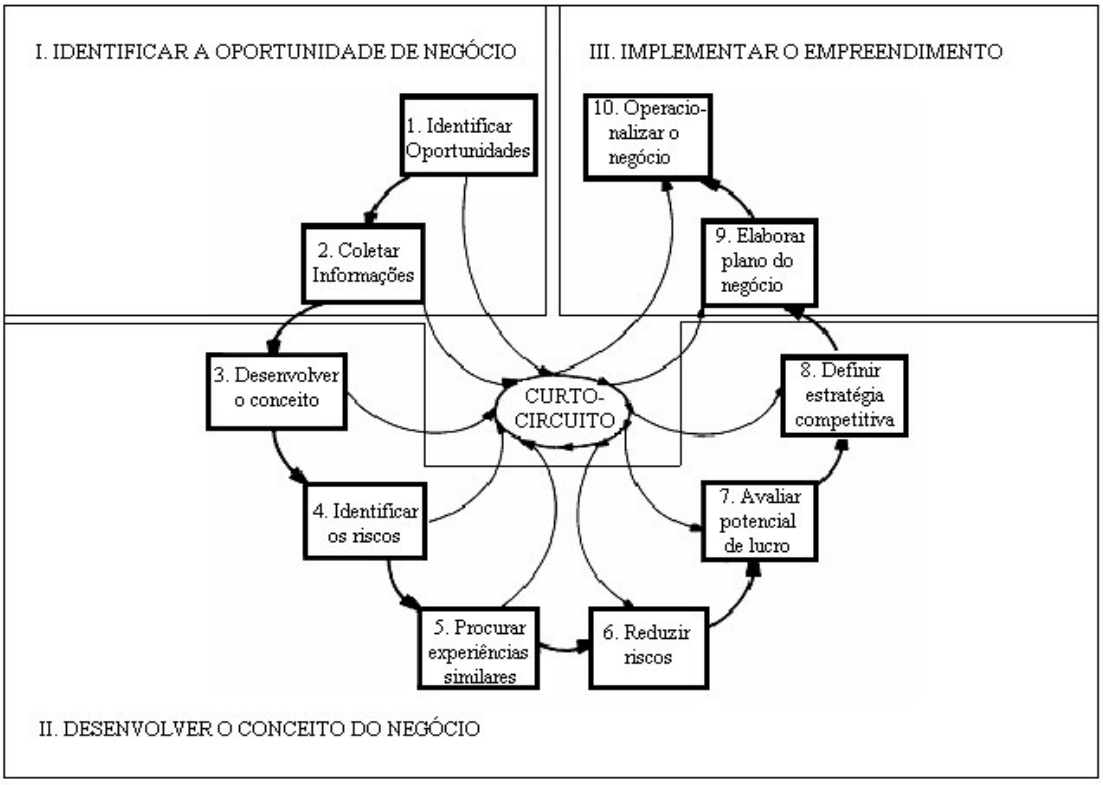


Figura 01 – Etapas da criação de um negócio próprio

Fonte: Degen (1989, p. 17).

Clemente (2004) esclarece que pessoas motivadas a abrir um negócio põem em prática suas ideias para o desenvolvimento de produtos ou serviços. Geralmente, essas ideias são geradas em estado bruto e refletem simplesmente um sonho ainda não muito voltado à realidade. O futuro empreendedor, instintivamente ou deliberadamente, deve procurar pessoas ou outras fontes de informação, como livros, revistas ou instituições para validar sua ideia, verificando sua viabilidade, tanto mercadológica quanto tecnológica. Ao adquirir essas novas informações, o empreendedor começa a alterar sua ideia original e, consequentemente, passa a necessitar de novas fontes de informação para dar continuidade ao processo de construção do seu negócio. O autor chama esse processo de "processo contínuo e circular" de busca de informação e alteração da ideia, o qual acontece de forma espontânea até que, num dado momento, o empreendedor percebe que encontrou a forma ideal para o seu negócio (CLEMENTE, 2004, p. 17).

O autor argumenta ainda que na etapa de definição da ideia de um projeto, basicamente todos os empreendedores têm em mente os tipos de produtos ou serviços que pretendem oferecer ao mercado. Porém, muitas vezes, estes são concebidos considerando principalmente a percepção individual dos empreendedores envolvidos, o que exige, em geral, um bom conhecimento do mercado, inclusive o mercado-alvo, o qual pode mostrar a necessidade de alterações nos produtos ou serviços antes idealizados a fim de atender as necessidades específicas de cada mercado. De acordo com os mercados-alvo definidos, a motivação para aquisição por parte dos clientes também pode ser diferente, gerando novo processo de estudo de viabilidade.

Butler (1987) contribui de forma decisiva para esclarecer, em parte, o comportamento empreendedor, quando enfatiza que, em se tratando de uma discussão sobre a atividade econômica, a tendência do ser humano é supor que algo que tenha sido conscientemente planejado, a fim de realizar determinado objetivo, deve, necessariamente, ser melhor do que algo que tenha crescido de forma natural. Porém reconhece que a maioria das economias existentes no mundo se desenvolveram e chegaram no ponto em que estão sem terem sido objeto de um pensamento consciente que as delineasse. Para muitos, sustenta o autor, seria desejável criar uma economia previamente planejada, na qual fossem atribuídos aos indivíduos papéis que melhor se ajustassem às suas habilidades, bem como fossem buscados objetivos comuns para o benefício de todos. Os mais fortes argumentos a favor do planejamento econômico sempre enfatizaram esse ordenamento racional, assim como a organização do esforço individual para obter vantagens mútuas. E questiona: "como pode o

sistema econômico liberal rivalizar com esse conjunto de objetivos inteligentemente ordenados que a economia planejada ostenta?" (p. 45).

A resposta a esse questionamento Butler (1987, p.45) busca em Friedrich Hayek[2]:

> É que o mercado é superior, precisamente porque não requer acordo quanto aos objetivos a serem alcançados. Ele permite aos homens de diferentes valores e propósitos viverem juntos e em paz para mútuo benefício, pois, ao seguir seus próprios interesses, cada um estará atingindo os objetivos de muitos outros que tenham interesses diferentes e até mesmo conflitantes.

Talvez essa conclusão de Hayek seja importante e para entendê-la corretamente é preciso identificar as características específicas do mercado. As operações do mercado são de fato estruturadas e ordenadas com transações conduzidas de acordo com as costumeiras regras da propriedade e do contrato e produzem um padrão ou ordem geral identificáveis. Mas o padrão de atividade gerado pelo processo de mercado não é criado por nenhum desígnio ou planejamento consciente. Não existe um único objetivo ou propósito para ele porque é o resultado de inúmeros indivíduos buscando seus próprios objetivos e propósitos individuais. Por isso o mercado não é – e nunca poderá ser – governado por uma única escala de valores ou hierarquia de objetivos particulares como na economia planejada, mas atende aos distintos fins de todos os seus membros (BUTLER, 1987).

Ainda segundo o autor, o sistema de mercado não depende de que as pessoas trabalhem duro mas que façam aquilo que as outras pessoas desejam, de modo que haja menos conflitos com os desejos dos outros, na época certa, no lugar certo, a fim de satisfazer os consumidores.

Esta discussão em torno do assunto que acaba de ser abordado – mercado – reveste-se de contornos provocantes e esclarecedores. A exemplo de outras discussões, esta também afirma, em parte, a tese proposta, especificamente na questão que se refere à perspectiva do mercado, supondo não ser o simples ato de abrir uma empresa condição suficiente para a criação de um mercado consumidor que lhe dará sustentação.

Outros argumentos que colaboram para esclarecer as dificuldades enfrentadas pelas pequenas empresas para se firmarem no mercado se somam aos demais e agora dizem respeito ao perfil do empresário candidato à atividade econômica. Os dez passos destacados

[2]Friedrich Hayek (1899–1992) pertence à quarta geração de economistas da Escola Austríaca e concebe o mercado como um processo de permanente descoberta e aprendizado, que amortece as incertezas e tende, sistematicamente, a coordenar os planos formulados pelos agentes econômicos (COFECON, 2007 – Grandes Economistas IV).

por Degen (1989) para a viabilidade de um negócio, cuja inobservância justificaria o fracasso de muitos, contemplam um planejamento prévio como premissa básica. Sem a pretensão de estabelecer uma relação de causa e efeito, em parte o estudo de Santos (2008) sobre o perfil requerido para o indivíduo ser considerado empreendedor colabora para aumentar a responsabilidade inerente aos dois enfoques. Enquanto Santos (2008) comprova que ser empreendedor – ou empresário de sucesso – não é para todos, Degen (1989) esclarece que uma empresa não se sustenta sem a observância de algumas etapas, começando pela identificação da oportunidade de negócio, passando pela implementação do empreendimento, até o desenvolvimento do conceito do negócio.

Para aqueles que se lançam empresários por oportunidade, talvez não haja tempo para essas providências. E para a maioria dos que fracassaram talvez a tarefa tenha sido considerada pesada demais. Mas, projeta-se aos poucos um rol de providências que podem começar a melhorar a perspectiva das pequenas empresas que são abertas no Brasil: a) querer empreender não é tudo - é preciso 'ser' empreendedor; b) é necessário um planejamento prévio; e c) 'sempre' devem ser levados em conta os indicadores relativos às condições do mercado – passado e presente.

A pesquisa de campo revelou que, por diversos motivos, poucos novos empreendedores se assessoram de profissionais antes da abertura de suas empresas. Mas talvez isso não fosse necessário mesmo: tivessem seguido as dez "etapas da criação de um negócio próprio" de Degen (1989), ou observado ao menos dois dos princípios contemplados pelo autor e desenvolvidos até aqui – avaliar o potencial de lucro e elaborar o plano de negócios - e as perspectivas poderiam ser outras.

Para que a empresa se desenvolva com sucesso, faz-se oportuno lembrar o que é defendido por Marcondes e Bernardes (2004, p. 22):

> A criação de uma empresa tem que ser planejada desde o início, levando-se em conta as vendas previstas em função da oportunidade percebida, bem como as despesas necessárias, tanto as destinadas a custear o estabelecimento quanto para a fabricação de bens ou prestação de serviços.

Ou então os dizeres simples e diretos de Morris (1991) sobre o fechamento de empresas: "se seus fundadores tivessem aplicado apenas a teoria disponível, a maioria estaria ainda em atividade". Ou ainda as deduções de Dornelas (2001): "a maioria dos empreendedores cria negócios em mercados já existentes, não sendo bem-sucedidos por isso". E, para afirmar a necessidade de fortalecimento da empresa, Teixeira (2010) possivelmente

atinge o ponto crucial da questão ao salientar que “é preciso capacitar a empresa antes mesmo de capacitar o gestor”.

Percebe-se então que há explicação para a maioria dos casos de fechamento prematuro das empresas. Os fatores destacados neste capítulo, e que poderiam dar melhores perspectivas às empresas entrantes, foram apenas superficialmente contemplados pela maioria das pesquisas realizadas até o momento. Talvez fossem considerados pouco importantes. Mas não é o que afirmam os estudiosos do assunto. A pesquisa de mercado, por exemplo, não poderia ser dispensada a nenhuma nova empresa, e mais, deveria tê-la como condição primordial para a sua abertura.

Após apreciar a possibilidade de um desdobramento indesejável da atividade empreendedora, fruto da já citada característica dos empreendedores, de suas motivações à abertura de empresas, da falta de um planejamento prévio, da ausência da pesquisa de mercado e, principalmente, do desconhecimento das teorias existentes, vislumbra-se a possibilidade de as empresas incubadas, as quais recebem maior aporte dessas informações e assessoramentos, terem melhores perspectivas de sucesso. Esse assunto será tratado mais adiante a partir das condições de funcionamento e evolução das incubadoras de empresas do país.

c) Vantagens e desvantagens das empresas em função de seu tamanho

Assim como na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina, no Brasil o ressurgimento da pequena empresa é uma tendência clara. Contudo, parece incorreto dizer que todos os pequenos empreendimentos constituem um grupo uniformemente ativo e em igual expansão. É mais adequado imaginar uma grande coleção de sementes, algumas das quais germinam, crescem e se tornam plantas. O potencial de criação de empregos flui de alguns empreendimentos bem-sucedidos, mas não de muitos deles (CHIAVENATO, 2006).

O nordeste da Itália, mais conhecido como “Terceira Itália”, segundo Gurisatti (1999), experimentou um modelo de desenvolvimento singular. Compreendendo as regiões do Vêneto, Trentino, Friuli-Venezia, Giulia, Emilia Romagna, Toscana, Marche e parte da Lombardia, é reconhecida como uma das regiões mais dinâmicas do mundo. Essa região, juntamente com algumas outras situadas no noroeste italiano, compõem uma macrorregião européia denominada “Área de Desenvolvimento do Arco Alpino”, que apresenta resultados

econômicos surpreendentes. Segundo alguns observadores, esta área é um berço de transformações, mais recente e mais forte do que aquele que se desenvolveu no pós-guerra, ainda hoje dominante do ponto de vista cultural, político e financeiro. E uma das principais características é que "as pequenas e médias empresas continuam a ser a principal fonte de crescimento do emprego e dos investimentos em quase todos os setores da economia". Destaca o autor que "os trabalhadores autônomos e os microempresários representam um percentual notável na força de trabalho" (GURISATTI, 1999, p. 79).

Segundo Garofoli (1994, p. 35):

> O espírito empresarial e a capacidade de organização são extremamente flexíveis e recicláveis. Quando um empresário abre falência, não abandona o circuito social: por meio de uma oportuna reconversão, entra numa nova sociedade, torna-se operador comercial, organiza o trabalho para terceiros, abre uma nova pequena empresa, lança-se na produção de componentes, etc..

Garofoli (1994), em seu estudo sobre os sistemas de pequenas empresas, mesmo se referindo mais especificamente às produtivas, traz dados importantes sobre algumas condições que estão na base da formação e do desenvolvimento desse tipo de sistema, que não ocorrem com as grandes empresas e que podem servir ao esclarecimento sobre a assimilação de transformações das pequenas unidades empresariais, atentando para certas características locais que asseguram a flexibilidade do sistema. As principais características são: a existência de uma importante renovação das empresas no mercado, acompanhada por elevadas taxas de natalidade e de mortalidade de empresas e o nascimento de uma nova classe empresarial.

d) O ciclo de vida das empresas

Assim como acontece com as formas naturais de vida, as empresas também têm ciclos de vida (ADIZES, 1990). Esse fenômeno é inevitável, mas tem uma diferença fundamental em relação ao ciclo de vida natural: as empresas não necessariamente precisam morrer. Segundo o autor, é possível, através da interferência administrativa, fazer com que uma empresa possa se perpetuar no mercado. Mesmo porque, quando da abertura, seu tempo de vida - gestão - é invariavelmente declarado "indeterminado".

Segundo Adizes (1990), sendo os estágios do ciclo de vida organizacional previsíveis e repetitivos, conhecer a posição da organização em cada estágio permite que a sua

administração tome antecipadamente medidas preventivas, seja enfrentando mais cedo os problemas futuros, seja evitando-os por completo.

Sem desmerecer os escritos de diversos autores e modelos que tratam sobre o Ciclo de Vida das Organizações - CVO, a obra precursora do tema foi lançada em 1972 por Larry E. Greiner, procedendo a um estudo investigativo do crescimento organizacional em que analisou a idade da organização, seu tamanho, os períodos de crescimento, estagnação e ritmo de expansão. Observou que a estrutura não muda apenas por contingências e pressões externas, mas muito mais em virtude do comportamento do administrador que decide mais em função de experiências anteriores do que por aquilo que está por vir.

Greiner (1998) faz crer em seu modelo que uma organização percorre cinco fases ao longo de sua existência, na qual todas as fases se caracterizam por momentos específicos de crise, revolução e evolução que se repetem ciclicamente ao longo de cada uma das seguintes fases:

1 - fase pioneira – caracterizada por uma evolução impulsionada pela criatividade e uma consequente crise de liderança;

2 - fase de expansão – caracterizada por uma evolução impulsionada por um esforço de direção e uma consequente crise de autonomia;

3 - fase de regulamentação – caracterizada por uma evolução impulsionada pela descentralização e uma consequente crise de controle;

4 - fase de burocratização – caracterizada por uma evolução impulsionada pela coordenação de atividades e consequente crise burocrática;

5 - fase de colaboração – caracterizada por uma evolução impulsionada pela colaboração consciente e uma consequente crise não identificável previamente.

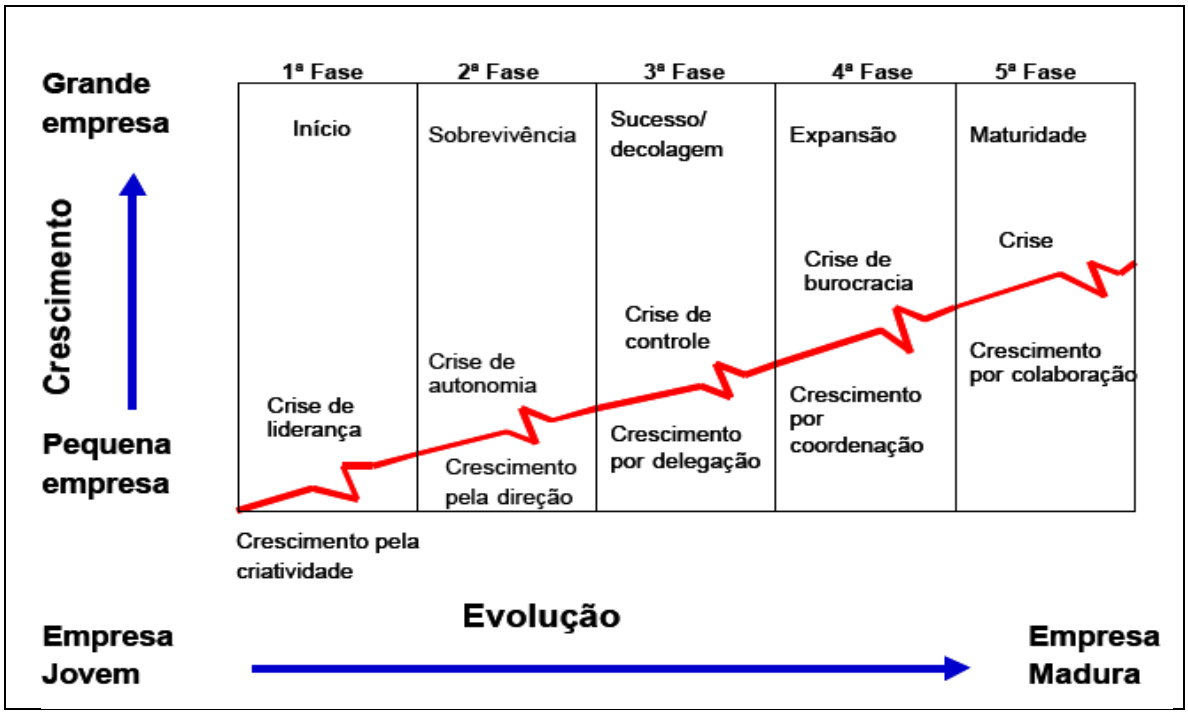


Figura 02 – Modelo de Greiner de Ciclo de Vida das Organizações

Fonte: Adaptado de Greiner (1998, p. 403).

O autor observa ainda que as crises ocorrem em momentos determinantes dentro de cada fase e a evolução da empresa para o próximo estágio depende de uma revolução bem sucedida, como mostra a Figura 02:

O estudo de Greiner (1998, p. 404) aborda importantes constatações a respeito do ciclo de vida das organizações, as quais se encontram referenciadas em trabalhos de vários estudiosos do assunto. Na opinião do autor:

> - as características de gestão e operacionais vigentes nas organizações representam as soluções de crise das fases anteriores;
> - as soluções de gestão de hoje provocarão as crises de gestão de amanhã, citando o conceito de mudança como um fato que deve ser aceito, entendido e trabalhado pela organização; e
> - a ideia de que não é conveniente repetir as soluções passadas quando a organização evoluiu dentro do seu CVO, pois a empresa mudou e junto com ela as variáveis que influenciam no sucesso das soluções.

Sabe-se que no início da atividade empresarial, especialmente para os novos empreendedores, os planos são muitos e o ânimo com que o proprietário desenvolve suas atividades parece não deixar dúvida sobre a concretização desses planos e a prosperidade do negócio. Mas, com o passar do tempo, muitas empresas amargam o sabor de uma estagnação e, consequentemente, o início da decadência. A partir desse momento, torna-se difícil fazer uma empresa renascer estando ela à beira da morte corporativa.

Adizes (1990, p. 2) é enfático ao advertir:

> Tamanho e tempo não são causas de crescimento e envelhecimento: empresas grandes, com uma longa tradição, não são necessariamente velhas; e empresas pequenas, sem tradição alguma, não são necessariamente jovens. [...] Eu já diagnostiquei empresas jovens de cem anos e empresas velhas de dez anos. [...] "Jovem" significa que a organização é capaz de mudar com relativa facilidade, ainda que, devido ao seu baixo nível de controle, seja relativamente imprevisível o que poderá fazer. Uma organização "velha" significa que seu comportamento é controlável, mas que ela é inflexível, com pouca propensão à mudança.

O autor complementa dizendo que quando uma organização é ao mesmo tempo flexível e controlável, ela não é nem jovem nem velha demais. Ela possui vantagens da juventude e da maturidade, da flexibilidade e da controlabilidade, e a esse estágio denomina de "Plenitude". Quando o mercado está saturado de concorrentes ou então quando os serviços que uma empresa oferece já estão obsoletos, a empresa pode estar à beira da morte. E se nada for feito, não haverá outro desfecho a não ser o fechamento. Esse provavelmente será o destino de todas as empresas que não encontrarem uma forma de reverter situações de estagnação e decadência, não importando o tamanho e nem o poder que tenham. Quando esta morte corporativa acontece, normalmente a empresa entra em crise, fecha ou, na melhor das hipóteses, acaba sendo comprada por outra empresa mais jovem e vigorosa.

A discussão da teoria econômica de sobrevivência de MPEs precisa dar conta da evolução do enfoque de uma visão extremista para uma visão contemporânea de alinhamento dessas empresas no mercado. A extremista indaga sobre a possibilidade de sobrevivência dos pequenos negócios frente à concentração e à centralização do capital inerente ao processo de acumulação e ao modo de produção capitalista. E da tese que provém de economistas como Marx e Marshall, que é a da extinção natural das MPEs ou de sua permanência temporária. A contemporânea considera a possibilidade de interferência na gestão a fim de que se possa ultrapassar as crises que se estabelecem em cada estágio da atividade empreendedora.

A posição adotada por este estudo não se situa apenas a norte, muito menos a sul. Não obstante até admitir a possibilidade de, através da interferência administrativa, fazer com que uma empresa possa se perpetuar no mercado, como quer Adizes (1990), tem-se claro que não é prudente atropelar os princípios da teoria econômica – ou ignorá-los. Segue-se, pois, na tentativa da confirmação de que as maiores possibilidades de não fracassar estão intimamente associadas às condições sob as quais uma empresa pode lançar-se no mercado, sendo que muitas dessas condições exigem providências dificilmente aplicáveis após a efetiva abertura.

Seguindo as convicções de Audretsch (1999), de que, com o passar do tempo, o empresário adquire maior experiência do seu ramo de atividade e a expectativa de vida aumenta, há realmente um período crítico a ser enfrentado logo após a abertura da empresa. Deduz-se então que seja necessário um certo tempo de maturação, confirmado pelo resultado desta pesquisa, para as novas empresas se firmarem no mercado e adquirirem alguma segurança em relação ao seu futuro, ou seja, o ciclo de vida deve atingir um ponto de estabilidade.

Diversos estudos comprovam que a taxa de mortalidade se reduz com o porte e a idade do estabelecimento, resultados que se mantêm para diferentes países e períodos de análise. Por outro lado, trabalhos empíricos também mostram que a taxa de mortalidade diminui para unidades com vínculos estreitos com outros estabelecimentos (NAJBERG et al. 2000).

Isso ajuda a reforçar duas questões: primeira, a de que é necessário dar um tempo à empresa – maturação – antes de subtrair dela os resultados de sua gestão, a fim de que ela cresça e se desenvolva ao ponto de poder remunerar o esforço empreendido e o capital investido; e, segunda, a de que o tamanho é fator decisivo para as perspectivas de futuro, podendo-se supor que as empresas, no Brasil, principalmente as de comércio e indústria, não poderiam ser constituídas tão pequenas ou com um volume tão baixo de capital.

Há várias teorias sobre quais seriam as etapas ou as fases que compõem o ciclo de vida das organizações. De qualquer maneira, necessário se faz salientar que esse ciclo se completa apenas nas empresas que atingem a plenitude. As que fecham com pouco tempo de vida não chegam a completar nenhum ciclo - apenas parte dele – o que se denominaria de “fase”.

Figura 03 – Um modelo mais simples de ciclo de vida das empresas
Fonte: Guia da Carreira (2010)[3]

[3]Disponível em <www.guiadacarreira.com.br/artigos/gestao-administracao/administracao-ciclo-vida-empresas>. Acesso em 25 mai. 2010.

De acordo com a Figura 03, tem-se a noção de quais seriam as fases pelas quais passa uma empresa, através de um modelo mais simples de ciclo de vida:

1) Nascimento ou Renascimento

Fase de maior entusiasmo e menores lucros. É nesta fase que o empreendedor assume o compromisso com o negócio, pesquisa teorias e faz planos.

2) Adolescência

É nesta fase que têm início as atividades comerciais ou industriais. Na adolescência uma empresa ainda não tem disciplina e nem organização suficientes, não existe controle patrimonial, tudo é altamente centralizado e todas as pessoas envolvidas acabam fazendo de tudo, desde atender telefone até trabalhar nos projetos.

3) Maturidade

É quando a empresa chega à idade adulta e as funções já estão bem definidas: o administrador só administra e o empregado só trabalha ou vende. Com o aumento das vendas podem surgir as primeiras crises. Já não há mais condições de administrar tudo de maneira centralizada e o fundador precisa delegar algumas responsabilidades a outros membros da empresa. Não é mais possível administrar a empresa sem métodos e estratégias bem estabelecidos e a marca da empresa começa a ganhar peso no mercado.

4) Velhice

Raramente uma pequena empresa atravessa a idade adulta e chega à chamada "velhice". Em chegando, já pode ser caracterizada de tradicional e em grande parte das vezes se torna líder de mercado em seu segmento. Segundo o portal, é a partir desse momento que, se a empresa não pensar em renovação, a burocracia e a acomodação irão acabar sepultando-a. A partir desta fase só existem dois caminhos: renovar para recomeçar ou então morrer.

Em um dos melhores e mais completos modelos de ciclos de vida das organizações, conforme Figura 05, Adizes (1990), embora concentre seu estudo primordialmente no âmbito das empresas, faz uma analogia ao casamento, com o processo de nascimento, crescimento e envelhecimento do ser humano, expondo seu entendimento de quais seriam os estágios pelos quais uma empresa deve passar desde a ideia inicial de abertura até o seu fechamento, atingindo todos os estágios.

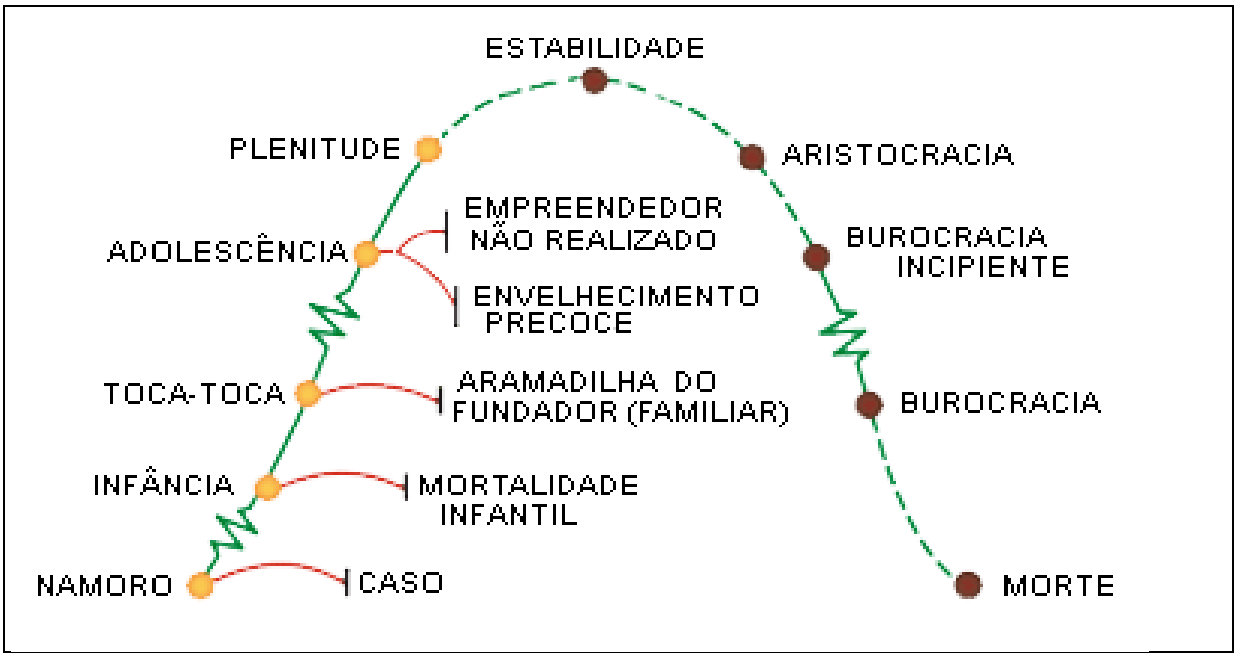


Figura 04 – Modelo de Adizes de ciclo de vida das organizações
Fonte: Adaptado de Adizes (1990, p. 256)

Adizes (1990) propõe um modelo cuja divisão contempla múltiplos estágios em vez de fases, Figura 05, eventualmente tendo que enfrentar – e contornar - uma crise como condição para poder passar de um estágio para outro, como é o caso da passagem do estágio do namoro para o da infância, supondo não haver infância se a ideia não prosperar.

Os estágios seriam os seguintes:

1) **Namoro**: neste estágio, a organização ainda não nasceu; ela existe apenas enquanto ideia; o fundador está tentando firmar um compromisso. Aqui ela deve enfrentar a primeira crise, a qual será vencida se o risco for assumido, passando então ao estágio seguinte.

2) **Infância**: Segundo o autor, assumido o risco a empresa é aberta, as ideias e as possibilidades deixam de ser o enfoque principal. Agora a atenção é direcionada para a produção de resultados, ou seja, para a satisfação das necessidades para as quais a empresa foi criada. Neste estágio da vida da empresa pode ocorrer uma patologia denominada de *Mortalidade Infantil*, ou seja, quando o estágio da Infância se prolonga demasiadamente, o fundador cansa, as crises e os erros se agravam e o caixa se arruína. Caso não receba apoio da família e os problemas não sejam superados, pode ser fatal.

3) **Toca-Toca**: a organização no estágio Toca-Toca é percebida quando chega a uma fase em que a ideia já está em funcionamento, em que a empresa já resolveu o seu fluxo de caixa e as vendas aumentam rapidamente sem grande esforço. Ela parece que não só está

sobrevivendo, como também florescendo e em consequência, o fundador e a organização tornam-se arrogantes. O início de uma empresa no ciclo Toca-Toca é como uma criança que começa a engatinhar: ela quer ir a toda a parte, não vê problemas, só oportunidades. A organização que não conseguir desenvolver nesse estágio seus sistemas administrativos e que não conseguir institucionalizar sua liderança, cai na armadilha do fundador ou familiar ao se ver obrigada a delegar responsabilidades a terceiros.

4) **Adolescência:** para Adizes (1990), neste estágio do ciclo de vida organizacional a empresa renasce e se revigora longe do seu fundador. A empresa é de fato como um adolescente tentando estabelecer sua independência. As atitudes comportamentais da organização são o conflito e a inconsistência. Mas o comportamento da organização é o espelho do fundador. É um ponto crítico de transição, no qual a empresa não precisa de alguém como o fundador e sim de um administrador que complemente o perfil ou o estilo do dono e que esteja ciente de que sua orientação pessoal e a do fundador não entrarão em conflito.

5) **Plenitude**: aqui a empresa já se encontra estruturada administrativamente, possui planejamento e organização, tanto na parte operacional quanto na parte administrativa, conta com indicadores de crescimento das vendas e da lucratividade, atinge um equilíbrio de autocontrole e de flexibilidade. A sua vitalidade decorre do impulso que foi gerado no Namoro, posto à prova na Infância, reativado no Toca-Toca, institucionalizado e canalizado na Adolescência e está sendo integralmente capitalizado na Plenitude. Neste estágio a empresa investe em treinamento para seus colaboradores e geralmente não se queixa de problemas de caixa. Porém, o maior desafio da "Empresa Plena" é permanecer na plenitude, pois não significa que chegou ao seu destino, mas que ainda está crescendo.

6) **Estabilidade**: nesta fase a empresa ainda está forte, mas vai perdendo sua flexibilidade. Está chegando ao fim do crescimento e começando a declinar. Não há mais entusiasmos como outrora, mesmo com novas ideias. A maior preocupação da empresa é proteger o que conquistou. O primeiro sinal de sua estabilidade é a perda do espírito de criatividade, inovação e incentivo às mudanças que a levou à Plenitude. Inicia-se uma preocupação com o retorno do capital investido, mas demonstra mais interesse nas relações interpessoais do que nos riscos. Uma característica da organização Estável é a resistência às mudanças. A atividade energética do empreendedor está ausente e a decadência começa a ser percebida pelo comportamento do fundador.

7) **Aristocracia**: ao ingressar nesta fase do ciclo de vida organizacional a empresa é menos ativa diante das oportunidades de longo prazo e até sua capacidade de satisfazer as necessidades dos clientes no curto prazo também é afetada. Quando uma organização chega à Aristocracia, somente a uniformidade permanece, pois apresentar uma imagem desejada deixou de ser necessariamente funcional. As Aristocracias, de um modo geral, tentam aumentar os lucros elevando a receita sem reduzir os custos e são atraídas pelas novas tecnologias ou por um mercado em expansão. Esta fase compara-se com um casamento que começa a ruir. O casal pode tentar solidificar a relação firmando novos compromissos, seja tendo um filho ou comprando uma casa nova.

8) **Burocracia Incipiente**: na organização Aristocrática há o silêncio que precede uma tempestade. As pessoas sorriem, são simpáticas e se tratam com cordialidade. Na Burocracia Incipiente, quando os maus resultados tornam-se afinal evidentes, ao invés de lutarem contra os concorrentes como deveriam, os colaboradores começam a lutar entre si. À medida que o desempenho da organização continua a declinar, a maior preocupação da empresa é a sobrevivência. Esse ciclo continua até que o resultado final seja o fechamento ou uma Burocracia plena estatizada ou subsidiada pelo governo. Embora devesse ter morrido, ela é mantida viva, tornando-se um cadáver com vida artificial. Nesta fase o que importa são as regras e diretrizes. Não há qualquer orientação evidente para os resultados ou para a satisfação das necessidades dos clientes.

9) **Burocracia e Morte**: Os últimos estágios deste ciclo de vida organizacional são a Burocracia e a Morte. A empresa não gera recursos próprios em grau suficiente e conhece todas as regras, mas não se lembra por que elas existem. Sua existência justifica-se não pelo fato de funcionar bem, mas simplesmente pelo fato de existir. A morte só é afastada através de sistemas artificiais de vida. Quando forçadas a reorganizar-se rapidamente, não sobrevivem ao esforço. No entanto, as organizações burocráticas podem continuar vivendo um prolongado estado de coma. Isso acontece quando conseguem funcionar totalmente isoladas do ambiente externo, por exemplo, organizações nas quais se incluem os monopólios e os órgãos governamentais. Os sindicatos ou as pressões políticas poderão mantê-las vivas porque ninguém ousa eliminar um órgão que dá empregos. O resultado é um prolongamento artificial da vida. A verdadeira morte pode levar anos. A morte ocorre, efetivamente, quando ninguém mais tem compromisso com a organização.

Finalmente, Buzzel & Gale (1991), em argumento sobre a evolução e crescimento do mercado, enfatizam que uma das ideias mais amplamente aceitas a respeito da administração

estratégica é a de que a evolução de mercados no tempo obedece a um padrão geral comum, denominado “ciclo de vida”. E sobre a dimensão desse ciclo, têm o seguinte entendimento:

> Os mercados, nos primeiros estágios de sua evolução, apresentam padrões erráticos de crescimento e instabilidade em termos de tecnologia, estrutura e métodos de competição. Para os que sobrevivem a esse período turbulento, segue-se um estágio de crescimento rápido. Mais tarde ainda, os mercados amadurecem e se estabilizam. A maturidade pode persistir por muitos anos, mas em última instância quase todos os mercados estão destinados a declinar, seja porque surge uma tecnologia nova e superior, seja devido a mudanças das necessidades dos clientes (BUZZEL & GALE, 1991, p. 69).

1.3 Empreendedorismo

Sabe-se que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas, ou seja, os empreendedores nascem por influência do meio em que vivem. Esta citação define a real representação do empreendedorismo na economia mundial nos tempos atuais: “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX” (DOLABELA 1999, p.28).

Segundo Fialho et al. (2007), o empreendedorismo é um processo para iniciar e desenvolver um negócio ou um conjunto de atividades que resultem na criação de um novo empreendimento de sucesso. O ato de empreender está diretamente relacionado à utilização de recursos de forma criativa, à inovação, assumir riscos calculados e à busca de novas oportunidades. É a capacidade de criação por meio do estabelecimento de objetivos e obtenção de resultados positivos.

Filion (1999, p. 5) é enfático ao afirmar que “qualquer discussão sobre pequenas empresas deve ser precedida, necessariamente, por uma discussão em torno do conceito de proprietários de pequenas empresas, e não se pode falar nisso sem também falar no conceito de empreendedor”.

Na busca por raízes do empreendedorismo, Dornelas (2001, p.27-28) faz um resgate histórico sobre o termo e identifica que:

> Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo [...] Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais. Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país. [...] No século XVIII o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido

> ao início da industrialização que ocorria no mundo. [...] No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Em seu estudo intitulado ‘uma escala para identificar o potencial empreendedor’, Santos (2008) faz uma exaustiva pesquisa bibliográfica sobre as origens do termo empreendedorismo e traz valiosas contribuições acerca do assunto. Descobriu que data do século 18, época em que na Inglaterra estava ocorrendo a Revolução Industrial, a identificação de empreendedores, quando Cantillon, na França, reconheceu na atividade econômica deles a existência do elemento “risco”.

Atribui-se a Richard Cantillon, um escritor e economista irlandês de nascimento, que viveu na Inglaterra e na França no século XVIII, o uso do termo empreendedor para designar alguém que assume riscos (DORNELAS, 2001).

Santos (2008) destaca também que foi a partir da metade do século 18 que os economistas, entre eles Jean-Baptiste Say, iniciaram a discussão sobre o fenômeno do empreendedorismo e o interesse despertado pelo assunto continuou pelos séculos XIX e XX, quando foi associado ao capitalismo e, em decorrência, à livre empresa. Conforme o autor, essas discussões e análises levaram à aceitação de que os empresários servem como agentes de mudança; contribuem com ideias criativas e inovadoras para empreendimentos empresariais; e, ajudam os negócios a crescerem e ficarem lucrativos.

Ainda conforme Santos (2008), o termo *entrepreneur* é difícil de traduzir para o inglês. A palavra correspondente, *undertaker*, tem abrangência limitada. Representa o mestre manufatureiro na fábrica, o fazendeiro na agricultura, e o comerciante no comércio. Geralmente, em todas as três atividades, seria a pessoa que toma a seu encargo a responsabilidade imediata, o risco, e a preocupação com a condução das atividades, quer tenha empregado o seu próprio capital ou de terceiros. Na falta de uma palavra melhor, Prinsep (1832 apud SANTOS 2008) utilizou *adventurer* (aventureiro, especulador, negocista). O autor destaca que os estudos evoluíram a partir da contribuição pioneira de Cantillon (1755), passando por Say (1832), Schumpeter (1961), McClelland (1961), Drucker (1993), Miner (1997), Timmons (1999), Shane (2003) e tantos outros. Em relação à língua portuguesa, Santos (2008) diz que uma tradução do livro de Say, em edição publicada em 1983, utiliza o termo empresário como correspondente a *entrepreneur*. E que o mesmo fato

ocorre com o livro de Cantillon em língua portuguesa. Uma tradução do seu livro *Essai sur La nature du commerce en general* (Ensaio sobre a natureza do comércio em geral), publicada em 2002, utiliza empresário para significar *entrepreneur*. Uma análise dos livros de Cantillon e Say, na língua original em que foram escritos, mostra ser inadequado o termo empresário como o correspondente, em português, para *entrepreneur*. Empreendedor, com o significado que tem hoje, seria o termo mais adequado.

Schumpeter (1971) entende que deve ser creditada a Cantillon a primeira definição adequada do papel do empreendedor, pois com ele teve-se uma concepção clara de qual seria a sua função. Para Schumpeter, esta concepção tem um caráter bastante geral, embora suas considerações se refiram principalmente ao caso particular do arrendatário, o qual paga remunerações contratuais, portanto, "certas" ao proprietário da terra e aos trabalhadores, e vende a preços que são "incertos".

> O mesmo fazem os que negociam com tecidos e os demais "comerciantes": todos eles se comprometem a efetuar pagamentos certos com a esperança de obter certos resultados incertos; são, pois, essencialmente os sujeitos que dirigem a produção e o comércio, sujeitando-se aos riscos decorrentes. Tudo isto é, naturalmente, doutrina escolástica; porém, antes de Cantillon ninguém havia dito isto de maneira tão completa (SCHUMPETER, 1971, p. 211).

Cantillon, apesar de, ao abordar o papel do empreendedor e estar falando de alguém que se encarrega de negócios arriscados, ao estabelecer uma distinção entre o assalariado e aquele que trabalha por conta própria trouxe uma grande contribuição ao entendimento do papel exercido pelo empreendedor (SANTOS 2008).

Outra contribuição ao pensamento econômico sobre o empreendedorismo, na sequência de economistas que abordaram o papel exercido pelo empreendedor, vem de Jean-Baptiste Say. Após Cantillon, ele foi o segundo economista a escrever sobre empreendedores e demonstrar interesse no papel exercido por estes (FILION, 1997).

Foi Say quem observou que o empreendedor exerce uma importante função econômica, ou seja, ele é responsável por juntar os diversos fatores de produção. Com suas observações, Say ampliou a conceituação de empreendedor feita anteriormente. Sua abordagem sobre o empreendedor apareceu no livro *Traité d'économie politique*, por ele publicado no ano de 1803. Say estudou o desenvolvimento econômico observando o processo de criação de empresas e via o empreendedor como alguém que assumia riscos, a exemplo de Cantillon. Embora tanto Cantillon quanto Say tenham associado o empreendedor à gestão do

risco, Say fez uma abordagem mais ampla, ligando-o, de certa forma, ao processo de inovação, influenciando posteriormente Schumpeter (FILION,1999).

Na concepção de Say, empreendedor é todo aquele que reúne os fatores de produção para formar um produto, qualquer que seja, assumindo riscos e benefícios. Para exercer essa função ele recomenda que, antes de tudo, sejam aprendidos os rudimentos da atividade para só depois iniciar a execução das tarefas de reunir os elementos necessários à realização da produção (SANTOS 2008).

> Com isso ele deixa claro que o conhecimento prático tem um lugar de importância na atividade empreendedora. Apesar de nos dias de hoje parecer óbvia, uma recomendação desse tipo ainda não foi suficientemente absorvida por alguns que ingressam nas atividades de negócios, provocando posteriormente a ruína dos sonhos, acalentados talvez durante muito tempo, e as consequentes perdas financeiras com o fracasso da empresa. Mesmo tendo sido formulada há muito tempo essa recomendação ainda continua atual (SANTOS 2008, p.49).

Nas palavras de Chiavenato (2006, p.4), "os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico". Argumenta que eles não são meros provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia, que assumem riscos inerentes a uma economia em mudança, transformação e crescimento. E que, continuamente, milhares de pessoas com esse perfil inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. É essa força vital que faz pulsar o coração da economia.

Porém, segundo Drucker (1985), não se pode avaliar o empreendedor apenas por uma única inovação; o verdadeiro empreendedor é aquele que inova sistematicamente. E, o simples fato de abrir uma nova empresa, ainda que com coragem, otimismo e um bom plano de negócios, não seria suficiente para configurar o verdadeiro empreendedor. Sua atuação gerencial contínua, visando assegurar a sustentabilidade desse novo empreendimento, medida em sua eficácia pelo lucro sistemático, é que representaria a verdadeira competência empreendedora.

Sengenberger & Pike (1999) trazem importante colaboração à discussão, especificamente sobre a competência empreendedora a qual chamam de competência empresarial. Os autores expõem que quase todos concordariam em que a competência do empresário – proprietário ou dirigente do negócio – é uma variável chave para o êxito da empresa. "Porém, é surpreendente ver a pouca atenção que as áreas de pesquisa e formulação de políticas dedicam à maneira como de fato se consegue a competência empresarial" (p.130).

Os autores expõem que, se fosse considerado o aumento substancial da quantidade de empresas que são abertas, bem como o grande número de empresas que desaparecem, caberia perguntar: a competência empresarial não deveria ser uma preocupação prioritária? Como são escolhidos ou "feitos" os empresários? Que oportunidades têm para continuar a aperfeiçoar sua proficiência? O que lhes acontece caso fracassem?

Há exemplos valiosos, conforme explicam os autores, como é o caso dos já citados distritos industriais italianos e também de outros países. No decorrer de sua vida profissional em pequenas empresas, os trabalhadores acumulam saberes a respeito de seu ofício específico e também como dirigir a empresa em que trabalham. Na Terceira Itália, as pessoas que abrem empresas novas muitas vezes são ex-empregados veteranos, experientes. Já conhecem a empresa e o leque de tarefas e funções gerenciais. Quanto mais tarefas desse tipo lhes tiver sido delegadas pelos empresários, mais familiarizados estarão com essa realidade. Assim, a divisão do trabalho de gerência entre trabalhadores e empresários cria a oportunidade de aprender, na prática, a dirigir um negócio.

Os autores salientam ainda que a existência de oportunidades objetivas claras para a abertura de novas empresas e a percepção subjetiva de caminhos profissionais que levam ao auto-emprego despertam o interesse pela aquisição de aptidões empresariais. No contexto de um ambiente econômico dominado por pequenas empresas, o desejo e a expectativa de abrir um negócio próprio são normais e culturalmente aceitáveis, ao contrário de localidades dominadas por grandes empresas, onde a massa da comunidade vivencia uma forte identidade de "trabalhador assalariado". Por isso, a chance de êxito pode aumentar de modo significativo se a criação de uma nova empresa estiver organicamente interligada ao crescimento e à ampla divisão do trabalho em uma comunidade de negócios. Essa se constitui uma alternativa diferente da que consiste em tornar-se dono de uma empresa "caindo de pára-quedas", isto é, sem relação alguma com as empresas existentes.

> Sabemos, por exemplo, das imensas dificuldades e do elevado índice de fracassos de pequenas empresas criadas por trabalhadores desempregados [que, às vezes aproveitando programas públicos, usam seu fundo de garantia – benefícios capitalizados – para lançar-se sozinhos, sem uma preparação adequada, para esta aventura] (SENGENBERGER & PIKE, 1999, p. 132).

A partir das considerações destacadas, novas questões podem ser formuladas a respeito, como por exemplo: o que acontece com o empresário e com os trabalhadores que ele emprega quando a empresa falir? Seria isso objeto a ser abrigado por políticas públicas?

Essa possibilidade não deveria ter sido prevista desde o princípio, ou seja, desde a abertura da empresa?

As conclusões dos autores dão um possível rumo à busca de soluções:

> A entrada e a saída do campo dos negócios podem estar relacionadas. A entrada pode ser menos arriscada quando o custo – individual, social, material e imaterial – da empresa for limitado. Portanto, a promoção da pequena empresa deveria não apenas estar voltada para a eliminação das barreiras à entrada, mas também preocupar-se com a maneira de lidar com o grave problema do malogro (SENGENBERGER & PIKE, 1999, p. 133).

A tese de Santos (2008) torna-se relevante à medida que agrega nova investigação, tendo como objetivo principal o desenvolvimento e a validação de uma escala para identificar características ou traços de personalidade empreendedorística através da utilização de um questionário contendo frases (itens), agrupadas em construtos, relacionadas ao empreendedorismo. O segundo objetivo do autor é dispor de um instrumento capaz de mensurar o potencial que uma pessoa possui para tornar-se empreendedor. Como objetivo secundário, viabilizou essa obtenção através de técnicas estatísticas, de construtos ou fatores que apontassem o potencial empreendedor e a definição de parâmetros a partir de características encontradas em empreendedores, que servissem para identificar esse perfil.

Com o intuito de atingir tais objetivos, o autor entrevistou empreendedores, realizou uma extensa pesquisa bibliográfica sobre o que foi produzido mundialmente a respeito do assunto, e a partir daí utilizou construtos semelhantes aos que foram propostos por McClelland e que são usados, adaptados ou não, em diversos países dos cinco continentes. Aplicou um questionário com 57 itens ou frases, destacando dois grupos de empreendedores: aqueles que obtiveram sucesso e aqueles que fracassaram. O ponto de corte foi estabelecido operacionalmente como sendo cinco anos de criação da empresa, por coincidência o mesmo período que o SEBRAE normalmente usa em suas pesquisas. Os empreendedores que superaram os cinco anos com suas empresas em atividade foram considerados bem-sucedidos e aqueles que não conseguiram chegar a esse patamar foram classificados como fracassados.

O autor expõe que, em parte, suas conclusões foram influenciadas por McClelland, que desenvolveu os primeiros estudos empíricos. Entre outras coisas, McClelland estudou histórias infantis em verso e prosa, contos folclóricos e outros veículos de comunicação social para a transmissão inconsciente de valores e aplicou questionários com e sem escalas. Seus estudos permitiram chegar à conclusão de que nas sociedades onde existiu alta necessidade de realização pessoal houve crescimento econômico. Que os níveis resultantes de imagens

apresentaram correlação com um índice de crescimento econômico. E que uma meta-análise realizada por Spangler em 1992 confirmou a validade desse teste para medir a necessidade de realização.

Em 1969 McClelland declarou, em entrevista, à revista Forbes:

> Nós despendemos vinte anos estudando justamente isso - porque um homem de negócios alcança o sucesso e outro não. Vinte anos no laboratório realizando pesquisa muito cuidadosa, e *isolamos a coisa específica. Nós sabemos o tipo exato de motivação que faz um empreendedor ser melhor*. Não necessariamente um melhor dirigente da General Motors; estamos falando acerca do homem que inicia um negócio. A específica característica é a necessidade de realização do indivíduo. Não é necessário, para ser empreendedor, que o indivíduo tenha aberto uma empresa, ou seja dono de uma empresa. Outras pessoas podem também ser empreendedoras. Um empreendedor é alguém que exerce o controle sobre os meios de produção e produz mais do que ele pode consumir e em decorrência vende (ou troca) essa produção objetivando renda pessoal (ou familiar) (HORNADAY & ABOUD, 1971 apud SANTOS 2008, p.57).

Ao todo, Santos (2008) entrevistou 100 empresários. Da avaliação e dos resultados do questionário aplicado a esses empresários, interessa abstrair que foi possível separar os entrevistados em dois grupos distintos, pelas suas características ou aptidões. E que os empresários de sucesso obtiveram, em média, pontuações significativamente mais elevadas do que aqueles que não conseguiram superar a marca dos cinco anos. Essa é talvez a primeira ferramenta produzida no Brasil, já validada e sem restrições quanto ao seu uso, para auxiliar a identificação de potencial empreendedor, seja em estudantes, para o treinamento de empresários, ou para a seleção de candidatos ao ingresso em incubadoras de empresas.

Mintzberg et al. (2000) expõem que na escola cognitiva, uma escola de pensamento em evolução sobre formação de estratégias, uma das principais características da abordagem empreendedora para a geração de estratégias é de que a geração de estratégia é dominada pela busca de novas oportunidades. No entanto, ao orientar-se estrategicamente, o empreendedor precisa escolher uma direção, desenvolvendo uma imagem mental de um futuro estado possível e desejável para a organização. Essa imagem pode ser vaga como um sonho, ou precisa como uma declaração de meta ou visão, articulando uma expectativa de um futuro realista, uma condição melhor do que aquela atualmente existente.

Segundo Fialho et al. (2007), a literatura sobre estratégia é influenciada por diversas abordagens. Porém, as predominantes são as de natureza econômica e as de natureza empreendedora. Sobre estas duas, a econômica ainda predomina e está diretamente relacionada ao negócio e ao ambiente externo da empresa. No entanto, a tendência empreendedora emerge com o reconhecimento da possível importância da influência do

comportamento individual sobre o processo de formação e implantação de estratégias. Dessa forma, o aspecto cognitivo do tomador de decisão se sobressai como um dos fatores ambientais que exercem influência no processo decisório. São os aspectos ligados ao perfil cognitivo que podem, inconscientemente, levar alguns empreendedores a não sentirem a necessidade de implementar procedimentos formais ou convencionais de planejamento. Pleitner (1989) caracteriza esses outros métodos, diferentes das práticas de administração mercadológica, produto da "intuição" e "improvisação", que são singulares e essencialmente pessoais, mas que levaram muitos empreendedores ao sucesso.

Nelson & Winter (1982), em seu estudo denominado "*An evolutionary theory of economic change",* discutem em um de seus capítulos as habilidades dos empresários na tentativa de explicar, não aquelas habilidades desenvolvidas - as chamadas habilidades explícitas - mas as habilidades tácitas, ou seja, aquelas que nem o próprio indivíduo consegue explicar como as adquiriu.

Citam como exemplo o ciclista, o qual não consegue explicar, na linguagem da física, como ele permanece sobre a bicicleta em uma posição vertical. Mas isso não implica que ele geralmente caia. Ou então os motoristas habilitados que no momento da tomada de decisão sobre uma ultrapassagem, consideram fatores totalmente diversos, muitos deles não pertencentes às construções teóricas da própria habilitação.

Partindo desse princípio, a análise volta-se para outro aspecto: a possibilidade de um empresário, com a mesma formação e experiência de outros tantos, habilidosos, obter um melhor resultado em sua tomada de decisões. Essa constatação remete a uma questão fundamental no que diz respeito ao conhecimento necessário a um empreendedor para lançar-se no mercado: a observação de que a decisão de abrir um negócio envolveria o exercício de competências não é totalmente tranquilo quanto ao seu provável sucesso.

A oportuna pesquisa de Santos, os primorosos ensinamentos de McClelland e as observações de Nelson & Winter proporcionam argumento suficiente para o esclarecimento de mais uma discussão, desta vez sem contradição: se por um lado, nem todo indivíduo possui características de empreendedor de sucesso ou tem perfil empreendedorístico, por outro, não é o fato de ele não ter aberto uma empresa que o desqualifica como empreendedor. Pode-se ser empreendedor sem ter empresa, ou ser empresário – ter empresa - sem ser empreendedor. Mas, ao se deparar com pesquisas sugerindo que seriam pelo menos essas características que deveriam conduzir o processo de cadastramento à atividade empreendedora, se começa a perceber – e entender – o porquê de muitas empresas não decolarem em seus negócios.

Silva (2000 apud FIALHO et al. 2007), numa visão mais radical sobre o empreendedorismo, considera que o tema no Brasil, ou é um modismo, ou então uma fraude:

> [...] modismo, porque está assentado em bases empíricas, tomadas de forma apressada e cujos fundamentos são nebulosos e muitas vezes incompreensíveis do ponto de vista da lógica da teoria das organizações; fraude, porque a ciência exige que toda explicação seja feita com base em procedimentos logicamente bem desenhados, capazes de serem compreendidos por qualquer membro da comunidade científica.

Para o autor, a busca incessante por novidades, daquilo que mais vende, daquilo que mais impressiona os olhos e inibe a mente, pode trazer mais malefícios do que benefícios, tornando a pessoa mais próxima do passado do que de qualquer ideia de futuro. A ignorância com relação ao empreendedorismo pode afastá-la ainda mais de seus fundamentos.

Em argumento contrário, Filion (1999) enfatiza que, mesmo existindo uma espécie de euforia em torno do empreendedorismo, não se trata de uma moda, mas de uma evolução e de uma transformação profunda na forma de conceber o ser humano, o qual tirou seus fundamentos do pensamento liberal.

Reportando-se à forma como o empreendedorismo pode ser bom para o desenvolvimento econômico, Acs (2006) defende que a influência positiva só virá do empreendedorismo de oportunidade, aquele em que a necessidade do mercado é identificada e alguém se propõe a explorá-la. Para o autor, o outro tipo de empreendedorismo, o de necessidade (em que alguém abre um negócio porque está desempregado, ou porque se aposentou e quer ocupar o tempo, ou mesmo porque não encontrou outra atividade para realizar), não contribui para o desenvolvimento econômico de nenhuma região. Esse tipo não se enquadra no protótipo do empreendedor schumpeteriano, o qual pressupõe alguém que faça novas combinações e realize mudanças. O argumento de Acs é de que, na relação entre os dois, provavelmente exista uma correlação negativa entre empreendedorismo por necessidade e desenvolvimento econômico em países subdesenvolvidos, onde o nível de renda é baixo, e o inverso em países como os da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OECD.

A posição de Acs (2006), a exemplo de Dolabela (1999), também encaminha para a indicação de que só haverá desenvolvimento econômico decorrente de empreendedorismo se surgirem empreendedores de oportunidade, que promovam a destruição criativa do antigo, criando o novo, como quer Schumpeter.

O que acontece no empreendedorismo por necessidade é apenas uma busca pela sobrevivência, “pois se alguém se torna empresário devido ao fato de que não encontrou outra opção de trabalho, sua ação não provocará mudança tecnológica, embora possa haver crescimento no número de empregos” (ACS & VARGA, 2005, p. 331).

Para Audretsch et al. (2005), nos países onde podem ser observadas altas taxas de crescimento em atividades empreendedoras, também se pode ver crescimento nas taxas de emprego, concluindo-se daí que existe impacto positivo do desemprego no auto-emprego. No entanto, ainda segundo os autores, podem ser encontrados na literatura estudos que mostram algum tipo de relacionamento positivo do desemprego com a geração de novos negócios ou o começo de um auto-emprego, o que eles chamam de "efeito refugiados", enquanto em outros é relatada uma ligação negativa, denominada por eles de "efeito empreendedor".

Aqui no Brasil, fenômeno semelhante já ocorreu. Apesar de se estar utilizando informações sem evidência empírica, pode-se lembrar o que aconteceu com muitas pessoas que deixaram seus empregos em empresas estatais ou mesmo da administração pública direta, por conta do estímulo ao Pedido de Demissão Voluntária (PDV), e com o capital obtido de suas indenizações iniciaram um negócio. Muitos quebraram em pouco tempo. As razões podem ter sido várias: falta de conhecimentos sobre o ramo, carência de competência empreendedora, ou, limitação de mercado.

Audretsch et al. (2005) sugerem, a respeito, que deve ser encorajado o empreendedorismo real, não o de refugiados, produzindo-se então elevados níveis de atividade empreendedora. Nas suas palavras, "indivíduos desempregados podem ter maior chance de escapar ao desemprego se obtiverem uma colocação junto a novos empreendedores (existentes) do que iniciando e mantendo um novo negócio" (AUDRETSCH et al. 2005, p.11). Esse efeito, na concepção dos autores, pode estar também relacionado à baixa qualidade do capital humano desses "refugiados", do que resulta, por decorrência, pouca capacidade para identificar oportunidades, montar redes de relações, obter informações e gerenciar eficazmente um empreendimento.

Mark Casson (1982) critica os economistas clássicos por despersonalizarem a economia, retirando o papel do empreendedor da geração do lucro. Casson sustenta que “o empreendedor está no centro do processo de geração de lucro, por ser ele alguém especializado em tomar decisões de julgamento sobre a coordenação de recursos escassos” (p.23). Segundo o autor, o empreendedor deve, pelo menos temporariamente, monopolizar e proteger a informação,coordenar os recursos e tomar decisões de julgamento que irão definir

o destino do seu negócio. Para isso, o empreendedor tem que ter três atributos: acesso privilegiado à informação, capacidade de julgamento superior da situação e autoconfiança.

Porém, em seu estudo Casson (1982) não define o perfil psicológico do empreendedor, nem informa sobre as origens das emoções que mantêm o empreendedor vivo e ativo. Por outro lado, enriquece seu estudo com os pensamentos que preenchem as emoções ocultas do empreendedor. Os pensamentos do empreendedor, descritos pelo autor, podem ser classificados em três categorias: 1)gravitam em torno da ansiedade por realizar; 2) são atormentados pela desconfiança nos outros; e 3) entram em êxtase, quase secreto, quando uma transação lucrativa é realizada.

Segundo Drucker (1992), os empreendedores inovam. E empreender é a ação que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. Para o autor, no momento em que um país busca contornos para a crise econômica optando pelo combate ao desemprego e pela busca do crescimento sustentável, o estímulo aos empreendedores e às micro e pequenas empresas representa uma alternativa eficaz.

a) Motivações para empreender

Existem dois motivos para uma pessoa empreender: a descoberta de uma nova oportunidade e/ou por necessidade. Estes dois fatores são as principais motivações para um indivíduo iniciar um empreendimento. A diferença entre os dois motivos é que na oportunidade o motivo é a percepção de um novo produto ou serviço, ou a abertura de um novo mercado ou nicho de mercado ainda pouco explorado. E por necessidade é quando o empreendedor não tem alternativa razoável de ocupação e renda (FARREL, 1993).

Uma rica fonte de informações sobre a relação do empreendedorismo com o crescimento econômico são os relatórios do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), como apoio logístico de várias instituições pelo mundo, inclusive do Brasil, em conjunto com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) e o SEBRAE. O GEM foi iniciado em 1998 e seu objetivo, que vem se mantendo ao longo dos anos, é o de cruzar os dados coletados nos vários países onde atua para a realização de análises no que diz respeito à atividade empreendedora e seu papel no crescimento econômico. O modelo conceitual do GEM busca entender como atuam os vários elementos que interferem no processo de geração de desenvolvimento econômico através do empreendedorismo.

A pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship Monitor* –iniciada em 1999 - atingiu em 2008 a nona edição ininterrupta, consolidando-se como um dos mais importantes estudos acerca do empreendedorismo no país. Seus resultados têm repercutido e influenciado na formulação de políticas, programas e ações institucionais que visam apoiar o desenvolvimento da atividade empreendedora nos países. O GEM é o maior projeto de pesquisa sobre a atividade empreendedora, cobrindo mais de 60 países consorciados, com indiscutível representatividade em termos econômicos (aproximadamente 95% do PIB mundial) e demográficos (mais de dois terços da população mundial), sendo coordenado internacionalmente pelas universidades *Babson College*, *Universidad Del Desarrollo e Global Entrepreneurship Research Association.*

Segundo a GEM (2008), em 2003 a taxa de criação de novas empresas por necessidade no Brasil era de 43% contra 57% por oportunidade. Em 2008 a pesquisa mostra um aumento significativo no motivo oportunidade. O Brasil atinge a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade, fato positivo considerado o primeiro degrau de uma longa escalada de desenvolvimento, se considerada a proporção de 6,86 nos Estados Unidos e 8,35 na França (GEM, 2008).

A motivação para iniciar uma atividade empreendedora é um dos temas relevantes para a pesquisa GEM, principalmente para se conhecer melhor a natureza do empreendedorismo em países em desenvolvimento sendo que a taxa por oportunidade reflete o lado positivo da atividade empreendedora nesses países. É importante destacar que a falta de emprego ou de qualificação são os fatores que influenciam o empreendedorismo por necessidade, pois estes têm como única saída a criatividade e a inovação para garantir o seu sustento.

Quando uma pessoa decide abrir um negócio próprio ela pode optar por diversas formas de empreender. A mais importante é de que o negócio próprio exige do empreendedor análise e conhecimento do mercado, estudo de viabilidade do empreendimento, cálculo e pesquisa para compra de equipamentos e utensílios, definição da estrutura organizacional da empresa, bem como o plano de operações e o plano de marketing, ou seja, o empreendedor que quer abrir uma nova empresa teria que se preocupar com todos os detalhes da organização, do desenvolvimento de um plano de negócio, até prever como se dará uma provável expansão das atividades de sua empresa (PEREIRA, 1995).

Adizes (1990), em seu estudo sobre os ciclos de vida das organizações sugere que para a abertura de uma empresa a motivação do fundador deve ir além dos limites estreitos do

lucro imediato. Antes e acima de tudo, tem que ter um compromisso emocional com a ideia e com a funcionalidade dessa ideia no mercado. As ações do fundador devem decorrer dele ter percebido uma necessidade efetiva e essa ideia deve obcecá-lo: ele deve ser incapaz de agir senão para satisfazer essa necessidade e não a sua própria.

Barreto (2006) esclarece que deve ser a busca por objetivos o fator decisivo para a motivação, a qual, por sua vez, conduz o indivíduo a eleger esses mesmos objetivos. Não adianta, contudo, ter objetivos, ter desejos, se não se tem os meios para realizá-los. Porém, os meios podem ser criados; e o são justamente para respaldar os objetivos. Assim, os objetivos são a força que impelem à ação. O problema é que, muitas vezes, a organização criada não é o objetivo; é o meio.

Para Filion (1999), o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. É aquele que conclui as suas ideias e as transforma em realizações financeiras, tornando possível o aumento das resoluções de problemas do cotidiano com a criação de novos produtos ou serviços. O autor estabelece um modelo com quatro fatores fundamentais para que uma ação seja empreendedora: visão, energia, liderança e relações, visando à formação do profissional empreendedor. Destaca como a principal característica as relações, das quais, segundo o autor, se obtém os conhecimentos fundamentais dentro de uma estrutura de mercado: as informações necessárias para a tomada de decisões e o conhecimento da realidade do mercado.

Em concordância às afirmações de Filion, Dolabela acrescenta que os empreendedores devem ser o ponto de partida dos pesquisadores para o estudo das condições que levam o empreendedor ao sucesso. “A partir das experiências vividas pelos empreendedores de sucesso, é possível traçar o perfil e o comportamento dessas pessoas, para repassar os conhecimentos destas características aos iniciantes ou interessados nesta área” (DOLABELA, 1999, p.55).

“O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados” (DORNELAS 2001, p. 37). É alguém que toma a iniciativa de uma maneira nova ou para reorganizar recursos de maneira a gerar uma organização, relativamente independente, cujo sucesso é incerto. O empreendedorismo requer ousadia e o empreendedor revolucionário é aquele que cria novos mercados, algo novo. No entanto, conforme frisado, a maioria dos empreendedores cria negócios em mercados já existentes, não sendo bem-sucedidos por isso (DORNELAS, 2001).

O autor, em seu estudo sobre empreendedorismo, mesmo adotando uma posição de defensor da ideia de que hoje em dia o discurso é outro e o processo empreendedor possa ser ensinado e entendido por qualquer pessoa, deixa evidências de qual seria o discurso anterior, seu ou não. E acaba revelando algo que pode indicar que o assunto não está totalmente superado ao declarar: "Os empreendedores inatos continuam existindo, e continuam sendo referências de sucesso, mas muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras" (DORNELAS, 2001, p.38).

b) O perfil do empreendedor brasileiro

Em qualquer definição de empreendedorismo encontra-se pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor (DORNELAS, 2001, p.37-38):

- Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive;
- Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

De acordo com o relatório executivo de 2008 do *Global Entrepreneurship Monitor*-GEM, o Brasil aparece em décimo terceiro lugar entre os países que possuem a maior relação entre o número de habitantes adultos que começam um novo negócio e o total da população: 12,02 novos empreendedores para cada 100 adultos entre 18 e 64 anos de idade. A Argentina e o México são os maiores com taxas de 16,54 e 13,09 respectivamente. Os países que possuem a menor relação são a Rússia e a Alemanha, com taxas de 3,49 e 3,77, respectivamente (GEM, 2008). O Brasil lidera o ranking de 31 países quando o assunto é criação de empresas com o objetivo de sobrevivência e sustento familiar. Isso mostra que apesar de ocorrer de forma tão desorganizada, o empreendedorismo no Brasil exerce papel fundamental na economia, merecendo o tema um estudo mais aprofundado.

Ainda segundo o relatório GEM (2008), a preocupação com a formação empreendedora é tema prioritário em todas as universidades importantes do mundo. No Brasil, um grande número de educadores reconhece que o atual sistema de ensino enfatiza a aquisição do conhecimento e não se preocupa com o desenvolvimento de habilidades específicas para o uso produtivo desse conhecimento.

Pelo que se tem conhecimento, as metodologias tradicionais de ensino não enfocam o desenvolvimento da cultura empreendedora. A formação empreendedora exige uma nova

prática pedagógica. Evita-se intencionalmente a palavra ensino, porque ainda não existe resposta científica sobre a possibilidade de se ensinar alguém a ser empreendedor. Sabe-se, contudo, que é possível aprender a ser empreendedor (DRUCKER, 1998).

Corroborando com as contribuições de Drucker, Dolabella (1999, p. 12), salienta que para aprender a empreender faz-se necessário um comportamento pró-ativo do indivíduo, o qual deve "desejar aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção".

Apesar do pouco tempo, o Brasil apresentou ações visando desenvolver programas de ensino de empreendedorismo e potencializar o país perante o mundo neste milênio. Dornelas (2001, p. 25 e 26) cita alguns exemplos:

> 1 - Os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço), que apóiam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software *(start-ups).*
>
> 2 - Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE. E ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de 1 milhão de empreendedores em todo país e destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de oito bilhões de reais.
>
> 3 - Diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia de todo o país. Destaca-se também o programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras.
>
> 4 - A recente explosão do movimento de criação de empresas de Internet no país, motivando o surgimento de entidades com o Instituto e-cobra, de apoio aos empreendedores das ponto.com (empresas baseadas em Internet), com cursos, palestras e até prêmios aos melhores planos de negócios de empresas *Start-ups* de Internet, desenvolvidos por jovens empreendedores.
>
> 5 - Finalmente, mas não menos importante, o enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil. Dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) mostram que em 2000, já havia mais de 135 incubadoras de empresas no país, sem considerar as incubadoras de empresas de Internet, totalizando mais de 1.100 empresas incubadoras, que geram mais de 5.200 empregos diretos.

Alessandro Teixeira, presidente da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – APEX, em entrevista à revista Amanhã[4], diz que para o Brasil, em primeiro lugar, é preciso uma política de empreendedorismo. E relata:

[4] Revista Amanhã: gestão – economia – negócios. Nº 265, Junho de 2010, p.12-16.

> Eu já ouvi várias vezes as pessoas falarem que temos muitos empreendedores no Brasil. Errado. O Brasil está cheio de gente que "pretende" empreender. É uma diferença muito grande. O Brasil não forma empreendedores. Faltam ações de capacitação. E não é na empresa que esta capacitação será dada. Não se pode pegar um pequeno empresário depois que ele abriu seu negócio, ou depois que o negócio ficou ruim, e treiná-lo. Uma política séria de empreendedorismo deve ser implementada já na escola, na universidade. Deve estar voltada para a formação. Alguns países fazem isso muito bem (p.14).

Para Teixeira, a universidade deve ir além da formação acadêmica e profissional e preparar o aluno para ser um empreendedor, mostrar a ele a importância do mercado interno e do mercado externo, o valor de um processo de inovação. O segundo ponto é que o Brasil precisa ter uma política de capacitação de empresas. Necessita-se de políticas que incentivem as empresas a passar por esse processo de capacitação, desenvolver essas competências. Hoje não há no país um projeto de capacitação de empresas estruturado.

> Quais são as estruturas que fazem o trabalho de capacitação de empresas no país atualmente? Muito poucas. Quase ninguém. Estou falando até do Sebrae. Não se trata de capacitar o gestor. Há uma confusão entre capacitar a empresa e capacitar o gestor. A empresa não é o gestor. São estruturas. Há memórias e procedimentos. E nós ainda não passamos da fase de capacitar o gestor para a fase de capacitar as empresas (p.14).

De acordo com o SEBRAE (2007), os empresários, de ambos os sexos, apresentam idade média de 38 anos, 80% deles com curso superior completo ou incompleto, 51% com experiência anterior em empresa privada, 60% com algum conhecimento do ramo de negócio, ou seja, estão mais bem preparados para enfrentar os desafios do mercado.

Não obstante terem, a maioria dos empresários que se lançam no mercado, um bom nível de escolaridade, o que chama a atenção, como pode ser observado na Figura 5, é que, em média, o nível de escolaridade dos empresários que fracassaram é melhor do que daqueles que prosperaram e isso remete a uma argumentação decisiva sobre nova discussão que se estabelece, agora especificamente sobre os motivos pelos quais a maioria das pequenas empresas não prospera. Pode-se ainda não ter a noção exata de toda a extensão do problema, mas aqui morre a discussão, pelo menos enquanto persistir esse quadro, sobre um desses supostos motivos, o qual pressupõe que uma das principais dificuldades em administrar uma empresa estaria associada ao nível de formação escolar de seus proprietários. A verdade foi estabelecida pelo próprio SEBRAE: este não é um dos principais motivos e talvez nem motivo seja.

%	2000/2002	2003	2004	2005
GÊNERO				
Masculino	62 63	65 67	64 58	64 61
Feminino	38 37	35 33	36 42	36 39
MÉDIA DA IDADE	-	39,67 anos 39,64 anos	38,84 anos 39,79 anos	37,97 anos 39,06 anos
ESCOLARIDADE				
Até a 4ª série do ens. fund. incompleto	3 5	3 4	2 4	2 1
Até 8ª série do ens. fund. incompleto	7 6	10 13	9 10	8 9
Ensino médio incompleto	14 12	13 10	10 10	10 8
Superior incompleto	46 46	50 52	50 51	49 52
Superior completo	29 29	24 20	29 25	30 30
BASE EMPRESAS ATIVAS	-	902	1.052	6.726
BASE EMPRESAS EXTINTAS	-	180	127	446

Figura 5 – Perfil dos micro e pequenos empresários brasileiros
Fonte: SEBRAE (2007)

c) Outras contribuições ao tema ‘empreendedorismo’

Na mesma linha de Cantillon, Say e Schumpeter, quanto à origem de seu pensamento, Bertero (2006) traz algumas contribuições de Peter Drucker, a partir de suas observações pessoais. Diz que no campo da gestão, sua contribuição foi grande pela quantidade de livros que escreveu e artigos que publicou. Foi considerado um dos mais destacados pensadores nesse campo e mesmo próximo da morte e com idade avançada, ainda continuava a tornar públicas suas ideias inovadoras. Apesar de que, no campo do empreendedorismo, bem como nos demais campos onde deixou sua contribuição, ele não tenha realizado pesquisa empírica, pelo menos isso não transparece no seu livro *Inovação e Espírito Empreendedor*, na sua tradução brasileira.

Segundo Katz (2003 apud SANTOS 2008), esse livro, que teve sua primeira publicação nos Estados Unidos no ano de 1985, foi o responsável não só pelo processo de legitimização do estudo do empreendedorismo nos corpos docentes das escolas americanas que se destacavam no ensino dos negócios, como também pelo aumento do interesse pelo assunto entre os ex-graduados por essas escolas.

Mesmo sendo visto com reservas nos círculos acadêmicos, possivelmente até por conta de ciúmes, em decorrência de sua grande influência entre os Administradores

profissionais e criticado porque seus textos careciam de embasamento científico e conceitual, Drucker inegavelmente também influenciou o estudo do empreendedorismo e de outras áreas no campo do conhecimento administrativo (BERTERO, 2006).

Drucker (1993) apresenta o empreendedorismo como uma prática e uma disciplina, fazendo entender que "empreendedorismo" não é uma maneira de ser, da mesma forma como não se limita à elaboração de planos de negócios que nem sempre são viabilizados, e sim pelo início da ação de fato, representado pela abertura de um novo negócio ou nova organização.

Segundo Leite (2000, p.112), "a inovação é um dos principais instrumentos na luta pela sobrevivência no mundo empresarial". Como Schumpeter, ele alega que é ao realizar algo novo que se manifesta a principal característica do comportamento do empreendedor, que é ser inovador.

Para Drucker (1993), empreendedor é quem cria novos mercados e novos consumidores, isto através da geração de novas satisfações para o consumidor. Sob essa ótica, quem apenas abriu um novo negócio, se não atendeu ditas condições, não pode ser considerado como tal. Para alguém ser empreendedor, tem que possuir características especiais, criar algo novo, diferente, mudando ou transformando os valores existentes; e isso está relacionado a inovação e gestão.

Em decorrência desse posicionamento, ele então afirma que empreendedores inovam. E que inovação é o instrumento específico do empreendedorismo. É o ato que dota os recursos com uma nova capacidade para criar riqueza. Inovação, portanto, cria um recurso. "Não há algo como um'recurso' até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e a dote com valor econômico" (DRUCKER, 1993, p. 30). A inovação, segundo o autor, pode ser uma mudança provocada pelo homem, no potencial de se produzir riquezas com os recursos de que ele dispõe. Como a inovação é parte do processo empreendedor, ele afirma ser necessário, para quem quer empreender, antes de qualquer coisa, aprender como praticar a inovação de forma sistemática.

Na concepção de Drucker (1993), consoante a proposições de alguns autores, o indivíduo empreendedor é alguém que sente necessidade de criar novos produtos e serviços para atender as demandas da sociedade, ou inovar melhorando o que já existe. Conforme o autor, para executar essas ações é necessário ser proativo (ter visões e antecipar o futuro) e estar decidido a agir da forma que julgue adequada para iniciar a atividade a que se propõe, ou seja, empreender.

d) Empreendedorismo e desenvolvimento regional

Segundo Reynolds (1997 apud SANTOS 2008, p. 68) “todos os anos em economias de mercado milhões de novas empresas são abertas em todo o mundo. E existe uma forte suspeita de que aqueles que estão começando novas empresas são indivíduos com características iguais ou em situações distintivas”. Esses indivíduos, os empreendedores, dependendo da motivação pela qual se viram impelidos ao empreendedorismo, podem ser os responsáveis pela aceleração ou estagnação do desenvolvimento da região onde atuam.

Para Lezana (1995), é através da promoção, principalmente de pequenas empresas, que se consegue fazer desenvolvimento regional, tendo-se como parceiros o governo, através de sua administração direta e indireta, e as organizações ligadas à iniciativa privada. Com a diminuição da oferta de trabalho no campo, por conta do uso de mais tecnologia, tem aumentado o êxodo rural e crescido o setor não-agrário informal nas cidades. E por falta de alternativas de emprego na cidade, muitas pessoas buscam o micro-empreendedorismo como uma forma de auto-emprego. O Brasil, segundo dados do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD-2004 está emparelhado com a Tailândia e a Turquia em percentual de trabalhadores informais não agrários, superando México, Portugal e Chile, só ficando atrás de países ou regiões com maior tradição de problemas nessa área. Para o PNUD-2004, o desafio é transformar os micro-empreendedores informais que estão nessa multidão em empreendedores formalizados e tornar o empreendedorismo um propulsor de desenvolvimento e riqueza.

A OECD (1998) entende que o empreendedorismo desempenha um papel de fundamental importância para que haja um bom funcionamento das economias de mercado, pois os empreendedores atuam nesse ambiente provocando mudanças e crescimento, ao mesmo tempo em que aportam e disseminam ideias inovadoras, expandindo, a partir daí, a atividade econômica. Esse papel desempenhado pelos empreendedores é importante porque eles são capazes de identificar oportunidades e assumir os riscos de viabilizar esse aproveitamento. Por conta disso existe uma decorrência importante para o país que tem grande número de empreendedores: é a geração ininterrupta de novos bens e serviços, bem como a melhoria e o constante aperfeiçoamento dos já existentes.

Empreendedorismo é também uma forma de gerar empregos e diminuir a pobreza e dessa forma pode ser vantajoso para áreas em declínio ou subdesenvolvidas. Como o auto-

emprego é decorrente de uma série de fatores, não é possível ser usado isoladamente como um indicador do grau de empreendedorismo. Deve-se levar em conta o local ou fatores localizados como instituições financeiras, redes locais etc.(OECD, 1998).

Usando dados sobre a economia americana, obtidos no *U. S. Census Bureau* referentes aos anos 91 a 96 e abrangendo 394 áreas de mercado e 6 setores industriais, Acs & Armington (2002) verificaram a existência de forte associação entre altas taxas de atividade empreendedora e acelerado crescimento de economias locais.

Nas palavras de Baptista, Escária e Madruga (2005), a formação de novos negócios contribui para o crescimento econômico, não apenas através da criação direta dos empregos gerados pelas empresas nascentes, mas também por trazer melhorias para a competitividade regional. Apesar das discordâncias que ocasionalmente ocorrem entre economistas e acadêmicos quanto à melhor linha de análise, depreende-se que há consenso de que o empreendedorismo gera desenvolvimento econômico e que é necessário incrementar ações que melhor identifiquem, motivem e dêem condições de atuação a esse agente do crescimento e do desenvolvimento.

e) Características associadas ao empreendedor

Uma questão que tem atravessado os anos gira em torno de se estabelecer quais são os elementos que caracterizam alguém que possa ser considerado empreendedor. Identificar os componentes da personalidade do empreendedor que influenciam o sucesso do seu negócio também tem atraído por décadas a atenção de pesquisadores. Para Lezana & Tonelli (2004), existirá sempre, em um novo negócio, a influência da personalidade do empreendedor, sendo que isso poderá ser visto nos seus primeiros momentos. Como eles alertam, o empreendedor é um ser humano e seu comportamento obedecerá necessariamente o processo comportamental.

> O que o torna diferente são as características peculiares da sua personalidade, além do fato de ter à sua disposição uma empresa (ou futura empresa) a ser usada para satisfazer as suas necessidades, como qualquer outro instrumento (LEZANA & TONELLI, 2004, p. 40).

Para Lezana & Lanza (1996), dois elementos ligados ao empreendedor determinam o êxito ou o fracasso do seu negócio: a personalidade e a motivação. Em função disso, o seu comportamento é influenciado por elementos que definem os rumos e resultados futuros. Os

autores visualizam aí uma outra questão: o empreendedor nasce ou é produto do meio? Suas características são genéticas ou adquiridas? Essa questão tem ensejado inúmeros debates e trazido diversas contribuições de pesquisadores que atuam em várias partes do mundo. É possível ou provável que um empreendedor seja o somatório de características inatas e adquiridas e faça parte de um grupo de pessoas que, em maior ou menor grau entre elas, seja diferente do resto da população. É essa dúvida que tem levado pesquisadores a tentar descobrir quais fatores estão associadas ao êxito empresarial. Lezana & Tonelli (2004) classificam esses fatores como características do empreendedor e dizem que eles atuam interferindo de forma direta na criação do futuro das empresas. As habilidades de que dispõe o empreendedor, suas necessidades, o seu conhecimento e os valores a que se apega, segundo eles, são as características mais importantes, sendo que esses fatores ou características se inter-relacionam, agindo de forma a se influenciarem mutuamente.

Outro fator que desempenha papel importante na vida do empreendedor são os valores. De acordo com Timmons (1999), é possível encontrar comportamentos nos empreendedores que refletem seus valores pessoais e éticos cujas origens estejam no seu passado, tendo sido desenvolvidos a partir da sua infância e se incorporado a eles. A cultura de um grupo também exerce influência sobre o indivíduo empreendedor, pois ela ajuda a forjar a sua escala de valores. Para Lezana & Tonelli (2004), valores são elementos componentes das características do empreendedor. Weber (2001) já identificara que dentro da própria cultura ocidental judaico-cristã, a forma como o espírito do capitalismo se manifestou no passado foi diferenciada nas áreas de influência do catolicismo e do protestantismo.

No interstício de tempo desde Cantillon em 1755 até os dias de hoje, é possível se observar que risco e inovação são termos que não deixam de ser citados. Essas duas palavras correspondem a características importantes no empreendedor e na própria essência do capitalismo, que busca incessantemente novos mercados e por consequência necessita de coisas novas a serem oferecidas ao consumidor. Por outro lado, observa-se uma miscelânea de características apresentadas pelos diversos autores que aparecem na compilação. Pela quantidade de características apresentadas é de se supor que elas não sejam universais. Podem estar presentes em alguns empreendedores e ausentes em outros. Como alguns autores apontaram características empreendedoras pela simples observação de pessoas em vez da coleta sistemática de dados e seu posterior processamento para a obtenção de informação, suas conclusões não podem ser estendidas para a população de empreendedores como um todo (SANTOS, 2008).

Ressalte-se que o autor fez acréscimos aos estudos precedentes com o intuito de atualizar as informações, podendo-se concluir que há cada vez mais a incidência de estudos empíricos que dizem respeito ao empreendedorismo.

Um fato observado por Raush & Frese (2000) é a profusão das chamadas características empreendedoras. Essa profusão de características e caminhos tem criado dificuldades na comparação entre diversos estudos, através de meta-análise, devido ao fato de que os pesquisadores usam operacionalizações, as mais variadas, tanto de variáveis dependentes quanto independentes, provocando a possibilidade de se comparar coisas díspares ao se confrontar os resultados desses estudos.

Entretanto, essas dificuldades não impedem a continuidade da busca pelas razões que melhor contribuem para despertar o desejo de empreender, abertura de um negócio e seu posterior sucesso, pois o relacionamento entre o empreendedor, características de personalidade, valores e outras dimensões, ajudam a explicar por que alguns se tornam empreendedores e outros não (GOUTARBES, 2006 apud SANTOS, 2008).

Três características têm aparecido repetidamente em inúmeros estudos sobre diferenças entre empreendedores e não-empreendedores. Essas três características que segundo Rausch & Frese (2000) têm se destacado nos estudos sobre empreendedorismo e que abordam traços de personalidade, são: necessidade de realização, *lócus* de controle interno e propensão a lidar com riscos. Elementos dessas três características podem ser encontrados nas competências empreendedoras pessoais que o EMPRETEC procura reforçar através dos seus *workshops*. Esses *workshops*, ao tratar de capacitação empreendedorial, buscam despertar os seus participantes para o reforçamento de competências empreendedoras.

Os resultados de uma pesquisa que durou vários anos e abrangeu países de três continentes, sugeriram a existência de várias características associadas ao êxito empreendedor concentradas em três grupos. Esses três grupos são: “realização, planejamento e poder”. A distribuição das características por grupo segue a seguinte ordem: realização (busca de oportunidade e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados, persistência e comprometimento); planejamento (estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático); poder (persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança) (SEBRAE-ES, 2005, p. 9-11).

Com base em uma pesquisa publicada por Amar Bhide (2002), os empreendedores não se lançam normalmente no mercado, e nem deveriam, sem uma ideia de mérito. O

empreendedor já deveria estar familiarizado, de saída, com os fatos necessários para isso. As evidências sugerem que novos empreendimentos são normalmente iniciados para resolver problemas com os quais seus fundadores lidaram pessoalmente, quer como clientes ou como empregados.

A Figura 06 mostra de onde os empreendedores tiram suas ideias para constituírem suas empresas.

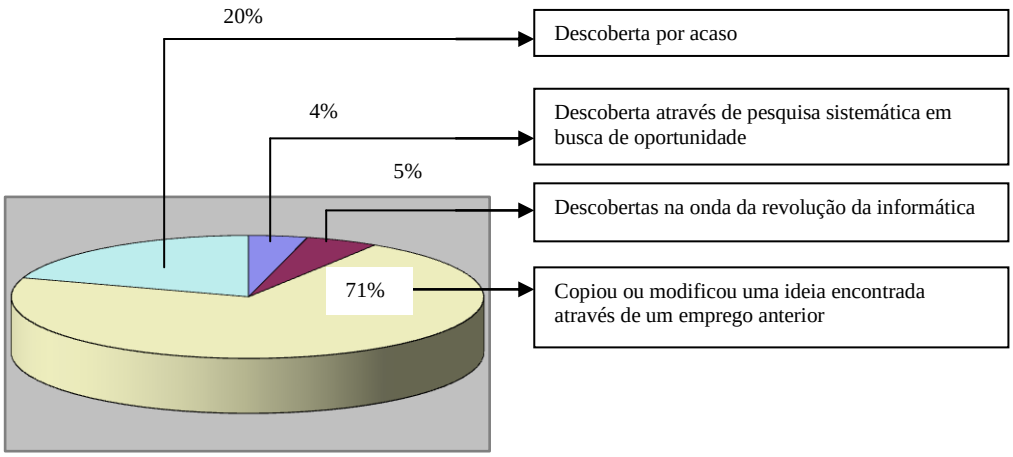


Figura 06 – De onde os empresários tiram suas ideias
Fonte: Adaptado de Bhide. In: Harvard Business Review (2002, p.64)

O autor complementa dizendo que:

> A sobrevivência com lucro requer uma vantagem a mais. E que seja derivada de alguma combinação de ideias criativas com uma capacidade superior de execução. "Empreendimentos que obviamente não têm uma ideia criativa ou nenhuma capacidade especial de execução, podem ser descartados sem pensar muito. Em outros casos, os empreendedores devem refletir sobre a adequação de suas ideias à sua capacidade de executá-las." (AMAR BHIDE, In: HARVARD BUSINESS REVIEW, 2002, p.65).

Na mesma linha de argumentação de Bhide, Morris (1991) traz outras contribuições que se não são muito precisas em números, podem explicar algumas situações. Argumenta o autor que, hoje em dia, resumidamente, quatro em cada cinco negócios recém-montados fracassa em menos de cinco anos. E conclui:

> O maior problema é que, entre eles, quase todos poderiam ter sido salvos se houvesse uma preparação adequada, planejamento antecipado, um pouco mais de conhecimento e um pouco menos de fantasia. Se seus fundadores tivessem aplicado a teoria disponível, a maioria estaria ainda em atividade (MORRIS, 1991, prefácio).

Morris (1991, p. 1) alerta ainda: “antes de abrir uma empresa, pense um pouco sobre as exigências que ela fará a você e às pessoas que o cercam; [...] um homem de negócios precisa de ‘certas’ qualidades pessoais”.

Chér (2008), em seus cursos ministrados sobre empreendedorismo, percebeu que 90% dos participantes que planejavam empreender algum dia não faziam a menor ideia do tipo de negócio que iriam escolher e se questionava: “Como alguém pode desejar empreender abstratamente em algum negócio? O desejo de empreender não estaria necessariamente ligado a uma oportunidade específica? Não precisaria ter um ramo de negócio concretamente em vista?”

Chér (2008, p. 37) se manifesta a respeito com uma explicação e um alerta:

> Existem duas formas de encarar essa questão. A primeira é negativa e está associada à ilusão do futuro empreendedor do tipo “quero ter liberdade”, “quero ser dono do meu próprio nariz”, “não quero ter patrão”, etc. Esses empreendedores descobrem depois que terão uma jornada hercúlea de trabalho sem férias, décimo terceiro salário ou descanso remunerado. Viverão uma sensação quase bizarra: quando tiverem clientes, morrerão de saudade do antigo chefe.

Para o autor, existem outras motivações para empreender, ainda que não se tenha uma ideia prévia do tipo de negócio a ser aberto. Uma delas está realmente ligada à necessidade de realização pessoal. Para outros empreendedores, o desejo é o de marcar suas biografias com realizações das quais se orgulhem, e esses poderão obter algumas vantagens sobre os demais pelo diferencial de uma motivação a mais.

Bernardi (2008) expõe que as estatísticas dos últimos estudos têm demonstrado que boa parte (71%) das empresas abertas em São Paulo não chega ao quinto ano de existência. Entre os grandes erros avaliados pelos próprios empresários, encontram-se: amadorismo no início, diversificações excessivas, más contratações, concentração em poucos clientes e contratos maiores do que as possibilidades da empresa. O autor salienta ainda que são as necessidades não atendidas, as demandas prováveis, atuais e futuras, que devem definir a ideia do empreendimento e que essa ideia surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo.

Duas valiosas contribuições de Chiavenato (2006) merecem destaque por se situarem próximas ao fio condutor deste estudo à medida que sugerem ações preliminares à abertura da empresa.

> [1] Se você deseja abrir seu próprio negócio, instalar sua própria empresa, empreender uma firma, ganhar autonomia e independência financeira [...] nós lhe desejamos boa sorte. Mas a sorte - embora necessária – não é suficiente para você se sair bem nessa longa empreitada. É preciso que você tenha informações seguras e confiáveis para ser bem sucedido. Esta talvez seja a sua principal arma, a sua vantagem competitiva preliminar: saber exatamente o que fazer, quando, quanto, como e onde. O conhecimento, nesse caso, é o seu principal recurso inicial e a garantia do seu futuro sucesso. Boa parte das empresas jovens não deu certo por causa da desinformação. A mortalidade prematura de nossas empresas é elevadíssima. Muita gente de talento e competência técnica soçobrou pela insuficiência de informações sobre o negócio a que se tinha proposto com tanto afinco e perseverança (CHIAVENATO, 2006, prefácio X).

> [2] O que pode tornar você bem sucedido em um negócio é a conjunção de duas coisas: o negócio oportuno e apropriado e o espírito empreendedor bem dotado que o leva adiante. Trata-se de um casamento entre a oportunidade e o oportunista que pretende aproveitá-la. Saiba engatar o seu vagão em uma boa locomotiva, ou seja, saiba escolher a oportunidade adequada (CHIAVENATO, 2006, p.16).

Tratando da questão: “você vai tocar seu próprio negócio?”, Chiavenato (2006) alerta ainda que a resposta somente poderá ser positiva se a decisão for muito clara. Nos novos negócios, a mortalidade prematura é muito elevada, pois os riscos são inúmeros e perigos não faltam. Fazendo uma engenharia inversa, o autor é extremamente feliz em sugerir que o primeiro passo seria saber quais foram as prováveis causas de insucesso em novos negócios, para que se possa evitá-las ou neutralizá-las a fim de impedir que venham replicar prejuízos no futuro. E classifica como o maior e mais comum perigo nos novos negócios a falta de condições de saber identificar adequadamente qual será o novo negócio.

1.4 Sustentabilidade econômica e a pequena empresa

Sustentabilidade é, segundo o Portal da Sustentabilidade (2010), um conceito sistêmico, relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana. Propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e a atividade humana de tal forma que a sociedade, os seus membros e as suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior potencial no presente e ao mesmo tempo preservar a biodiversidade e os ecossistemas naturais, planejando e agindo de forma a atingir pró-eficiência na manutenção indefinida desses ideais. A sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro.

Acselrad (2001) discorre sobre o tema por perceber a existência de diversos discursos em disputa e vendo abrir-se uma luta simbólica pelo reconhecimento da autoridade para falar

em sustentabilidade. O autor relata que diversas matrizes discursivas têm sido associadas à noção de sustentabilidade desde que o Relatório Brundtland a lançou no debate público internacional em 1987. Dentre elas, pode-se destacar a matriz da eficiência, que pretende combater o desperdício da base material do desenvolvimento, estendendo a racionalidade econômica ao espaço não-mercantil planetário; da escala, que propugna um limite quantitativo ao crescimento econômico e à pressão que ele exerce sobre os recursos ambientais; da equidade, que articula analiticamente princípios de justiça e ecologia; da auto-suficiência, que prega a desvinculação de economias nacionais e sociedades tradicionais dos fluxos do mercado mundial como estratégia apropriada a assegurar a capacidade de auto-regulação comunitária das condições de reprodução da base material do desenvolvimento; da ética, que inscreve a apropriação social do mundo material em um debate sobre os valores de bem e de mal, evidenciando as interações da base material do desenvolvimento com as condições de continuidade da vida no planeta.

Então, sobre sustentabilidade o autor conclui:

> O que prevalece são expressões interrogativas recorrentes, nas quais a sustentabilidade é vista como um "princípio em evolução", "um conceito finito", "que poucos sabem o que é", e "que requer muita pesquisa adicional". Manifestações de um positivismo frustrado: o desenvolvimento sustentável seria um dado objetivo que, no entanto, não se conseguiu apreender. [...] Pois a sustentabilidade é uma noção a que se pode recorrer para tornar objetivas diferentes representações e ideias (ACSELRAD, 2001, p.28).

Sem expressar resistência, o autor corrobora com a ideia de que "é sustentável hoje aquele conjunto de práticas portadoras de sustentabilidade no futuro". Mas faz considerações úteis ao entendimento desse planejamento, o qual ele chamou de "política do futuro", sobre a qual a experiência histórica registra exemplos no mínimo discutíveis: "é preciso crescer para depois distribuir, estabilizar a economia para depois crescer, sacrificar o presente para conquistar o futuro" (p.30). Segundo o autor, os riscos são ainda maiores quando se sabe que os que ocupam posições dominantes no espaço social também estão em posições dominantes no campo da produção das representações e ideias. Se o Estado e o empresariado – forças hegemônicas no projeto desenvolvimentista – incorporam a crítica à insustentabilidade do modelo de desenvolvimento, passam a ocupar também posição privilegiada para dar conteúdo à própria noção de sustentabilidade.

Por último, o autor esclarece que a suposta imprecisão do conceito de sustentabilidade sugere que não há ainda hegemonia estabelecida entre os diferentes discursos, mas reconhece

que quem melhor se apropriou da noção até aqui, sem dúvida, foi o discurso econômico, pretendendo inclusive a preexistência da mesma na teoria do capital e da renda de Hicks.

No entendimento de Fialho et al. (2007, p.151), a expressão "sustentável" associa-se ao novo paradigma tecnocientífico do desenvolvimento e expressa a ideia daquilo que tem continuidade ao longo do tempo. Implica a noção de perenidade, algo que não se esgota, admitindo-se que aquilo que atualmente existe possa garantir-se no futuro. Uma das dimensões da sustentabilidade trata justamente da sustentabilidade econômica, tendo presente que ela própria, nos moldes do desenvolvimento apregoado atualmente, não encontra sustentação por si só. É interagindo com as demais dimensões (social, ecológica, espacial, cultural e temporal) que se situa a dimensão econômica, a qual se torna possível através da alocação e do gerenciamento mais eficiente dos recursos e de um fluxo constante de investimentos públicos e privados de origem endógena. Tem como premissa empresarial que: "o negócio tem que ser lucrativo para proporcionar reinvestimento".

> As teorias do desenvolvimento endógeno e os estudos sobre o papel dos pequenos empreendimentos na impulsão do desenvolvimento econômico levam-nos a inferir que o apoio à sustentabilidade econômica dessas empresas é uma parte essencial de qualquer política regional de desenvolvimento baseado na mobilização de recursos locais (OLIVEIRA, 2009, p.24).

Em sustentabilidade econômica supõe-se que estejam compreendidos todos os temas diretamente relacionados à sobrevivência das organizações de um modo geral, quais sejam: estratégia, competitividade, cooperação, entre outros. Convém destacar que o assunto é muito mais relevante para as micro e pequenas empresas objeto deste estudo, visto serem as economias mais vulneráveis às transformações do mercado, o qual também deve ser analisado pelos diversos ângulos a partir de visões econômicas distintas.

Por sustentabilidade econômica também entende-se a capacidade de sobrevivência das empresas em um ambiente competitivo, marcado por descontinuidades tecnológicas, frequentes inovações gerenciais e comerciais, crescente integração dos mercados e mudanças continuadas nos padrões de exigência dos consumidores (OLIVEIRA, 2009).

a) Estratégia

Há uma linha muito tênue que separa a estratégia da competitividade. Por isso são elementos de um mesmo capítulo. Inclusive Porter (1999), quando define estratégia, apresenta

suas preocupações com a competitividade, mesmo contando com o bom posicionamento da organização, já que os concorrentes podem copiar qualquer posição de mercado, tornando a vantagem competitiva uma situação temporária. Este tipo de crença acaba levando um número crescente de empresas a trilhar os rumos de uma competição mutuamente destrutiva, igualando as estratégias da empresa à abordagem clássica da teoria dos jogos, de resultado ganha-perde.

Segundo Day & Reibstein (1999), a estratégia é algo complexo e seu impacto é determinado não apenas pela ação inicial da empresa, mas também pela interação da estratégia com concorrentes, clientes e outros protagonistas do ambiente competitivo.

Mesmo sabendo que nem todos os estudiosos do assunto simpatizam com a correlação da sobrevivência das empresas aos ciclos de vida da natureza, é válida a busca nessa área à medida que não se pode desvincular o homem de sua característica primitiva, ainda não totalmente dominada (instinto), qual seja a de que o ser humano é apenas mais um ser na natureza e, se ele não souber se permitir renovar completar-se-á seu ciclo, assim como qualquer outro ser vivo. Se na empresa essa analogia funcionar para a conscientização sobre a necessidade dessa renovação ou transformação, então sim pode surtir efeito a estratégia.

Uma dessas boas referências, em termos de estratégia de sobrevivência, pode ser associada aos trabalhos de Henderson (1998), que apresenta à estratégia o Princípio de Gause da Exclusão Competitiva, com base nas ideias do ‘pai da biologia matemática’, o professor Gause da Universidade de Moscou, que em 1934 publicou os resultados de um conjunto de experiências com colônias de protozoários do mesmo gênero em um frasco com uma quantidade adequada de nutrientes. Gause observou que, se os animais fossem de espécies diferentes, conseguiam sobreviver e continuavam vivos em conjunto. Porém, se fossem da mesma espécie, não conseguiam.

Henderson (1998, p. 4), correlaciona então que:

> [...] as competições biológica e comercial seguiriam o mesmo modelo de mudanças evolutivas graduais, se não fosse por uma diferença. Os estrategistas de negócios podem usar a imaginação e a capacidade de raciocínio lógico para acelerar os efeitos da competição e a velocidade das mudanças.

Conclui o autor que cada competidor precisa ser diferente o suficiente para possuir uma vantagem única. A existência de muitos competidores é uma demonstração de que as vantagens de cada um sobre os demais são mutuamente exclusivas.

Tavares & Amaral (2003) esclarecem que os fatores competitivos podem ser utilizados pelas empresas de formas diferentes, seja na diferenciação de preço, funções, utilização do tempo ou até localização, ou ainda nenhum destes itens, apenas a percepção do cliente. Com uma vasta possibilidade de combinações destas alternativas, sempre existirão possibilidades de coexistência competitiva, bem como muitas chances de se ampliar o escopo da vantagem, mudando aquilo que diferencia os rivais. Para os autores, as empresas que ficam podem ser caracterizadas como aquelas que utilizam a estratégia com mais sabedoria que seus concorrentes.

Não se pode neste momento deixar de referenciar uma das melhores correlações entre o ciclo empresarial e o ciclo dos seres vivos, a partir da constatação de que a competição foi vista inicialmente como um princípio natural ligado à sobrevivência. Tavares & Amaral (2003) trazem as contribuições de Malthus, que no final do século XVIII percebeu que os organismos vivos produziam um número maior do que os meios para sua sobrevivência. E que esse trabalho levou Darwin a compreender que devia haver uma seleção para resolver quais deveriam sobreviver e quais deveriam perecer. Para ele, os que possuíam maior capacidade de adaptação sobreviveriam e os que não se adaptassem pereceriam. Suas constatações foram registradas em seu tão discutido livro, "A Origem das Espécies", publicado pela primeira vez em 1859. A obra de Darwin, na verdade, ampliaria as ideias do filósofo evolucionista Herbert Spencer que dizia, ainda no século XIX, que a natureza garante a sobrevivência do mais apto.

Henderson (1998) adotou o Princípio de Gause da Exclusão Competitiva para explicar um dos condicionantes dessa sobrevivência. Segundo a interpretação desse princípio, duas espécies que conseguem seu sustento de maneira idêntica não podem coexistir. Cita que em 1776, Adam Smith, com a publicação de seu livro "A Riqueza das Nações", já constatara que cada homem confronta-se com um grupo de indivíduos, motivados da mesma maneira, que estão empenhados exatamente em conseguir a mesma coisa. E que o interesse próprio individual, em um ambiente de indivíduos similarmente motivados, pode resultar em competição.

Os estudos e constatações de Malthus, Darwin, Spencer, Adam Smith e Henderson, vêm sendo confirmados no campo empresarial. De fato, pouquíssimas empresas, dado o grande número das que surgem no Brasil, permanecem no mercado por um período acima de 5 anos (GEUS, 1997).

Alday (2002) traz a informação de que a estratégia teve origem militar, remontando 2500 anos, sobre a qual Sun Tzu escreveu o extraordinário livro, na China, intitulado “A Arte da Guerra”. O livro ensina que o mérito supremo da estratégia consiste em quebrar a resistência do inimigo, sem lutar. As verdades de Sun Tzu podem, da mesma forma, mostrar o caminho da vitória em todas as espécies de conflitos comerciais comuns, batalhas em salas de diretoria e na luta diária pela sobrevivência.

Outra figura relevante, destacada por Alday (2002), foi o general prussiano Carl Von Clausewitz que, através da sua obra “Da Guerra”, de 1832, conseguiu expor ideias fundamentais sobre estratégia. Essa obra estaria merecendo toda a atenção dos modernos estrategistas do mundo empresarial, por realizar a façanha ímpar de proporcionar novas formas de organizar o pensamento em uma época turbulenta e oferecer um norte seguro para o mapeamento da estratégia em um ambiente instável.

Mas argumenta o autor que negócios não são guerra. A ocasional declaração em contrário, destinada a destacar o calor da batalha na concorrência empresarial, é uma hipérbole jornalística tolerável. Negócios e guerra podem ter muitos elementos em comum, mas como fenômenos totais permanecerão distintos para sempre pela natureza diversa e inconciliável das forças que lhes dão origem e dos resultados que engendram. É impossível conceber atividades empresariais sem a criação de valor para benefício da sociedade ou sem o desejo das pessoas de nela se engajarem produtivamente. Hoje isso é mais verdadeiro do que nunca. Tradicionalmente dominado por grandes empresas, o mundo dos negócios se tornou o palco prioritário da criatividade de cidadãos que buscam a independência econômica e a vibração do mercado. Nada disso se encontra na guerra.

Embora o autor reconheça que tudo tenha começado com o livro sobre estratégia de Igor Ansoff, em 1965, esclarece que a difusão do conhecimento sobre o assunto – estratégia - intensificou-se apenas a partir dos anos de 1970. Seguiu-se então uma explosão de demanda por livros e serviços do que se passou a denominar de planejamento estratégico. Mais recentemente passou-se para uma nova fase, onde não seria mais usada a palavra planejamento, ficando só a palavra estratégia com conceito amadurecido. Em pouco tempo, acumulou-se grande quantidade de conhecimentos e hoje há uma enorme bibliografia disponível. O grande motor dessa rápida evolução foi o crescente nível de exigências das empresas que querem, cada vez mais, embasamento para orientar suas ações, proteger sua posição no mercado e crescer.

Idealmente, conclui Alday (2002, p. 19), uma empresa deve selecionar uma estratégia de crescimento que resulte em aumento das vendas ou da participação de mercado, se espera que esse crescimento possibilite um aumento do valor da empresa. O crescimento pode ser atingido de várias maneiras, porém o crescimento interno é conseguido apenas por meio do aumento das vendas, da capacidade de produção e da força de trabalho. Algumas empresas buscam deliberadamente esse caminho para o crescimento, em vez de tomar o rumo alternativo da aquisição de outras empresas. "Não há nenhum mistério em formular uma estratégia; o problema é fazê-la funcionar" (ANSOFF, 1979).

Segundo Porter (1999), as principais estratégias devem estar ligadas à liderança em custos, diferenciação e foco. Todavia, segundo Paiva (2005), a estratégia de foco também requer ações específicas sobre custos ou diferenciação. Dificilmente uma empresa terá resultados sustentáveis se não apresentar vantagens no preço e/ou no valor de seus produtos aos clientes dos concorrentes, sendo possível se assumir que as principais estratégias sempre estarão ligadas a custos e diferenciação.

No entendimento de Porter (1995), quanto menor a empresa, mais importante deve ser a estratégia. Isto porque as empresas menores, ao contrário das grandes, são mais sensíveis às variações do mercado e, por isso, precisam perceber o ambiente competitivo com maior clareza e rapidez para garantir a sobrevivência nos negócios. Segundo o autor, a sobrevivência dos pequenos negócios não pode depender da inércia do mercado. As pequenas empresas precisam delimitar e proteger uma posição que tenham condição de defender.

Uma característica básica do processo de formulação estratégica nas pequenas e também nas médias empresas é a informalidade. Os detalhes são imprecisos e as comunicações internas não são escritas. "A inclinação para a informalidade é em parte explicada pelo simples fato de que escrever e calcular cada detalhe toma tempo. Que a longo-prazo vale a pena, mas que pode parecer um desperdício a curto-prazo" (GOLDE, 1986, p. 12).

No que diz respeito à consecução de objetivos, Henderson (1998, p. 5), considera a estratégia como "[...] a busca deliberada de um plano de ação para desenvolver e ajustar a vantagem competitiva de uma empresa".

Mintzberg et al. (2000) identificaram existir cinco definições diferentes de estratégia e dez escolas do pensamento estratégico. A primeira definição vê a estratégia como padrão, ou seja, consistência de um comportamento no longo prazo. Em segundo lugar vêm as estratégias

realizadas e pretendidas, sendo as intenções plenamente realizadas chamadas de deliberadas. O terceiro caso é o de estratégias emergentes, cujo padrão realizado não era expressamente pretendido. Outra definição seria a da estratégia como uma posição ou localização de determinados produtos em determinados mercados. Por fim, a estratégia como um truque, que é utilizada para se enganar um oponente ou concorrente.

As escolas associadas à estratégia propostas por Mintzberg et al. (2000), apenas para citar, são: a escola do design, formação da estratégia com um processo de concepção; a escola de planejamento, estratégia como um processo formal; a escola de posicionamento, estratégia como um processo analítico; a escola empreendedora, estratégia como um processo visionário; a escola cognitiva, estratégia como um processo mental; a escola do aprendizado, estratégia como um processo emergente; a escola do poder, estratégia como um processo de negociação; a escola cultural, estratégia como um processo coletivo; a escola ambiental, estratégia como um processo reativo; e a escola de configuração, estratégia como um processo de transformação.

Dos diversos estudos sobre estratégia, alguns pressupõem sua conceituação como um conjunto de diretrizes conscientemente deliberadas, que orientam as decisões organizacionais. Destaca-se aqui o conceito chamado pelos autores de estratégia intencionada, por ser representativo das escolas prescritivas de pensamento estratégico e de interesse ao tema. Por esse ângulo, estratégia seria vista como um processo controlado, consciente e formal, de interação entre uma empresa e seu ambiente, acompanhado pela alteração dos aspectos dinâmicos da empresa (ANSOFF, 1979).

Não obstante a existência de questionamentos sobre esse tipo de estratégia há indícios de que toda organização se comporta estrategicamente, por algum tempo, mesmo sem evidência de procedimentos intencionais. Esta é a posição defendida por acadêmicos agrupados em algumas escolas descritivas (empreendedora, cognitiva, de aprendizagem e cultural) e corroborada por Mintzberg (1990, p. 115) ao salientar que esta abordagem pode ser percebida, por exemplo, em um dos pressupostos da escola de aprendizagem: "estratégias aparecem primeiro como padrões percebidos no passado e somente mais tarde, talvez, como planos deliberados para o futuro [...]".

Segundo Chér (1991), uma pequena empresa típica deve ter como componente de sua estratégia uma atuação em um segmento claro e específico de clientes. Isto resulta do fato de que um escopo amplo necessita investimentos e economia de escala, mais adequados às grandes empresas. Porém, para o autor, a menor complexidade estrutural das pequenas

empresas constitui uma grande vantagem à medida que possibilita uma maior proximidade com as necessidades dos clientes, requisito cada vez mais exigível atualmente.

A literatura sobre estratégia em pequenas empresas é altamente influenciada por duas grandes abordagens: uma de natureza econômica e outra de natureza empreendedora. A perspectiva econômica tem sido predominante na área, especialmente até meados da década de oitenta. Por outro lado, uma tendência mais recente, a empreendedora, está surgindo com o reconhecimento da possível importância da influência do comportamento individual sobre o processo de formação e implantação de estratégia. Esta nova abordagem estuda a associação entre características pessoais do dirigente e o processo de administração estratégica da pequena empresa (GIMENEZ et al. 1999).

Os autores expõem ainda que, assim como na literatura dedicada às grandes empresas, os estudos analisados revelam uma abordagem fragmentada do processo de formação de estratégia também em pequenas empresas. A maioria deles utiliza conceitos pouco abrangentes no estudo do conteúdo de estratégias. Torna-se difícil escapar de uma sensação de confusão quando se pretende resumir as conclusões dos estudos empíricos no paradigma econômico. A associação entre planejamento estratégico e desempenho da empresa não foi firmemente demonstrada. E a falta de uniformidade nos conceitos adiciona mais ingredientes nesta confusão. A operacionalização dos conceitos de estratégia, planejamento estratégico e desempenho da empresa tem sido tão diversificada que abordagens integrativas não são possíveis.

b) Competitividade

Há muito a competição deixou de ser local. Ela é global. E para sobreviverem, as pequenas empresas são obrigadas a desenvolver diferenciais competitivos, além de se sobressaírem no mercado, em relação a si mesmas e a seus concorrentes. Para que essas diferenciações realmente aconteçam, as pequenas empresas devem desenvolver constantemente estratégias empresariais focadas em seus objetivos, de acordo com o seu campo de atuação, com a relação empresa e mercado e com suas competências. Com a globalização dos mercados e da produção e com o advento da economia baseada no conhecimento, o mundo passou de um regime de mercado vendedor para mercado comprador. Essas alterações deram origem a uma nova competição e as pequenas empresas são as que mais devem estar atentas a esses pontos.

Quando bem definidos, os fatores críticos de sucesso se tornam um ponto de referência para toda a organização em suas atividades voltadas para a sua missão. É na análise das forças de Porter sobre a rentabilidade média do setor de atuação da empresa que são definidos os fatores críticos de sucesso. Segundo Porter (1999), estas forças são cinco: o poder dos clientes, o nível de rivalidade dos concorrentes, o poder dos fornecedores, a ameaça de produtos substitutos e as barreiras para novos entrantes. Assim, competitividade pode ser melhor entendida como a capacidade da empresa formular e implementar estratégias concorrenciais que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado.

A intensidade da competição em determinado setor não deriva de coincidência ou má sorte. Para aumentar a rentabilidade, a chave do crescimento – e mesmo da sobrevivência – é a demarcação de uma posição que seja menos vulnerável ao ataque dos adversários, já estabelecidos ou novos. Mais do que eficácia operacional e produtividade, o posicionamento estratégico exige o desenvolvimento de atividades distintas daquelas exercidas pelos rivais, ou a realização das mesmas atividades, mas de maneira diferente. A estratégia requer, portanto, exclusividade e compatibilidade, ou seja, criar uma posição exclusiva e valiosa, envolvendo um diferente conjunto de atividades compatíveis entre si. Ademais, para ser sustentável, a estratégia impõe opções excludentes, pois a essência da estratégia é escolher o que não fazer (PORTER, 1999 apud OLIVEIRA, 2009).

Há agora uma uniformização dos mercados, ou seja, os padrões de consumo estão semelhantes nos diferentes países e regiões. Há também a criação dos blocos comerciais como: Nafta, Mercosul e União Européia que fomentam mais ainda a globalização. Enfim, os empreendedores confrontam-se frequentemente com dois mitos que cercam a criação e o desenvolvimento de um negócio. Um deles é que a maioria das oportunidades de bons negócios já passou. O outro - Marx já alertava - é que as pequenas empresas não podem competir com as grandes (LONGENECKER, 1997). Esses pensamentos, segundo o autor, não condizem coma realidade de um posicionamento competitivo.

Segundo Day & Reibstein (1999), a globalização e a mudança tecnológica estão gerando novas formas de competição; a desregulamentação está alterando a regra da competição; os mercados estão cada vez mais complexos e imprevisíveis; e, os fluxos de informação estão propiciando maior agilidade na reação aos concorrentes. A preocupação volta-se mais para a prevenção do que para a reação às ações da concorrência. Os clientes fazem suas escolhas com base em sua percepção quanto ao que cada empresa tem a oferecer

em comparação com outras escolhas disponíveis. O fator determinante já não é a qualidade do produto ou serviço oferecido, mas o seu valor comparado à oferta do concorrente.

c) Estratégias competitivas

Miles e Snow (1978) produziram uma taxonomia do que chamaram estratégias corporativas, em oposição às estratégias competitivas. Enquanto estratégias corporativas dizem respeito a decisões relacionadas ao tipo de negócio no qual a empresa deve atuar, estratégias competitivas relacionam-se ao modo como a organização compete em determinado negócio. Sob essa ótica, o processo de construção do ambiente se materializaria através de uma série de escolhas que dizem respeito a mercados, produtos, tecnologia, escala de operação desejada, etc., que levam à construção de um ambiente específico. Por outro lado, essa construção é restringida pelo conhecimento existente de formas alternativas de organização e pelas crenças dos administradores sobre como as pessoas podem ser administradas.

De acordo com os autores, na busca por um bom alinhamento com as condições ambientais percebidas pela administração, as empresas desenvolvem padrões de comportamento estratégico relativamente estável. Miles e Snow (1978) supõem existirem quatro "estratégias genéricas": defensiva, prospectora, analítica e reativa. Propuseram também categorias para essas estratégias competitivas, as quais diferenciam as empresas mediante a relação estratégia/estrutura/ambiente. Essas diferenças se situam mais nas respostas que as empresas dão aos três problemas que compõem o ciclo adaptativo: (1) problema empreendedor, com a definição de um domínio de produto/mercado; (2) problema de engenharia, com a escolha de sistemas técnicos; e (3) problema administrativo, relacionado à estrutura e aos processos organizacionais. Na opinião dos autores, os três problemas - empreendedor, de engenharia e administrativo - estão intimamente conectados, mas a adaptação frequentemente se inicia pela fase empreendedora, seguida pela de engenharia e, depois, pela administrativa.

Porter (1993, p. 60) alerta que "o medo da perda é, em muitos casos, mais forte do que a esperança do lucro". Quanto mais intensa a rivalidade, maior a probabilidade de se deteriorar o resultado em um jogo de soma negativa no qual o processo de competição impõe custos a todos os participantes. Em uma iniciativa agressiva para entrar ou permanecer no mercado, as dificuldades poderão avolumar-se se a resposta competitiva elevar significativamente o custo de operação.

Quando uma empresa aumenta muito suas despesas com comunicação e marketing e os concorrentes também, talvez não haja ganhos para ninguém, apenas custos mais elevados.

Nesse sentido, Day & Reibstein (1999) expõem que um resultado ainda mais destrutivo seria a tentativa de dar início a uma guerra total, como é o caso da guerra de preços. Depois que uma empresa inicia o confronto, suas rivais lançam rapidamente uma série de reduções de preços retaliatórias temendo perder clientes, volume de vendas ou participação de mercado. A consequência disso tudo é que "depois que termina a guerra de preços, o comportamento dos clientes pode ter mudado radicalmente" (DAY & REIBSTEIN, 1999, p. 22).

Para Porter (1986), estratégia competitiva é sinônimo de tomar atitudes ofensivas ou defensivas para criar uma posição defensável em um setor, a fim de lidar com as cinco forças competitivas (ameaça de novos concorrentes, pressão de produtos substitutos, poder de barganha dos compradores, poder de barganha dos fornecedores e rivalidade entre concorrentes) e, assim, obter um retorno superior sobre o investimento. Embora admita que as empresas encontraram muitas formas diferentes de concretizar isso, Porter insiste na existência de apenas três estratégias bem-sucedidas e internamente coerentes para ter um desempenho superior ao das outras empresas. Essas estratégias, as quais ele também chama de genéricas, são:

1 – liderança em custos

Em algumas empresas há uma grande atenção ao controle de custos. Embora não negligencie a qualidade, o serviço e outras áreas, o principal tema da estratégia dessas empresas é o baixo custo em relação aos seus concorrentes, o qual proporciona uma defesa contra as cinco forças competitivas de diversas formas. Uma posição de baixo custo defende a empresa contra compradores poderosos, pois os compradores podem exercer seu poder apenas para reduzir os preços até o nível do próximo concorrente mais eficiente. O baixo custo proporciona uma defesa contra os fornecedores, oferecendo mais flexibilidade para lidar com os aumentos de custos.

Os fatores que levam a uma posição de baixo custo normalmente proporcionam barreiras substanciais à entrada em termos de economias de escala ou vantagens de custo. Finalmente, uma posição de baixo custo normalmente coloca a empresa em uma posição favorável com relação aos substitutos relativos a seus concorrentes no setor. Assim, uma posição de baixo custo protege a empresa de todas as cinco forças competitivas, pois a barganha só pode continuar ocasionando a erosão dos lucros até que os do próximo concorrente mais eficiente sejam eliminados e porque os concorrentes menos eficientes sofrerão primeiro diante das pressões competitivas.

Obviamente a liderança de custo não é a estratégia mais adequada para todas as empresas. Porter afirma que as empresas que desejam buscar a liderança de custos como estratégia precisam ter uma alta participação de mercado ou então possuir outras vantagens, como por exemplo, acesso favorável à matéria-prima. Como já seria de se esperar, o autor avisa que há algumas desvantagens e perigos associados à liderança de custos. Embora o alto volume muitas vezes leve a menores custos, as economias não são automáticas e as empresas de baixo custo têm que estar sempre alertas para garantir a obtenção das economias prometidas, atentando para a necessidade de sucatear ativos obsoletos, investir em tecnologia e administrar constantemente o negócio tendo como base os custos. Por fim, há o perigo de um novato ou um antigo rival imitar a tecnologia ou os métodos de controle de custos do líder e ganhar vantagem. A liderança de custo pode ser uma reação eficaz às forças competitivas, mas isso não é garantido.

2 – diferenciação

Porter sugere a diferenciação como uma alternativa à liderança de custos, onde a empresa poderia se preocupar menos com os custos e tentar ser vista no setor como tendo algo de singular a oferecer. Ao contrário da liderança em custos, onde só pode existir um verdadeiro líder no setor, poderia haver muitos diferenciadores no mesmo setor, cada um deles enfatizando um atributo diferente dos de seus rivais. Os adeptos da estratégia de diferenciação precisam, necessariamente, investir mais em pesquisa do que os líderes em custos. Têm que ter melhores projetos de produtos. Têm que usar em seus produtos matéria-prima de melhor qualidade e, muitas vezes, mais cara. Têm que investir mais no serviço ao cliente. Além disso, têm que estar dispostos a abrir mão de parte da participação de mercado. Embora todos possam reconhecer a superioridade dos produtos e serviços do adepto da estratégia de diferenciação, muitos clientes não podem ou não querem pagar por eles.

Entretanto, afirma Porter, a diferenciação é uma estratégia viável. As margens de lucro mais altas proporcionam alguma proteção contra os fornecedores, pois a empresa tem fundos para buscar alternativas. Existem poucos substitutos ao produto que o diferenciador oferece e, consequentemente, os clientes têm menos opções e menor poder de barganha. Por outro lado, da mesma forma que a liderança de custos, a diferenciação implica determinados riscos. Se a diferença entre os preços cobrados pelos concorrentes de baixo custo e o diferenciador se tornar muito grande, os clientes podem abandonar o diferenciador em favor de um rival de menor custo, mesmo que ofereça menor diferenciação. O comprador poderia decidir sacrificar parte das características, serviços e singularidade oferecidos pelo diferenciador a fim de obter

economias de custo. E mais, o que diferencia uma empresa de outra um dia pode deixar de existir no dia seguinte. O gosto dos compradores pode mudar. A característica única das ofertas do diferenciador pode sair de moda. Finalmente, em caso extremo, os rivais de menor preço poderiam imitar o diferenciador a ponto de atrair para si seus clientes.

3 – enfoque

Nesse caso, uma empresa corre atrás de um determinado comprador, linha de produto ou mercado geográfico. Embora as estratégias de diferenciação e baixo custo almejem concretizar seus objetivos em todo o setor, a estratégia de enfoque como um todo se desenvolve em torno de acertar muito bem um único alvo. A principal diferença entre a estratégia de enfoque e as outras duas é que uma empresa que adote essa estratégia pode decidir conscientemente competir apenas em um pequeno segmento do mercado. Em vez de tentar atrair todos os compradores oferecendo-lhes baixo custo ou características e serviços únicos, a empresa busca servir a um único tipo de comprador. Servindo a esse mercado limitado, a empresa que utiliza a estratégica do enfoque pode buscar a liderança de custos ou a diferenciação com as mesmas vantagens e desvantagens dos líderes de custo e dos diferenciadores.

Porter (1986) alerta que essas três abordagens são eminentemente viáveis para lidar comas forças competitivas, aconselhando que se adote apenas uma delas. Caso contrário, as empresas ficariam presas no meio-termo, sem estratégia de defesa. Tais empresas careceriam da participação de mercado, investimento de capital e determinação para participar do jogo de baixo custo, da diferenciação necessária para eliminar a necessidade de uma posição de baixo custo ou do enfoque para criar diferenciação ou uma posição de baixo custo em uma esfera mais limitada. Uma empresa assim perderia clientes de alto volume que demandam baixo preço e perderia clientes com margens altas que demandam características e serviços únicos. A empresa presa no meio-termo teria baixos lucros, uma cultura empresarial pouco definida, arranjos organizacionais conflitantes, um sistema de motivação ineficaz e assim por diante.

Segundo Kouzes & Posner (1997, p. 105), a organização ao ser concebida precisa buscar a sua identidade, ou seja, definir qual é o seu campo de atuação e o que a torna singular, diferenciando-a das demais. “Não há vantagem em trabalhar para comprar produtos ou investir em uma organização que faz exatamente a mesma coisa que a outra do outro lado da rua ou no final do corredor”.

d) Redes de cooperação

Sobre a organização em redes de cooperação, segundo Pecqueur (1993), merece destaque o movimento de reestruturação empresarial acentuado a partir dos anos 1970, sobretudo no interior de alguns países europeus, que teve como consequência a reconquista de espaço pelas empresas de pequeno porte e a redução da participação das empresas de grande porte no que se refere à absorção de mão-de-obra total. Esse teria sido o contexto de emergência das redes de cooperação empresarial. Trata-se de organizações empresariais diferenciadas, sustentadas em cinco princípios básicos:

1 - propósito competitivo e coletivo, tornando o objetivo das redes uma síntese de propósitos individuais;

2 - interdependência das empresas sem perda da autonomia das unidades integrantes, tendo na soberania condição *sine-qua-non* para o funcionamento da rede e a efetividade dos demais princípios;

3 - interligação propriamente dita entre os membros manifestada nas mais variadas formas de comunicação interna e externa à rede;

4 - garantia de convivência de uma multiplicidade de líderes, representantes das esferas privada e pública, articulando lideranças; e

5 - ligações em múltiplos níveis, uma vez que o desenvolvimento das redes depende tanto de relações verticais quanto horizontais.

As redes de cooperação são estruturas resultantes do relacionamento cooperado entre empresas, com ênfase no enfoque coletivo. Consideradas entidades complexas, são uma configuração particular de organização, cujos membros têm sua autonomia respeitada, ainda que ligados por objetivos comuns. Porém, Castells (1999) assevera que, numa configuração aparentemente paradoxal, o desempenho das redes depende da capacidade de articulação de seus componentes, tanto em termos de comunicação quanto em termos da coerência dos objetivos e interesses compartilhados. Nas redes formadas pelo modo cooperativo, as empresas envolvidas têm seus objetivos particulares, mas também devem ter a devida percepção de que o benefício será maior se juntas buscarem alcançar um objetivo maior e coletivo.

De acordo com Leon (1998), as redes de empresas são formadas inicialmente com o objetivo de reduzir incertezas e riscos, organizando atividades econômicas a partir da coordenação e cooperação entre empresas. Na formação em redes existe a possibilidade destas configurarem-se como redes flexíveis de pequenas empresas, como *clusters* de empresas (agrupamentos), ou como redes de cooperação.

Para Casarotto Filho & Pires (1998), devido à crescente complexidade das tarefas dentro das organizações, é estratégico estabelecer parcerias para trabalhar de forma associada entre empresas, principalmente as pequenas indústrias, pois considera pouco provável que doravante uma pequena empresa consiga dominar sozinha todas as etapas de uma cadeia de produção. Através da formação de redes de cooperação percebe-se que as pequenas e médias empresas, geralmente mais ágeis e flexíveis nos seus processos que as grandes empresas, podem tornar-se igualmente competitivas se agregarem as vantagens que as grandes têm como, por exemplo, novas tecnologias e logística.

Casarotto Filho & Pires (1998) apresentam dois tipos de redes de pequenas empresas industriais. Um primeiro modelo, denominado *top-down,* se caracteriza pelo fato de que empresas de menor porte fornecem direta e indiretamente sua produção a uma empresa-mãe, pelas subcontratações, terceirizações, parcerias e outras formas de repasse de produção. Neste caso, tanto empresa-mãe quanto suas dependentes competem pela liderança de custos. O segundo tipo de rede é a *rede flexível* de pequenas empresas, que acontece quando as mesmas reúnem-se a partir da formação de um consórcio com objetivos comuns, com cada uma das empresas sendo responsável por uma parte do processo de produção, ou seja, o conjunto das atividades dessas empresas e a sua forma de funcionamento, faria com que elas atuassem como uma grande empresa. Nesse caso, as empresas conseguem competitividade por obterem boa relação entre flexibilidade e custo.

Existem outros autores, como Wood Jr. & Zuffo (1998), para os quais há três tipos de estruturas para redes. Os autores apresentam: *a estrutura modular,* como aquela na qual a organização mantém as atividades essenciais da cadeia de valores e terceiriza as atividades de suporte, mantendo o controle sobre as mesmas; *a estrutura virtual* que liga temporariamente as redes de fornecedores, clientes e ou concorrentes; e *a estrutura livre de barreiras* que define funções, papéis e tarefas menos rígidas dentro da organização.

Já Corrêa (1999), classifica as redes de empresas em: a) *rede estratégica,* aquela que se desenvolve a partir de uma empresa que controla todas as atividades. É o caso, por exemplo, das montadoras de veículos e sua rede de fornecedores, ou de empresas líderes em

empreendimentos imobiliários, de vestuário e calçados esportivos; b) *rede linear*, a qual existe em torno da cadeia de valor, sendo seus participantes os elos da cadeia, indo dos fornecedores de matéria-prima até os clientes; c) *rede dinâmica*, na qual existe um relacionamento intenso e variável das empresas entre si. Nesse último modelo, a liderança também não é fixa, constituindo-se no modelo mais flexível e aberto de rede, assim como o que melhor se adapta para a conformação de empresas virtuais, em que cada participante contribui com suas competências essenciais de modo que a rede apresente vantagens competitivas significativas como um todo (HAMEL e PRAHALAD, 1995).

As mais recentes formações de redes entre empresas encontrados na literatura são os *clusters* e as *organizações virtuai*s, sendo que um *cluste*r pode-se entendê-lo, de modo abrangente, como concentração setorial e geográfica de empresas. Dentre as características mais importantes, segundo Porter (1998), destaca-se o ganho de eficiência coletiva entendida como a vantagem competitiva das economias externas locais e da ação conjunta. É importante ressaltar que os *clusters* são formados apenas quando os aspectos setorial e geográfico estão concentrados. Num *cluster* encontra-se um amplo escopo para a divisão de tarefas entre empresas, bem como para a especialização e para a inovação, elementos essenciais para a competição, além de mercados locais.

Porém, de acordo com Amato Neto (2000), há uma grande dificuldade de caracterização de um *cluster*, já que os sistemas produtivos nem sempre podem ser claramente separados nas categorias ‘disperso’ ou ‘aglomerado’.

e) A cooperação como estratégia

Para Ribault et al. (1995), a sociedade de empresas, que também pode ser chamada rede de empresas, é um modo de agrupamento de empresas destinado a favorecer a atividade de cada uma delas sem que estas tenham forçosamente laços financeiros entre si. As empresas em rede complementam-se umas às outras nos planos técnicos (meios produtivos) e comerciais (redes de distribuição) e assumem o compromisso de apoiar-se mutuamente como prioridade. Mas a constituição em rede pode também traduzir-se, por exemplo, pela criação de uma central de compras comum às empresas da rede. Trata-se, pois, de um modo de associação por afinidade de natureza informal e que deixa cada uma das empresas responsável pelo seu próprio desenvolvimento. É uma escolha de estrutura bem adaptada às micro e

pequenas empresas, para quem este tipo de associação é uma maneira de concretizar o lema "a união faz a força".

Segundo Santos & Guarnieri (2000), as redes de cooperação entre pequenas e médias empresas ensejam incrementar a base tecnológica, a produtividade e a melhoria da qualidade do sistema operacional das participantes. Dentre as vantagens, algumas merecem destaque: a) compartilhamento de atividades comuns, desde compras integradas até a capacitação de mão-de-obra; b) marketing em conjunto, pesquisa de mercados, contratação de serviços e logística; c) acessibilidade à informação tecnológica e aos sistemas de informação e assistência técnica; d) aceleração de processos produtivos; e) alcance da competitividade e diminuição de custos através da qualificação e capacitação das empresas; f) agregação de maior valor aos produtos; e g) acesso a créditos.

Na concepção de redes de cooperação é essencial destacar dois relevantes atributos: a conectividade, isto é, a comunicação eficiente entre os agentes participantes da rede, e a coerência, representada pelo compartilhamento de metas e objetivos comuns (BALESTRIN & VERSCHOORE, 2008). Os autores enfatizam que as redes são uma forma de organizar os negócios e fazer com que um conjunto de pequenas empresas tenha poder de mercado para enfrentar as grandes.

Segundo Balestrin & Verschoore (2008), uma das características da nova economia é o fim da ação isolada das empresas. Com o crescente acirramento competitivo, não há mais como fechar as portas para relacionamentos colaborativos com fornecedores, clientes, agentes governamentais e até mesmo concorrentes. O êxito empresarial na nova economia depende da complementaridade de recursos e esforços. A questão fundamental é encontrar meios para: desenvolver redes de cooperação empresarial, ampliar a competitividade e ainda obter resultados por meio delas.

Porter (1999) sugere que cada pequeno empresário deve se empenhar para que sejam criados *clusters* nos setores que exploram, argumentando que essas aglomerações produtivas são vitais para o desenvolvimento dos setores industriais e para o desenvolvimento da competitividade. Faz também referência às políticas públicas de fomento à organização de *clusters* no território. Por suas afirmações, pode-se perceber como o autor considera importante a formação de Arranjos Produtivos Locais - APLs ou *cluster*s, objetivando ganhos de competitividade para as pequenas indústrias, relacionando o desenvolvimento dos *clusters* com o desenvolvimento econômico nacional. Há uma concordância de que o desenvolvimento das vantagens competitivas é baseado nas relações de cooperação estabelecidas entre as

empresas fabricantes e entre os seus fornecedores, permitindo nesse ponto a associação ao termo rede pelas características, senão idênticas, muito semelhantes.

Particularmente para Porter (1999), as vantagens competitivas decorrentes desses relacionamentos trazem benefícios mútuos para a qualidade dos produtos, redução dos tempos de processo e flexibilidade às plantas de produção. Diante da criação dessas cooperações, observa-se o aumento da performance das empresas, conferindo aumento de empregos e, consequentemente, de renda local. A convergência entre os argumentos do autor, citados neste item, reside na relevância do tema *cluster* como fator para o aumento da capacitação das empresas, culminando no desenvolvimento econômico regional ou nacional.

Para que a cooperação entre empresas industriais ocorra, são necessárias relações de confiança mútua, definição dos objetivos comuns e coordenação das atividades de cooperação. As relações de cooperação são encontradas nas aglomerações produtivas e possuem objetivos específicos para a criação de economia de escala ou de escopo. As relações de cooperação entre empresas de um mesmo segmento de atuação também podem vir a resultar na melhoria dos índices de qualidade e produtividade, na redução de custos, de tempo de fabricação e, principalmente, no aprendizado entre as empresas envolvidas (LASTRES e CASSIOLATO, 2003).

Em sentido genérico, cooperação é trabalhar em conjunto para atingir um objetivo comum. Porter (1998) alerta ainda que o sucesso de uma rede de cooperação não está pontualmente na competição ou na cooperação, mas no equilíbrio entre as duas. Concomitantemente ao desenvolvimento econômico, através das redes de cooperação tem-se a expectativa de melhorias nas condições de trabalho, educação, emprego e renda.

Abstrai-se até aqui que a atratividade das empresas industriais de pequeno porte para uma rede consiste nos baixos níveis de investimento exigido em máquinas, equipamentos e capital de giro, além da possibilidade de manter-se no mercado através da produção em pequena escala. A inserção dessas empresas na cadeia produtiva pode dar-se na forma de especialização em uma das etapas do processo produtivo, como produtores ou fornecedores para as demais empresas, ou como produtores exclusivos de um produto distinto. As relações podem não ser reguladas por contrato formal, porém deve estar garantida a continuidade de fornecimento, reduzindo a possibilidade de qualquer conflito entre as partes. Para as empresas de pequeno porte fora do contexto de rede, sobra colocar-se como concorrente, disputando, consequentemente, o mesmo mercado.

Mas existem algumas particularidades ou entraves que devem ser aqui expostos, dentro da perspectiva de esclarecimentos a que este estudo se propõe: 1) a exemplo do que ocorreu na Emilia Romagna, as pequenas empresas industriais têm maiores vantagens em se organizarem em rede, pelas possibilidades destacadas de divisão do trabalho ou trabalho em conjunto, como se queira; b) a maioria das empresas que são abertas ou fechadas no Brasil são do ramo de comércio, seguido das de serviços; c) as novas empresas não possuem as características exigidas para se integrarem imediatamente a uma rede existente, especialmente a confiança e a credibilidade; e d) poucas empresas, de qualquer ramo de atividade que esteja em situação confortável quanto ao seu desempenho, supõe-se estejam dispostas a partilhar com outras empresas, em situações adversas, um volume de informações tal que possa torná-las rivais concorrentes em pouco tempo.

Desprende-se então que as propostas de formação em rede podem encontrar maior receptividade entre aquelas que sejam do ramo industrial, que já estejam consolidadas no mercado há algum tempo e que, possivelmente, não desfrutem de tranquilidade quanto à sua saúde econômico-financeira.

f) Incubadoras de empresas

Uma incubadora de empresas é uma forma inovadora de estimulo ao empreendedorismo na medida em que fortalece e prepara pequenas empresas para sobreviver no mercado, oferecendo a elas apoio estratégico durante os primeiros anos de existência, considerando-se que, para empreendedores inexperientes, iniciar um empreendimento novo significa desbravar um mercado bastante inóspito (ANPROTEC, 2010).

A incubadora de empresas tem seu nome extraído de uma analogia com as incubadoras neonatais. As incubadoras preparam as empresas que nascem e estão fragilizadas, precisando receber ajuda na medida certa para se fortalecerem, saírem para o mercado e estarem aptas a sobreviver sozinhas. Uma incubadora é, portanto, o ambiente mais adequado para o surgimento de empresas saudáveis. “Na verdade, é na incubadora que o empreendedor recebe orientação para montar a sua empresa” (ANPROTEC, 2005).Com aproximados 22 anos de atuação, a Associação agrega hoje 272 entidades associadas, que representam cerca de 400 incubadoras de empresas e 6.300 empreendimentos inovadores, que juntos geram aproximadamente 33 mil postos de trabalho no país (ANPROTEC, 2011).

Fonseca e Kruglianskas (2000) explicitam que, desde sua origem, a ideia de incubadoras esteve associada ao propósito de estimular o surgimento de negócios resultantes de projetos tecnológicos desenvolvidos em centros de pesquisa, universitários ou não. O primeiro tipo criado foi o de incubadoras tecnológicas, voltadas para apoiar o nascimento e o fortalecimento das chamadas empresas de base tecnológica. Mais recentemente, a partir dos anos 1990, as iniciativas diversificaram-se e ganharam espaço as incubadoras mistas, unidades criadas por governos locais com a finalidade de estimular o crescimento econômico e gerar empregos. Com o surgimento de outras tipologias ao longo dos anos, as incubadoras passaram a assumir outras configurações. Essas novas concepções tornaram-se mais abrangentes, incluindo o suporte dado a empresas que não fossem de base tecnológica.

Segundo a ANPROTEC (2009), quando iniciam uma atividade empresarial, os empreendedores não têm todas as informações adequadas e esse é um dos motivos que resultam na alta taxa de fracasso de empresas já no seu primeiro ano. A incubadora pode dar o suporte adequado, até mesmo oferecendo um espaço físico a um custo menor para a empresa, além de uma série de serviços de acompanhamento, treinamento e capacitação. Há assessoria de marketing, jurídica, de registro de propriedade intelectual, atendimento ao cliente, entre outras áreas.As incubadoras são as organizações que abrigam e incentivam o desenvolvimento de novas empresas em todo o Brasil e a ANPROTEC (Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores) é a principal associação que reúne incubadoras em nível nacional. Através de sua assessoria executiva, se propõe a dar as noções suficientes ao entendimento, orientando e esclarecendo acerca do assunto.

Dentre as diversas modalidades de incubadoras, ainda hoje destacam-se as de base tecnológica, as quais procuram apenas empresas que atendem a esse mercado. Já as mistas procuram vários tipos de empresas. O importante é que para ser incubada, a empresa tem que agregar um diferencial ao mercado com seu produto e somente aquele empreendimento que comprove ser inovador é selecionado. Dependendo do setor que a incubadora atua, consultores específicos selecionam as empresas a serem incubadas. No caso da empresa de base tecnológica, por exemplo, não basta apenas estar envolvida com tecnologia de ponta. Deve agregar valor fazendo algo diferente do que o mercado já tem. Segundo a ANPROTEC, são estes os itens mais importantes para ser selecionado por uma incubadora:

1. Mostrar que o seu produto ou serviço é viável economicamente;
2. Provar que há demanda no mercado para o produto;
3. Apresentar um grau de inovação;

4. Ter pessoas à frente do negócio com espírito empreendedor;
5. Para empresas de base tecnológica, ter boa interação com uma universidade;
6. Ter potencial de geração de emprego e a atuação social.

Os registros da ANPROTEC dão conta de que as regiões Sul e Sudeste têm um número maior de incubadoras, pois foi nelas que se iniciaram as experiências brasileiras. A região Sudeste, especificamente, é privilegiada pela alta quantidade de grandes empresas que já possui. Já na região Sul, os investimentos do governo e,especificamente no Rio Grande do Sul, da Prefeitura de Porto Alegre, foram essenciais para o destaque regional. Nas outras regiões, as incubadoras chegaram mais tarde. Mesmo que no Distrito Federal esteja localizada uma das primeiras incubadoras brasileiras, a região Centro Oeste não é das que mais têm incubadoras. A região Nordeste, por sua vez, entrou tardiamente no mercado e recém acaba de despertar para a necessidade de investir em empreendedorismo. Assim, as regiões que não tinham incubadoras antes, agora estão percebendo um crescimento, inclusive por conta de estímulos maiores do que nas outras regiões.

Grande parcela desse crescimento é creditado pela ANPROTEC ao apoio que o SEBRAE passou a dar às incubadoras a partir de 1998, quando começou a publicar editais específicos para apoiar novas incubadoras. Esse incentivo para a criação de incubadoras fez com o que o número passasse a ser bem maior. Mas, segundo a ANPROTEC (2009), há a necessidade de se aumentar o número de empresas atendidas por incubadora, considerando que a média de empresas por incubadora é baixa e, nesse particular, se faria necessária a ajuda do governo para a ampliação.

Uma das principais tarefas da incubadora é desenvolver habilidades empreendedoras. Para isso, promove palestras, cursos e atividades interativas. Outras, como as incubadoras universitárias, vão ainda além, com programas específicos de disseminação da cultura empreendedora dentro de cursos universitários, fazendo prospecção o tempo todo de novos empreendedores e mantendo contato com escolas técnicas, autônomos e outros locais de potenciais empreendedores.

No Brasil, apesar do movimento de incubadoras ter começado com parques tecnológicos, o número de parques ainda é considerado pequeno. Mas esclarece a ANPROTEC (2009) que os parques têm outra função, que podem até abrigar uma incubadora, mas não servem ao mesmo propósito. O seu objetivo é abrigar empresas de médio e grande porte que atuem em tecnologia e vincular o desenvolvimento urbano, as instituições de pesquisa e as universidades a essas empresas. Os parques não oferecem consultoria ou

acompanhamento, mas uma série de serviços de outros níveis. É um espaço privilegiado, um ambiente de inovação de empresas que irão trocar conhecimentos entre si. Nas empresas de base tecnológica, a geração de emprego é algo bastante significativo, porém o mais importante em sua proposta é a promoção de empregos de alto nível, ou seja, de profissionais com escolaridade bem acima da média, graduados ou pós-graduados. A maioria dos empregos criados por empresas incubadas é, portanto, de empregos qualificados.

Os dados publicados pela ANPROTEC (2009) referentes à última pesquisa realizada dão conta que 297 incubadoras de empresas estavam em operação no Brasil em 2005. Outras 92 se encontravam em fase de implantação e 25 em estágio de projetos. O Sul era a região que mais tinha incubadoras implantadas, com 128 incubadoras, seguida pela região Sudeste, com 96. Na região Norte esse número era de apenas 9 incubadoras. Em seu relatório denominado "Panorama 2000 Anprotec", o Brasil mereceu destaque nesse movimento no cenário mundial – que no Brasil iniciou-se em 1988 -, pois à época havia 135 incubadoras em funcionamento. Entretanto, já se fazia sentir a inexistência de um modelo de gestão adequado à realidade dessas organizações, bem como de padronização desse modelo, para que pudesse ser utilizado por todas as incubadoras e empresas.

Os dados levantados até aqui, explicam, em parte, a configuração do cenário nacional em 2005, apenas para revelar ainda a predominância das incubadoras de base tecnológica, conforme Figura 07.

Figura 07 - Classificação de Incubadoras de Empresas
Fonte: ANPROTEC (2005)

Existem vários tipos de incubadoras. No que se costuma chamar de incubadoras fechadas, cada empresa possui o seu módulo, ou espaço privativo de trabalho, constituído de uma ou mais salas pequenas, mais os espaços coletivos a serem utilizados por todos. Nas chamadas incubadoras abertas, as empresas incubadas não precisam estar instaladas no

mesmo local. Já as mistas contemplam características comuns às diversas modalidades. A maioria das incubadoras se enquadram em um dos seguintes tipos: incubadora tecnológica fechada, incubadora tradicional fechada, incubadora tradicional aberta e incubadora tecnológica mista.

Torna-se pertinente ao presente estudo o enfoque porque, conforme destacam Fonseca & Kruglianskas (2000), basicamente o objetivo de uma incubadora é reduzir a taxa de mortalidade das pequenas empresas. Para isso, as incubadoras disponibilizam um ambiente flexível e encorajador onde são oferecidas uma série de facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos a um custo acessível, na medida em que esses custos são rateados e às vezes subsidiados. Outra razão, segundo os autores, para a maior chance de sucesso de empresas instaladas em uma incubadora é que o processo de seleção capta os melhores projetos e seleciona os empreendedores mais aptos, o que naturalmente amplia as possibilidades de sucesso.

Interessante a constatação que, ao menos na teoria se poderia denominar de "a solução do problema", pudessem passar todas as novas empresas pela incubação, e não apenas as criadas na área tecnológica. Aquelas do segmento de serviços já têm grandes possibilidades de serem incubadas e se lançarem no mercado com melhores perspectivas de sucesso, principalmente devido ao tempo e acompanhamento que recebem nos primeiros passos. A abertura dessas empresas se daria sob um clima de maior confiança e de uma tomada de decisão mais consciente. Porém, as empresas industriais, que dependem da instalação de máquinas, que precisam treinar e capacitar a mão-de-obra específica para cada máquina e para cada produto, talvez não possam experimentar da atividade por um período suficiente a fim de tornar sua marca conhecida. Há ainda o problema dos resíduos, da área – que normalmente é extensa – e do alto volume de estoque de matéria-prima e peças. Já para as empresas comerciais, que são a maioria, a princípio talvez seja inviável a sua instalação dentro de centros de pesquisas ou universidades. Essa atividade requer que a empresa esteja próxima do público consumidor, às vezes o único diferencial, fazendo-se necessário o acompanhamento no local onde a empresa esteja operando – registrada.

2 AS MICROEMPRESAS E AS EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL

Consultando dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) e do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) o SEBRAE (2007) constatou que em 2004, no Brasil, havia 5.110.285 estabelecimentos no setor privado. Desse total, 5.028.318 estabelecimentos eram de MPEs (ou 98% do total de estabelecimentos) e 81.967 estabelecimentos de médias e grandes empresas (2% dos estabelecimentos). O equivalente a 56% das MPEs encontrava-se no comércio, 30% em serviços e 14% na indústria. Com respeito às médias e grandes empresas, as proporções eram diferentes: 72% dos estabelecimentos de MGEs encontrava-se no setor de serviços, 14% no comércio e 14% na indústria.

Entre 2000 e 2004, o total de estabelecimentos de MPEs se expandiu em 22,1%, taxa de crescimento superior à das MGEs (19,5%). No grupo de MPEs foram os estabelecimentos de serviços os que apresentaram a maior taxa de expansão (28%), ao passo que os de comércio se expandiram em 21,5% e os da indústria 12,9%.

Ainda segundo dados da RAIS, entre 2000 e 2004, foram criados no Brasil 924.117 novos estabelecimentos, dos quais 99% foram MPEs. Por setores de atividade, as MPEs foram responsáveis pela criação de 99% dos estabelecimentos do comércio, 98% dos estabelecimentos da indústria e 97% dos estabelecimentos do setor de serviços.

Nesse mesmo período, o número total de MPEs, crescendo 22,1%, passou de 4.117.602 estabelecimentos para 5.028.318 (acréscimo de 910.716 novos estabelecimentos). As regiões que apresentaram as maiores taxas de expansão no número de MPEs entre 2000 e 2004, foram as regiões Norte (expansão de 29,1%), Centro-Oeste (acréscimo de 27,2%) e Nordeste (acréscimo de 24,9%). Em parte, isso se deve à base de comparação mais modesta.

Outro fator que ajuda a explicar as maiores taxas de expansão nas três regiões citadas é a tendência à desconcentração regional da atividade produtiva. O número total de MPEs na região Norte passou de 129.784, em 2000, para 167.507, em 2004. O número de MPEs na região Centro–Oeste passou de 282.652 para 359.619, no mesmo período. E o total de MPEs no Nordeste passou de 589.618 para 736.393. O Sudeste, (com 2.559.259 de estabelecimentos em 2004) e o Sul (com 1.205.540 estabelecimentos em 2004), apesar das taxas mais modestas de expansão (respectivamente 20,5% e 21,6%), continuam sendo as regiões que possuem maior número de MPEs.

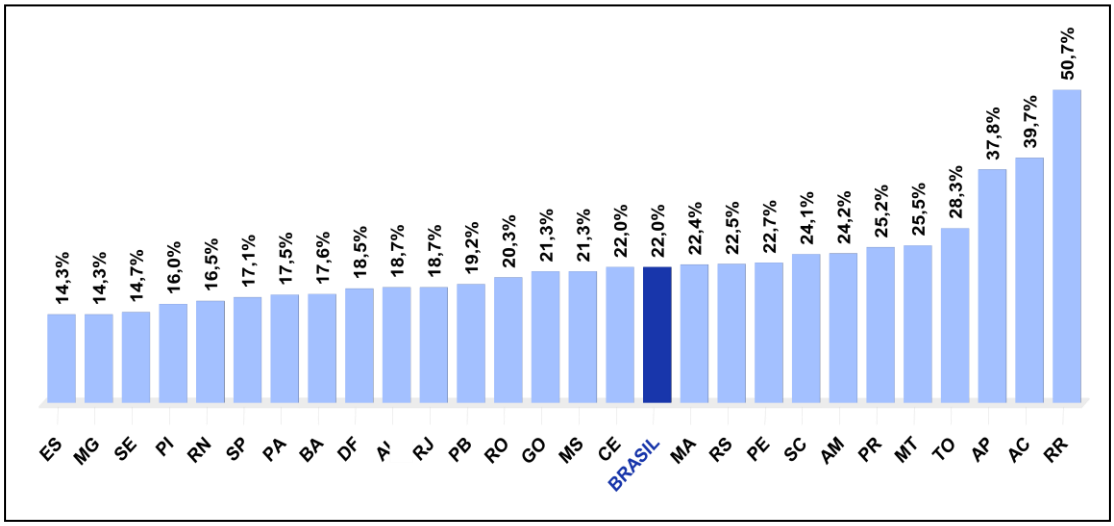
Em 2000, as MPEs encontravam-se distribuídas regionalmente da seguinte forma: 51,6% no Sudeste, 24,1% no Sul, 14,3% no Nordeste, 6,9% no Centro-Oeste e 3,2% no Norte. Devido às taxas de expansão mais elevadas nas regiões onde há menor número de MPEs, essas regiões (Norte, Centro-Oeste e Nordeste) experimentaram um pequeno crescimento de suas participações relativas, ao passo que as regiões Sudeste e Sul apresentaram queda. Assim, em 2004 as MPEs encontravam-se distribuídas regionalmente da seguinte forma: 50,9% no Sudeste, 24% no Sul, 14,6% no Nordeste, 7,2% no Centro-Oeste e 3,3% no Norte.

No Estado do Rio Grande do Sul, em 2004, no grupo das micro e pequenas empresas existia 300.271 estabelecimentos no comércio, 149.168 no setor de serviços e 90.629 na indústria. Entre as MPEs do comércio, os segmentos com maior número de empresas foram: os mini-mercados e mercearias (13,8%), o varejo de vestuário (12,5%) e o varejo de materiais de construção (6,7%).

Os segmentos do comércio que apresentaram maior taxa de crescimento no número de estabelecimentos no Rio Grande do Sul no período entre 2000 e 2004, foram: o varejo de materiais e equipamentos para escritório e informática (aumento de 54,6%) e as quitandas, avícolas, peixarias e sacolões (aumento de 38%). No setor de serviços, em 2004, as divisões com maior número de MPEs foram: os serviços prestados às empresas (30,2%); alojamento e alimentação (25,4%) com destaque para lanchonetes e restaurantes, e o transporte terrestre (15,5%), principalmente o transporte rodoviário de cargas.

Entre as divisões do setor de serviços que apresentaram maior taxa de crescimento no número de estabelecimentos, no período entre 2000 e 2004, destacam-se: o aluguel de veículos, máquinas e equipamentos (aumento de 45,5%), as atividades de informática (aumento de 36,6%) e as atividades auxiliares da intermediação financeira (aumento de 33,7%).

Na indústria gaúcha, em 2004, as divisões com maior número de MPEs foram: a indústria da construção (21,6%) com destaque para o segmento de edificações; a indústria de alimentos e bebidas (11,8%) com destaque para a fabricação de produtos de padaria, e a indústria de couros e calçados (9,4%) com destaque para fabricação de calçados de couro. Entre as divisões da indústria que apresentaram maior taxa de crescimento no número de estabelecimentos, no período entre 2000 e 2004, destacam-se: a fabricação de máquinas e equipamentos (aumento de 36,9%); a indústria de couros e calçados (aumento de 21,4%) e edição e gráfica (aumento de 21,2%).



Quadro 02 - Taxa Estadual de mortalidade de MPEs constituídas em 2005

Fonte: SEBRAE (2007)

Necessário se faz uma análise sobre o comportamento da taxa de mortalidade de empresas no Rio Grande do Sul, comparativamente à média nacional e aos demais estados da federação, especialmente São Paulo, cujas pesquisas estão mais avançadas e atualizadas. Conforme Quadro 04, deve-se levar como referência que os índices de mortalidade no RS - 22,5% - são muito próximos à média nacional - 22,02% - e, principalmente, que estão sempre acima dos índices de São Paulo - 17,1% -, cujos dados servem para aferir ao Rio Grande do Sul uma situação sensivelmente mais complicada do que para aquele estado.

Nota-se que as pesquisas específicas sobre a mortalidade de empresas realizadas até o momento, as quais, segundo Najberg et al. (2000), centralizam-se no próprio SEBRAE, dão conta de alguma redução da mortalidade, principalmente no primeiro ano de vida, em função de vários fatores já destacados, além dos quais: um maior apoio gerencial e de gestão oferecidos aos novos empreendedores, algumas facilidades governamentais em termos de redução de impostos e financiamento de capital de giro, o que tem amenizado temporariamente a situação, mas que muito precisa evoluir até a solução do problema.

O mundo contemporâneo vem assistindo ao desenrolar de situações em que o ambiente, no qual atuam as empresas, se apresenta de forma cada vez mais turbulenta e dinâmica, em termos de mercados, de tecnologias, de impactos ecológicos, de mudanças políticas, econômicas, culturais, sociais, etc. Este é o ambiente em que pequenas empresas competem no Brasil, buscando antes de tudo assegurar a sua sobrevivência.

Segundo Kruglianskas (1996), as microempresas e empresas de pequeno porte brasileiras têm dificuldades de alcançar suas metas por diversos motivos, alguns conhecidos, outros obscuros, além de alguns declarados e que carecem de comprovação.

Para as empresas no estágio emergente, Porter (1986) já alertava que uma série de barreiras estruturais e fatores limitantes constrangem a ação das empresas: a ausência de infra-estrutura de instalações, de canais adequados de distribuição e suprimento de serviços complementares necessários, a qualidade irregular dos produtos, as dificuldades de obtenção de matérias-primas e componentes, a ausência de padronização, escala, além de um estado de desconfiança por parte dos clientes e consumidores. Em outra dimensão, há incertezas quanto à imagem e credibilidade das empresas iniciantes junto à comunidade e finalmente ocorrem atrasos e transtornos na obtenção e aprovação das regulamentações que pouco a pouco se estabelecem.

A despeito de a literatura enfatizar o papel do número e da distribuição das empresas segundo o porte e a idade como características básicas, existem poucas conclusões sobre a sobrevivência das empresas e os seus condicionantes, ou seja, sobre o que distingue as experiências bem-sucedidas e quais as restrições que pesam sobre o crescimento das empresas e sua consolidação no mercado (IBGE, 2010).

É nesse contexto que são expostos dados, inclusive de pesquisas recentes, sobre a mortalidade de microempresas e empresas de pequeno porte – que eventualmente podem ser denominadas por micro e pequenas empresas ou simplesmente pela sigla MPEs - especialmente no que diz respeito aos motivos que contribuem para o seu fechamento prematuro.

2.1 Contextualização e enquadramento legal das MPEs

A microempresa é fruto de uma política de desburocratização iniciada em 1979 para agilizar o funcionamento dos pequenos organismos empresariais. É um conceito criado pela Lei 7.256/84 que, até o final de 2006, era regulada pela Lei 9.841, de 5 de outubro de 1999, a qual estabeleceu normas também para as empresas de pequeno porte, em atendimento ao disposto nos Artigos 170 e 179 da Constituição Federal, favorecendo-as com tratamento diferenciado e simplificado nos campos administrativo, fiscal, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial.

A Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, é a legislação mais recente. Em 31 de janeiro de 2009 foi republicada no Diário Oficial da União, contemplando alterações trazidas pela Lei Complementar 127, de 14 de agosto de 2007 e pela Lei Complementar 128, de 19 de dezembro de 2008, passando a vigorar com texto atualizado a partir de 1º de fevereiro de 2009.

A nova legislação instituiu o "Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte", alterando dispositivos das Leis 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, de 1º de maio de 1943, da Lei 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar 63, de 11 de janeiro de 1990 e revogando as Leis 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999.

Com o objetivo de zelar pela manutenção das microempresas e empresas de pequeno porte no mercado, algumas legislações tentaram promover a compatibilização das exigências da atividade empresarial com o volume de recursos movimentados por estas, na alegação de que não seria possível exigir das microempresas e empresas de pequeno porte o que é exigido das empresas de médio e grande porte. A própria Constituição Federal (1988), determinou que a União, Estados, Distrito Federal e os Municípios despendessem tratamento jurídico diferenciado às microempresas e às empresas de pequeno porte, simplificando suas obrigações tributárias, administrativas, previdenciárias e creditícias, instituindo o Princípio da Isonomia Tributária, preconizado em seu art. 150, o qual impõe a desigualdade de tratamento entre os sujeitos passivos que estejam em situação desigual, na medida das desigualdades entre eles havidas.

A diferença de capacidade contributiva entre, de um lado, as microempresas e empresas de pequeno porte e, de outro, as médias e grandes empresas, já justificaria o tratamento diferenciado. Analisando-se o primeiro grupo **(**microempresas e empresas de pequeno porte**)**, observa-se que este, por ser responsável pela geração de grande parte dos empregos do país, conforme exposto adiante, conta com a proteção do Estado, supostamente para conseguir concorrer, ser competitivo numa economia de mercado cada vez mais acirrada, onde são exigidas novas habilidades técnicas e competências gerenciais que atendam as demandas de mercado.

A nova Lei estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, especialmente no que se refere:

> I - à apuração e recolhimento dos impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias;
>
> II - ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, inclusive obrigações acessórias;
>
> III - ao acesso a crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos, à tecnologia, ao associativismo e às regras de inclusão.

Segundo essa mesma Lei, considera-se microempresa ou empresa de pequeno porte a sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou para a circulação de bens ou serviços - exceto aquele que exercer uma profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística - devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

> I - no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica ou a ela equiparada, aufira, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais);
>
> II - no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica ou a ela equiparada, aufira, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

Em seu estudo publicado em 2008 sobre a demografia das empresas, o IBGE utilizou a nomenclatura de porte adaptada a partir da definição adotada pelo *Statistical Office of the European Communities* – EUROSTAT. A única diferença está na primeira faixa, que o EUROSTAT considera de 1 a 9 pessoas ocupadas para caracterizar as microempresas, enquanto que em seu estudo o IBGE considerou as empresas com 0 a 9 pessoas ocupadas, por entender que melhor se adequaria aos critérios definidos pelas suas pesquisas econômicas estruturais. As faixas de porte de pessoal ocupado total consideradas foram as seguintes:

0 a 9 pessoas ocupadas - microempresas;

10 a 49 pessoas ocupadas - pequenas empresas;

50 a 249 pessoas ocupadas - médias empresas; e

250 ou mais pessoas ocupadas - grandes empresas.

O SEBRAE (2007) por sua vez, para efeito de estudos e pesquisas, utiliza o critério de classificação de porte segundo o número de empregados da empresa, sendo:

1) microempresa: no comércio e serviços, até 9 empregados e na indústria e na construção civil, até 19 empregados;

2) pequena empresa: no comércio e serviços, de 10 a 49 empregados e na indústria e na construção civil, de 20 a 99 empregados;

3) média empresa: no comércio e serviços, de 50 a 99 empregados e na indústria e na construção civil, de 100 a 499 empregados;

4) grande empresa: no comércio e serviços, 100 empregados ou mais e na indústria e na construção civil, 500 empregados ou mais.

De acordo com a legislação atual, na elaboração de normas de sua competência, os órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas, dos 3 (três) âmbitos de governo, devem considerar a unicidade do processo de registro e de legalização de empresários e de pessoas jurídicas, articulando as competências próprias com aquelas dos demais membros, e buscar, em conjunto, compatibilizar e integrar procedimentos, de modo a evitar a duplicidade de exigências e garantir a linearidade do processo, da perspectiva do usuário.

A Lei Complementar 128/2008, com vigência a partir de 01.07.2009, criou a figura do Micro Empreendedor Individual – MEI, cujo processo de registro tem trâmite especial por tratar-se de uma categoria à parte de empresas. A princípio são menores do que as microempresas e limitadas pela própria legislação por contemplar características exclusivas, quais sejam: 1) não auferirem receita superior a R$ 36.000,00 no ano anterior; 2) contribuem com apenas R$ 57,15 mensais fixos referentes a contribuições previdenciárias, ICMS e ISS, não estando sujeitas ao recolhimento dos demais tributos que as MPEs contribuem; e 3) possuem um único empregado, o qual não pode receber mais do que um salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional.

Não poderá optar pela sistemática do MEI o micro empreendedor individual: 1) que exerça profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística; 2) que possua mais de um estabelecimento; 3) que participe de outra empresa como titular, sócio ou administrador; e 4) que contrate mais de um funcionário.

Essa categoria de empresas – MEI - por ser muito recente e por não existirem dados estatísticos sobre o seu desempenho, não será contemplada no presente estudo. Porém, o simples fato da permissividade ou do incentivo à constituição de empresas ainda menores do que as microempresas leva supor que, pela evolução das últimas intervenções

governamentais, a crença seja de que os problemas enfrentados pelas empresas emergentes para sua consolidação estariam relacionados ao seu tamanho – ser pequeno seria a saída.

Ao defender que existe uma relação direta entre o porte das empresas e a taxa de sobrevivência, o IBGE (2010) em sua mais recente pesquisa toma posição do outro lado, concluindo – e afirmando – que quanto maior a empresa mais chances ela teria de sobreviver. E baseia isso em outra constatação: nos movimentos de entrada (nascimentos e reentradas) e saídas, as taxas mais elevadas foram observadas entre as empresas sem empregados.

2.2 As MPEs e as Políticas Públicas de apoio

A fim de que seja destacada a inegável participação governamental na condução de um processo de apoio visando a ampliação demográfica das microempresas e empresas de pequeno porte, cita-se algumas distinções protecionistas, derivadas ou combinadas com outras legislações que igualmente possuíam esse caráter, que contemplam as microempresas e empresas de pequeno porte, supostamente com o objetivo de proporcionar maiores condições dessas empresas se manterem no mercado, especialmente no que diz respeito à desburocratização das formalidades e agilização dos serviços inerentes aos processos de registro e baixa de empresas, conforme a Lei Complementar nº 123/2006:

1 - Ficam reduzidos a 0 (zero) os valores referentes a taxas, emolumentos e demais custos relativos à abertura, à inscrição, ao registro, ao alvará, à licença, ao cadastro e aos demais itens relativos a esse processo. Os órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas, nas 3 (três) esferas de governo, no âmbito de suas atribuições, devem manter à disposição dos usuários, de forma presencial e pela rede mundial de computadores, informações, orientações e instrumentos, de forma integrada e consolidada, que permitam pesquisas prévias às etapas de registro ou inscrição, alteração e baixa de empresários e pessoas jurídicas, de modo a prover ao usuário certeza quanto à documentação exigível e quanto à viabilidade do registro ou inscrição.

2 - Os requisitos de segurança sanitária, metrologia, controle ambiental e prevenção contra incêndios, para os fins de registro e legalização de empresários e pessoas jurídicas, devem ser simplificados, racionalizados e uniformizados pelos órgãos envolvidos na abertura e fechamento de empresas, no âmbito de suas competências.

3 - Os órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas que sejam responsáveis pela emissão de licenças e autorizações de funcionamento somente realizarão vistorias após o início de operação do estabelecimento, quando a atividade, por sua natureza, comportar grau de risco compatível com esse procedimento.

4 - O registro dos atos constitutivos, de suas alterações e extinções (baixas), referentes a empresários e pessoas jurídicas em qualquer órgão envolvido no registro empresarial e na abertura da empresa, dos 3 (três) âmbitos de governo, ocorrerá independentemente da regularidade de obrigações tributárias, previdenciárias ou trabalhistas, principais ou acessórias, do empresário, da sociedade, dos sócios, dos administradores ou de empresas de que participem, sem prejuízo das responsabilidades do empresário, dos sócios ou dos administradores por tais obrigações, apuradas antes ou após o ato de extinção.

5 - O arquivamento, nos órgãos de registro, dos atos constitutivos de empresários, de sociedades empresárias e de demais equiparados que se enquadrarem como microempresa ou empresa de pequeno porte, bem como o arquivamento de suas alterações, são dispensados das seguintes exigências:

> I - certidão de inexistência de condenação criminal, que será substituída por declaração do titular ou administrador, firmada sob as penas da lei, de não estar impedido de exercer atividade mercantil ou a administração de sociedade, em virtude de condenação criminal;
>
> II - prova de quitação, regularidade ou inexistência de débito referente a tributo ou contribuição de qualquer natureza.

6 - Não poderão ser exigidos pelos órgãos e entidades envolvidos na abertura e fechamento de empresas, dos 3 (três)âmbitos de governo:

> I - quaisquer documentos adicionais aos requeridos pelos órgãos executores do Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins e do Registro Civil de Pessoas Jurídicas, excetuados os casos de autorização prévia;
>
> II - documento de propriedade ou contrato de locação do imóvel onde será instalada a sede, filial ou outro estabelecimento, salvo para comprovação do endereço indicado;
>
> III - comprovação de regularidade de prepostos dos empresários ou pessoas jurídicas com seus órgãos de classe, sob qualquer forma, como requisito para deferimento de ato de inscrição, alteração ou baixa de empresa, bem como para autenticação de instrumento de escrituração.

7 - É vedada a instituição de qualquer tipo de exigência de natureza documental ou formal, restritiva ou condicionante, pelos órgãos envolvidos na abertura e fechamento de

empresas, dos 3 (três)âmbitos de governo, que exceda o estrito limite dos requisitos pertinentes à essência do ato de registro, alteração ou baixa da empresa.

8 - Fica instituído o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional, o qual implica o recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes impostos e contribuições:

> I - Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica - IRPJ;
> II - Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI;
> III - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido- CSLL;
> IV - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social-COFINS;
> V - Contribuição para o PIS/Pasep;
> VI - Contribuição Patronal Previdenciária - CPP para a Seguridade Social;
> VII - Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação- ICMS;
> VIII - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza-ISS.

9 - Os escritórios de serviços contábeis, individualmente ou por meio de suas entidades representativas de classe, enquadram-se no Simples Nacional, desde que, além de cumprirem com suas próprias obrigações:

> I - promovam atendimento gratuito relativo à inscrição, à opção e à primeira declaração anual simplificada da microempresa individual, podendo, para tanto, por meio de suas entidades representativas de classe, firmar convênios e acordos com a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, por intermédio dos seus órgãos vinculados;
> II - forneçam resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas relativas às microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional por eles atendidas;
> III - promovam eventos de orientação fiscal, contábil e tributária para as microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional por eles atendidas.

10 - Nas licitações é assegurada, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte.

11 - Nas contratações públicas da União, dos Estados e dos Municípios, poderá ser concedido tratamento diferenciado e simplificado para as microempresas e empresas de pequeno porte objetivando a promoção do desenvolvimento econômico e social no âmbito municipal e regional, a ampliação da eficiência das políticas públicas e o incentivo à inovação tecnológica.

12 - As microempresas e as empresas de pequeno porte devem ser estimuladas pelo poder público e pelos Serviços Sociais Autônomos a formar consórcios para acesso a serviços especializados em segurança e medicina do trabalho, sendo dispensadas de:

> I – afixar o Quadro de Trabalho em suas dependências;
> II - anotar as férias dos empregados nos respectivos livros ou fichas de registro;
> III - empregar e matricular seus aprendizes nos cursos dos Serviços Nacionais de Aprendizagem;
> IV – possuir o livro intitulado “Inspeção do Trabalho”; e
> V - comunicar ao Ministério do Trabalho e Emprego a concessão de férias coletivas.

13 - A fiscalização, no que se refere aos aspectos trabalhista, metrológico, sanitário, ambiental e de segurança das microempresas e empresas de pequeno porte deve ter natureza prioritariamente orientadora, quando a atividade ou situação, por sua natureza, comportar grau de risco compatível com esse procedimento.

14 - O Poder Executivo federal proporá, sempre que necessário, medidas no sentido de melhorar o acesso das microempresas e empresas de pequeno porte aos mercados de crédito e de capitais, objetivando a redução do custo de transação, a elevação da eficiência alocativa, o incentivo ao ambiente concorrencial e a qualidade do conjunto informacional, em especial o acesso e portabilidade das informações cadastrais relativas ao crédito.

15 - Os bancos comerciais públicos, os bancos múltiplos públicos com carteira comercial e a Caixa Econômica Federal devem manter linhas de crédito específicas para as microempresas e para as empresas de pequeno porte, devendo o montante disponível e suas condições de acesso ser expressos nos respectivos orçamentos e amplamente divulgados. As mencionadas instituições devem publicar, juntamente com os respectivos balanços, relatório circunstanciado dos recursos alocados às linhas de crédito referidas e aqueles efetivamente utilizados, consignando, obrigatoriamente, as justificativas do desempenho alcançado.

16 - O Banco Central do Brasil poderá disponibilizar dados e informações para as instituições financeiras integrantes do Sistema Financeiro Nacional, inclusive por meio do Sistema de Informações de Crédito - SCR, visando ampliar o acesso ao crédito para microempresas e empresas de pequeno porte e fomentar a competição bancária.

17 - As microempresas e as empresas de pequeno porte são desobrigadas da realização de reuniões e assembléias em qualquer das situações previstas na legislação civil, as quais

serão substituídas por deliberação representativa do primeiro número inteiro superior à metade do capital social.

18 - Os empresários e as sociedades de que trata esta Lei Complementar, nos termos da legislação civil, ficam dispensados da publicação de qualquer ato societário.

19 - O protesto de título, quando o devedor for microempresário ou empresa de pequeno porte, é sujeito à seguinte condição:

> (...) sobre os emolumentos do tabelião não incidirão quaisquer acréscimos a título de taxas, custas e contribuições para o Estado ou Distrito Federal, carteira de previdência, fundo de custeio de atos gratuitos, fundos especiais do Tribunal de Justiça, bem como de associação de classe, criados ou que venham a ser criados sob qualquer título ou denominação, ressalvada a cobrança do devedor das despesas de correio, condução e publicação de edital para realização da intimação (LEI COMPLEMENTAR 123, DE 14.12.2006).

20 - As microempresas e empresas de pequeno porte devem ser estimuladas a utilizar os institutos de conciliação prévia, mediação e arbitragem para solução dos seus conflitos, compreendendo campanhas de divulgação, serviços de esclarecimento e tratamento diferenciado, simplificado e favorecido no tocante aos custos administrativos e honorários cobrados.

Aqui se estabelece, ao mesmo tempo, uma contradição e uma dificuldade, que ensejam boa discussão acerca do problema de pesquisa, o qual nunca é demais relembrar: captar melhor os motivos pelos quais a maioria das pequenas empresas que são abertas no Brasil atualmente não prospera.

Percebe-se nos textos legais a declarada tentativa do governo em promover a microempresa e empresa de pequeno porte. Não se estaria questionando essa disposição em proteger o segmento, nem o próprio texto legal, se os resultados dessa intervenção fossem palpáveis ou se a sustentação dessas empresas no mercado fosse garantida. Questiona-se, isso sim, as formas como se está querendo promovê-las, que mais parecem ‘tiros na lua’, e, principalmente, se é realmente desse tipo de apoio que elas estão necessitando.

Além de ser inegável o incentivo à abertura de empresas, conforme se verifica, a legislação torna mais fácil ainda o seu fechamento. Essa mesma legislação, muito atual, apesar de demonstrar o engajamento do governo, pode estar provocando a ampliação do problema e a confirmação da hipótese deste estudo, de que no Brasil “abrem-se empresas além do que o mercado comporta”. E realmente era muito fácil abrir uma micro ou pequena

empresa antes dessa nova Lei. Agora, melhorou. É assim que devem estar pensando aqueles que precisam sobreviver das empresas em dificuldade. Mas não aqueles que entram em um beco sem saída ao criar uma empresa sem as mínimas condições de prosperidade.

Oportuno se faz nesse momento o estudo de Ítalo Minello (2010), cujos resultados de sua pesquisa com empresários que fracassaram permitiram identificar alguns aspectos comportamentais dos empreendedores entrevistados. Antes da descontinuidade do negócio, os estilos de enfrentamento mais utilizados indicaram que eles agiram sem pensar e sem planejar, eram onipotentes, acreditavam que poderiam transpor qualquer obstáculo e se achavam melhores que os outros. Porém, durante a descontinuidade do negócio, a ideação suicida e a identificação projetiva foram as evidências mais significativas.

Se apenas essa impulsividade dos indivíduos de se lançarem empresários já se configura como um risco, conforme se expõe adiante, provocando o que se sabe sobre os índices de mortalidade, de altas entradas e saídas de empresas do mercado, de dificuldades e erros estratégicos, esse tipo de "apoio" governamental em muito contribui para o agravamento dessas mesmas questões. Não é facilitando a abertura e o fechamento de empresas que se reduz o fechamento. É quase matemático. E isso tudo provoca a questão derradeira para o assunto em pauta: é por esse tipo de políticas que as microempresas e empresas de pequeno porte verão pelo menos amenizado o seu problema mais crucial que é a dificuldade em se manter no mercado?

Sengenberger & Pike (1999) enfatizam que até pouco tempo atrás dizia-se que o Estado transformara-se em um estorvo à livre iniciativa, desenvolvendo-se um movimento muito influente cujo objetivo era enxugar o Estado e cortar supostas restrições que este impunha à concorrência, ao funcionamento de mercados livres, à eficiência e ao crescimento econômico.

> Ultimamente, contudo, o pêndulo voltou ligeiramente para o outro lado, pois percebeu-se que, apesar dos excessos que possam ter existido no passado, o Estado tem um papel vital a desempenhar, nos planos nacional e local, em relação ao desenvolvimento e à recuperação das economias regionais. Hoje pensa-se que essa afirmação é pertinente tanto aos países industrializados como ao mundo em desenvolvimento (SENGENBERGER & PIKE, 1999, p. 138).

Segundo os autores, o envolvimento do Estado pode revestir aspectos qualitativamente novos pelo fato de passar a fazer parte de novos tipos de estruturas e práticas sociais, econômicas e administrativas. Na provisão de infra-estrutura de serviço e meio ambiente, por exemplo, que vai da criação de parques industriais especiais ao incentivo à instalação de

centros de serviços reais e à introdução de serviços financeiros e educacionais adequados. Ou, trabalhar com centros de serviços reais ou centros especializados em análise econômica no intuito de identificar os pontos fracos da economia. A intervenção também poderia assumir a forma de apoio ativo a uma associação independente de proprietários de pequenas empresas capaz de tornar-se forte porta-voz de políticas que promovam seus interesses setoriais específicos.

Mas o que se apresenta neste estudo vai além de apenas questionamentos. Provoca-se a discussão justamente por entender que há outras formas de promover o empreendedorismo através inclusive de políticas públicas acertadas. É o caso da possibilidade do ensino ao empreendedorismo nas escolas. Dornelas (2008) responde a essa questão recorrente dizendo ser interessante observar o quanto esta possibilidade desperta a curiosidade das pessoas, as quais esperam inclusive uma resposta mágica. O fato é que o empreendedorismo é algo abrangente, um conceito que pode ser aplicado a várias situações e pessoas e que tem sido cada vez mais pesquisado. Segundo o autor, empreendedorismo pode envolver a criação de negócios, a gestão de negócios, ou ainda a busca da realização dos sonhos, mesmo que não estejam relacionados à criação ou à gestão de empresas.

No caso do negócio próprio, nota que muito do que é praticado pelos empresários/empreendedores pode e deve ser ensinado aos iniciantes e mesmo àqueles mais experientes. Dornelas relata que estas práticas formam um conjunto de experiências e casos de sucesso e de fracasso que servem de referência aos que se deparam com dilemas empresariais. E que este deve ser o principal foco do ensino de empreendedorismo. Trazendo dados do Sebrae, em que mais de 200 mil alunos tiveram contato com o ensino de empreendedorismo nos últimos 5 anos, o autor provoca que se pergunte: qual o resultado desta iniciativa? E ele mesmo responde: “Enganam-se aqueles que esperam ver os estudantes de ontem rapidamente tornando-se donos do próprio negócio”.

Exatamente na perspectiva deste estudo, Dornelas (2008) esclarece que o ensino do empreendedorismo não deve ter como objetivo principal a criação imediata de novos negócios, mas passar conceitos e experiências aos potenciais futuros empreendedores do próprio negócio ou de qualquer outra atividade profissional. E que o professor de empreendedorismo deve estar preparado para este desafio, pois não se pode confundir ou impor como meta do ensino de empreendedorismo a necessidade de se criar novos negócios. Conclui o autor que, com esta visão mais abrangente, o Brasil conseguirá entrar numa nova fase do empreendedorismo nacional: a da realização e concretização das iniciativas, pois não

basta aumentar os números de negócios criados; o que se precisa é aumentar o número de negócios bem-sucedidos.

2.3 Demografia das empresas segundo o IBGE

Para o IBGE (2010), o estudo da demografia das empresas teve início em 2000, tendo a publicação das "Estatísticas do Cadastro Central de Empresas - CEMPRE" como parte integrante da análise dos resultados, mantendo-se assim até 2004. Nos anos de referência 2005 e 2006, tornou-se uma publicação da série "Estudos e Pesquisas", com base na Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 1.0. Em 2008, divulgou estudo comparativo sobre a demografia das empresas no Brasil referentes aos anos de 2000 a 2006, o qual contempla as empresas de todos os portes do segmento formal da economia brasileira. Esse estudo é o mais completo do IBGE e permite analisar o estoque total de empresas a cada ano, as taxas de entrada, de saída e de sobrevivência das empresas no mercado (Tabela 01) e seu impacto sobre variáveis econômicas, tais como: pessoal ocupado total, pessoal assalariado e salários pagos, tempo de permanência das empresas existentes no mercado, dentre outras possibilidades.

Tabela 01 – Empresas ativas, criadas, extintas e saldo anual – Brasil – 2000-2006

	EMPRESAS			
ANO	Total	Criadas	Extintas	Saldo Anual
2000	3.736.766	639.526	414.138	225.388
2001	4.235.793	829.302	330.276	499.026
2002	4.494.784	720.406	461.415	258.991
2003	4.659.594	677.202	512.392	164.810
2004	4.846.609	716.603	529.588	187.015
2005	5.094.572	792.030	544.067	247.963
2006	5.140.951	710.868	664.489	46.379
Média		**726.567**	**493.766**	**232.800**

Fonte: IBGE (2008) - Diretoria de Pesquisas/CEMPRE 2000-2006

Em 2010, tendo como referência os anos de 2005 a 2008, o estudo do IBGE apresenta uma nova metodologia em virtude da adoção de novos critérios de seleção de empresas ativas no CEMPRE, da utilização da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE 2.0[5]

[5]Em 2007, com o objetivo de manter a comparabilidade internacional, bem como de dotar o País com uma classificação de atividades econômicas atualizada com as mudanças no sistema produtivo das empresas, passou a vigorar a versão 2.0 da CNAE. Ela é resultado de um amplo processo de revisão baseado nas mudanças introduzidas na revisão 4 da *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas - CIIU (International Standard Industrial Classification of all Economic Activities - ISIC), sendo*

e da compatibilização de uma série de indicadores em conformidade com a metodologia internacional elaborada pela OCDE - Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico.

A partir de 2007 são apresentadas, como nos anos anteriores, as taxas de entrada, saída e sobrevivência (Tabela 02) segundo o porte das empresas e as atividades econômicas, assim como a mobilidade das empresas por porte. Contudo, há uma subdivisão das empresas entrantes em "nascimentos e reentradas" e pela primeira vez são mostradas informações sobre as empresas de "alto crescimento" e as empresas "gazelas" existentes na economia brasileira, além do seu impacto na geração de postos de trabalho assalariado formais entre 2005 e 2008. Empresa de alto crescimento é a empresa com crescimento médio de pessoal ocupado assalariado maior que 20% ao ano, por um período mínimo de três anos. Empresa "gazela" é uma empresa de alto crescimento com até oito anos de idade no ano de referência.

Até 2006, conforme Tabela 01, a média de saídas em relação às entradas se deu na proporção de 493.766 saídas para 726.567 entradas, no percentual de 67,96%. Entre 2007 e 2008, entretanto, conforme Tabela 02, surgiram 889,5 mil empresas e outras 719,9 mil fecharam, elevando o percentual para 80,93%[6].

---

aprovada pela Comissão Nacional de Classificação - CONCLA, através da Resolução CONCLA nº 1/2006, de 04.09.2006, publicada no Diário Oficial da União em 05.09.2006.

[6] Os dados publicados pelo IBGE em 2010, apenas referentes aos anos de 2007 e 2008, trazem mudanças na metodologia as quais contribuíram significativamente para as diferenças detectadas. Além da inesperada taxa de mortalidade de 80,93%, a quantidade de empresas ativas passou de 5.140.951 em 2006 para 4.077.662 em 2008.
O novo critério para seleção das unidades ativas que fazem parte do âmbito das Estatísticas do Cadastro Central de Empresas considera as seguintes situações:
- Empresas e outras organizações provenientes da RAIS ou das pesquisas econômicas anuais do IBGE que tinham 5 ou mais pessoas ocupadas assalariadas em 31.12 do ano de referência, independente da situação cadastral da empresa ou de qualquer outra informação;
- Empresas e outras organizações com 0 a 4 pessoas ocupadas assalariadas, que se declararam como "em atividade" na RAIS no ano de referência e que não tenham nenhum indicativo de inatividade nas pesquisas econômicas anuais do IBGE;
- Empresas e outras organizações que tiveram informação econômica nas pesquisas econômicas anuais do IBGE, independente da situação cadastral e condição de atividade informada na RAIS.
Esta mudança nos critérios de seleção provocou uma redução de 24,8% no total de empresas e outras organizações do CEMPRE em relação ao divulgado em 2008 com referência ao ano 2006, com o antigo critério de seleção de unidades ativas. A redução no total de unidades ativas se deve à exclusão das unidades que preenchem a RAIS com indicativo de inatividade e das que se autodeclaram como 'não exercendo atividade econômica' no ano de referência.
Por ser mais completa e abrangente do que a de 2010, a maior referência é a pesquisa IBGE/CEMPRE 2008.

Tabela 02 – Número de empresas e distribuição segundo o tipo de evento demográfico - Brasil - 2008

Tipo de Evento Demográfico	Número de Empresas	
	Total	%
Ativas	4.077.662	100,0
Sobreviventes	3.188.176	78,2
Entradas	889.486	21,8
Nascimentos	558.608	13,7
Reentradas	330.878	8,1
Saídas	719.915	17,7

Fonte: IBGE (2010) - Diretoria de Pesquisas, CEMPRE 2005-2008

Os dados pesquisados – Tabela 01 - revelam que o número de empresas ativas no Cadastro Central de Empresas - CEMPRE - apresentou um crescimento contínuo entre 2000 e 2006 no Brasil, passando de 3,7 milhões para 5,1 milhões. Porém, trazem à discussão esse dado preocupante, cujo significado ainda carece de aprofundamento: é a extinção anual de empresas no Brasil, cuja média foi, segundo o IBGE (2008), de 67,96% até 2006, subindo para 80,93% em 2007-2008 (IBGE 2010), aparentemente contrastando com os dados da última pesquisa nacional do SEBRAE[7] (2008), cujos resultados revelaram que a mortalidade de pequenas empresas foi de 22,0% até o segundo ano, 31,3% até o terceiro e 35,9% até o quarto ano. Se, por um lado – IBGE -, as pesquisas mostram que a mortalidade total dá poucos sinais de redução, por outro – SEBRAE -, trazem boas perspectivas para as pequenas empresas entrantes.

Entre as hipóteses mais prováveis para essa diferença de percentual demonstrada pelo IBGE (2008 e 2010) a que mais contribui para explicar o fenômeno é a desburocratização, propiciada justamente pelas alterações trazidas pelas novas legislações implementadas a partir de 2006, ano da Lei Complementar nº 123/2006, imprimindo maior agilidade nos registros e baixas de empresas. Acontece que, quanto aos registros, se entende não haver mudado nada, pois que ele sempre foi efetuado de forma simples e ágil. As baixas é que não teriam ocorrido em função do moroso processo de encerramento, em segundo lugar, mas muito mais em função do alto custo inerente ao ato, pela obrigatoriedade de obtenção das certidões de quitação de dívidas públicas – impostos, taxas e contribuições previdenciárias – normalmente as primeiras deixadas de lado nas dificuldades financeiras que antecedem o fim da atividade.

[7] As amostras foram calculadas com base em dados cadastrais da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Cadastro Central de Empresas do IBGE (CEMPRE), do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) da Secretaria da Receita Federal e das Juntas Comerciais Estaduais.

Outra hipótese para o aumento significativo na taxa de fechamentos é o novo critério adotado pelo IBGE a partir de 2007, de considerar como extinta a empresa que deixou de apresentar a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS por dois anos seguidos, mesmo sem ter confirmação desse dado nos órgãos de registro e baixa.

A partir de 2007, conforme pesquisa IBGE (2010), tem-se uma acomodação nos percentuais de baixas a valores preocupantes. Essa alta mortalidade – 80,93% - talvez sempre tenha existido, faltando apenas o ato formal da baixa dos registros. Por esse ângulo, já não causa espanto a diferença – e principalmente o aumento – nos percentuais revelados pela pesquisa. E derruba por terra a crença de que o movimento de entradas e saídas de pequenas empresas no mercado brasileiro estaria diminuindo.

Esses dados vêm ampliar, não só esta discussão mas o problema em si, à medida que expõe maior fragilidade não apenas das empresas que se lançam no mercado, mas também daquelas cuja existência vai além dos cinco anos abordados pelo SEBRAE em suas pesquisas. O fenômeno da mortalidade, então, não é exclusivo das novas empresas.

Conforme o IBGE (2008), foram criadas anualmente até 2006 no Brasil em média 726.567 empresas e extintas 493.766, resultando nesse percentual médio de 67,96% de empresas extintas sobre as empresas criadas. Mas há que se reportar a outros dados subentendidos na mesma Tabela 01, os quais podem ser melhor visualizados através da ampliação dos cálculos procedida na Tabela 03[8].

Tabela 03 – Percentual das empresas criadas e extintas no Brasil de 2000 a 2006

Ano	Total	Criadas	**% Criadas**	Extintas	**% Extintas**	Saldo	**% Saldo**
2000	3.736.766	639.526	17,11	414.138	11,08	225.388	6,03
2001	4.235.793	829.302	19,58	330.276	7,80	499.026	11,78
2002	4.494.784	720.406	16,03	461.415	10,27	258.991	5,76
2003	4.659.594	677.202	14,53	512.392	11,00	164.810	3,54
2004	4.846.609	716.603	14,79	529.588	10,93	187.015	3,86
2005	5.094.572	792.030	15,55	544.067	10,68	247.963	4,87
2006	5.140.951	710.868	13,83	664.489	12,93	46.379	0,90
	% Médio		**15,92**		**10,67**		**5,25**

Fonte: Adaptação de IBGE/CEMPRE (2008)

[8] Os percentuais calculados pelo pesquisador nas Tabelas 02, 03 e 04 são aproximados. Portanto, podem não ser exatamente iguais àqueles demonstrados pelo IBGE nas Tabelas 01 e 03, provavelmente fruto de arredondamentos. Porém, em nada alteram as conclusões, pois as proporcionalidades são mantidas.

Através da Tabela 03 tem-se uma nova visão do comportamento quantitativo referente à mortalidade efetiva das empresas. Os dados apresentados pelo IBGE (2008) indicam que na realidade prosperam em média apenas 5,25% das empresas criadas anualmente no Brasil, tendo como base o seu estoque total, ou, enquanto são criadas 15,92%, são extintas 10,67% por ano, sendo as primeiras todas novas e as últimas não. E as empresas criadas são exatamente essas, mas as extintas talvez sejam mais[9].

Manipulando um pouco mais os números do IBGE (2008) referentes às empresas criadas e extintas no Brasil, depara-se com outro dado que precisa ser explicado e comparado com aqueles divulgados pelo SEBRAE-SP (2010), onde a taxa de mortalidade média no estado de São Paulo teria chegado a 27% no primeiro ano, 37% no segundo e 46% no terceiro ano de vida. Necessário se faz esclarecer que essas taxas se referem apenas às micro e pequenas empresas que ingressaram no mercado nos últimos cinco anos, pois as empresas maiores ou com maior idade, fogem ao universo de interesse do SEBRAE e normalmente não fazem parte de seu objeto de pesquisa. Por esse motivo é que se entende ser a pesquisa do SEBRAE apenas parte da pesquisa do IBGE.

Para melhor esclarecer e embasar a discussão, na Tabela 04 expõe-se novos cálculos referentes à mortalidade de empresas no Brasil no período de 2000 a 2006, segundo informações de pesquisas divulgadas pelo IBGE (2008).

Tabela 04 – Percentual de empresas extintas – Brasil: 2000 a 2006

Ano	Criadas	Extintas	**% Extintas**	Saldo	**% Saldo**
2000	639.526	414.138	64,76	225.388	35,24
2001	829.302	330.276	39,83	499.026	60,17
2002	720.406	461.415	64,05	258.991	35,95
2003	677.202	512.392	75,66	164.810	24,34
2004	716.603	529.588	73,90	187.015	26,10
2005	792.030	544.067	68,69	247.963	31,31
2006	710.868	664.489	93,48	46.379	6,52
% Médio			**67,96**		**32,04**

Fonte: Adaptado de IBGE/CEMPRE (2008)

Embora o IBGE enfatize apenas a demografia das empresas no Brasil, a riqueza de seus dados permite que sejam deduzidos os índices de mortalidade, proporcionando elementos de confrontação, correlação ou confirmação com outras pesquisas afins. Assim, através dos

[9] É de simples verificação a quantidade de empresas criadas a cada ano. Porém, pode ocorrer que haja algumas - ou muitas - empresas que deixam de operar sem que sua baixa seja requerida e processada. É por esse motivo que se entende que a taxa de empresas Extintas seja, invariavelmente, subestimada.

dados da Tabela 04, combinados com os da Tabela 02, pode-se ter uma noção mais exata da taxa de mortalidade de empresas no Brasil com base nas empresas criadas e extintas a cada ano. Percebe-se que, sendo 67,6% até 2006 e 80,93% em 2008 o percentual médio anual de empresas extintas, configura-se uma nova situação até então pouco propalada por outros estudos acerca do problema da mortalidade das micro e pequenas empresas, sobre as quais reside a maior incidência de casos.

Há de se ressaltar que o IBGE toma por base o estoque total de empresas (médias e grandes inclusive), independentemente da idade. O SEBRAE, conforme exposto, além de não incluir as médias e grandes empresas em suas pesquisas, faz um recorte dos dados dos últimos cinco anos apenas, o que contribui para que os percentuais das duas entidades não encontrem sintonia. Considere-se também a informação trazida pelo próprio SEBRAE (2008) de que apenas 2% do total de empresas do país são médias ou grandes e, nesse caso, a redução se daria muito mais em função de fusões do que do fechamento propriamente dito. Por isso, mesmo que estas fizessem parte da pesquisa, talvez não se alterariam significativamente os percentuais de mortalidade.

As diferenças nos percentuais publicados, em hipótese alguma sugerem distorções da realidade. Os dados são esses e, dentro da proposta de cada entidade, com a utilização de metodologia própria, são dados científicos e não há o que se discutir a respeito. Mas a discussão precisa evoluir. Os pesquisadores têm que procurar elementos que debelem suas curiosidades e suas ansiedades. E nesse momento, para início de investigação, acaba de se esclarecer o "porquê" dessa diferença e sob quais circunstâncias cada percentual encontra sentido a partir de uma análise específica. É exclusivamente porque o SEBRAE toma como base apenas as microempresas e empresas de pequeno porte criadas nos últimos cinco anos, com acompanhamento de seus passos a cada ano e monitoramento da longevidade. O IBGE toma como base o universo de todas as empresas (estoque total), de todos os portes, que são abertas ou que encerram suas atividades no Brasil anualmente.

Porém, apenas identificar o 'por que' da diferença não permite avançar substancialmente na questão. Faz-se necessário uma consideração sobre a amplitude de cada indicador. Entendendo que o indicador do IBGE é mais abrangente e que o universo pesquisado pelo SEBRAE é apenas parte das empresas existentes, pode-se inferir que a mortalidade declarada pelo SEBRAE também é apenas parte da mortalidade total. Sendo as taxas do SEBRAE inferiores às do IBGE e admitindo-se que a mortalidade das médias e grandes empresas pouco interferem nos índices declarados, a maior parcela dessa diferença

deve ser atribuída à mortalidade de micro e pequenas empresas com mais de cinco anos de vida. Interessa a este estudo abordar o problema por inteiro, tendo presente que "80,2% das empresas que entraram no mercado em 2008 não tinham empregados" (IBGE, 2010, p. 24).

Conforme constatado pelas pesquisas do IBGE (2008 e 2010), no Brasil a extinção de empresas vem se mantendo, historicamente, num percentual elevado e não mostra sinais de redução significativa nos últimos anos. Já as pesquisas do SEBRAE-SP (2008) demonstram que a mortalidade vem diminuindo e credita isso:

> [...] às estratégias que adotou frente a este desafio gigante, dentre elas a expansão das ações de capacitação e de articulação junto aos formuladores de políticas públicas, como estratégia fundamental da entidade, a fim de criar um ambiente favorável ao fortalecimento e à consolidação dos pequenos negócios (SEBRAE-SP, 2008, p.6).

Aqui cabe outra intervenção, a qual começa a definir um posicionamento do pesquisador: as empresas com mais de cinco anos de atividade necessitam tanto ou mais atenção do que as novas. Em se admitindo que a mortalidade vem se mantendo alta, e que as novas empresas estão conseguindo um maior apoio em termos de capacitação, gestão e políticas públicas a elas direcionadas, o problema começa a ser repassado às empresas mais antigas, incluindo a responsabilidade pela extinção de postos de trabalho.

Essa constatação não invalida as ações do SEBRAE, muito pelo contrário. Os dados aí estão e comprovam que as estratégias adotadas deram resultado. Realmente, as novas pequenas empresas estão nascendo com melhores noções sobre estratégias, competitividade e empreendedorismo. E é esse diferencial que fez aumentar a possibilidade delas se firmarem no mercado. Tudo isso seria plenamente compreensível não fosse uma questão inquietante e que talvez não se atinja sua completa amplitude: a que preço?

Em recente trabalho, Rocco (2008) empenhou-se em estabelecer as relações de causalidade entre constituição e extinção de empresas e o fez através de um modelo de vetores auto-regressivos e teste de causalidade. É um estudo investigativo da inter-relação dinâmica entre a constituição e extinção de empresas no Brasil entre janeiro de 1985 e dezembro de 2007. No trabalho o autor constatou que no período inflacionário, entre1985 e 1994, as constituições de empresas levaram às extinções e sugeriu ser o fenômeno decorrente dos seguintes fatores: do aumento da concorrência com empresas mais eficientes, da consequente baixa no lucro de empresas antigas que não se adaptaram ao surgimento das novas, e de dificuldades financeiras encontradas no ambiente econômico. Para o mesmo período o

resultado foi de que extinções não causam novas constituições. Porém, o autor encontra para o período 1995 a 2007 a situação em que constituição causa extinção e vice-versa.

De acordo com a Figura 08, a taxa média de entrada de empresas no mercado, entre 2000 e 2006, foi de 16,9%, enquanto a de saída foi de 11,2%, representando um crescimento médio anual de 5,7% no total de empresas ativas no período. A taxa de entrada de empresas no mercado oscilou de 22,2% em 2001, a 14,0% em 2006, enquanto a de saída oscilou de 8,8% em 2001, a 13,0% em 2006.

Sendo o volume de entrada, em cada ano, superior ao de saídas, o saldo anual de empresas ativas sempre foi positivo. Segundo o IBGE (2008), essa é uma característica própria dos dados provenientes de cadastros, tendo em vista a constatação de que o registro da entrada de uma empresa é mais facilmente verificado do que a saída, que depende não somente da não-existência da empresa no ano mas também da baixa ou encerramento de suas atividades nos registros administrativos.

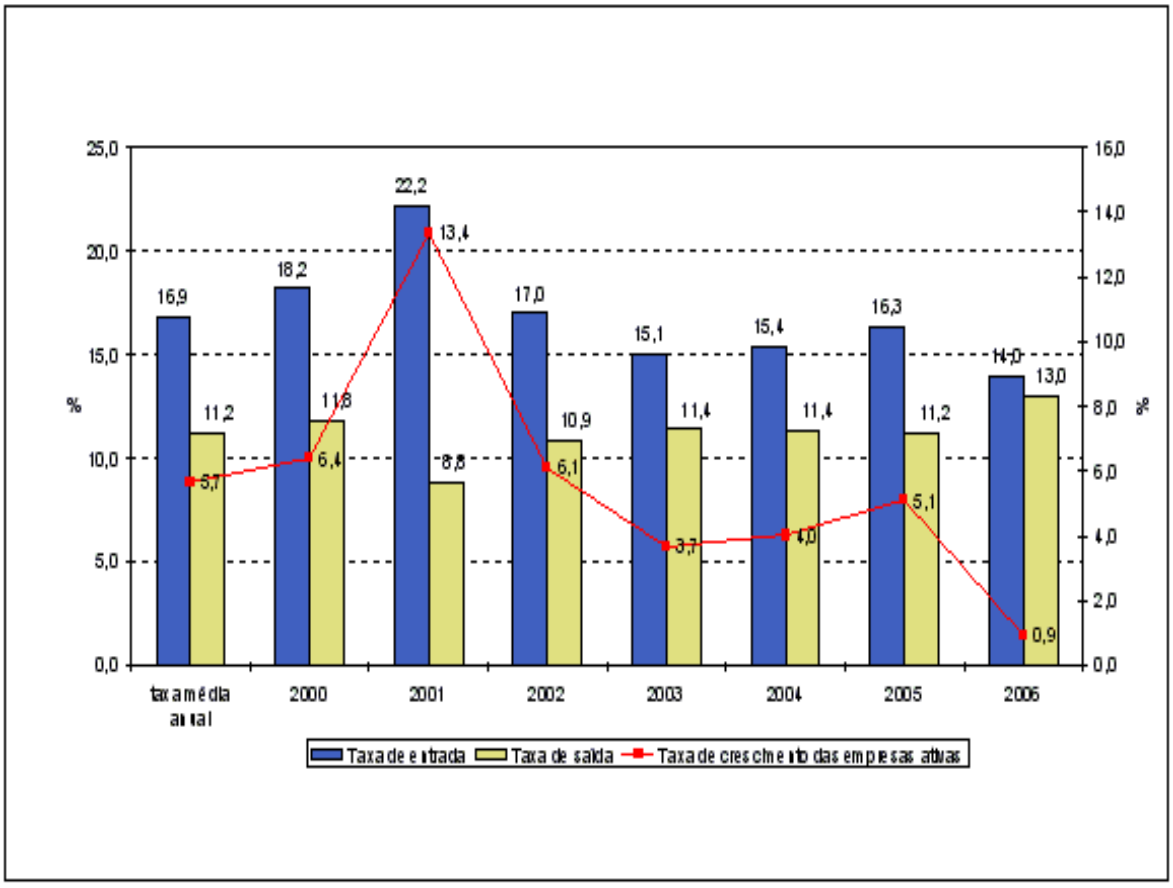


Figura 08 – Taxa de entrada, saída e de crescimento das empresas ativas no Brasil
Fonte: IBGE – Estudo sobre a demografia das empresas (2008)

A taxa de crescimento das empresas ativas nunca foi tão baixa como no último ano pesquisado pelo IBGE – 2006 -, com uma taxa de 0,9% sobre o estoque de empresas ativas.

Contribuíram para isso a alta taxa de saída no ano, 13%, que foi a maior taxa registrada entre 2000 e 2006, mas que segue uma tendência estatística, conforme demonstrado na Figura 08, qual seja a de manter-se próximo a esse nível ou acima.

Estes novos dados vêm, ao mesmo tempo, sugerir uma maior complexidade e justificar uma maior preocupação com o problema objeto deste estudo, cujos desdobramentos e considerações far-se-ão ao longo do texto.

2.4 Participação das MPEs na distribuição da renda e nos empregos

Segundo o IBGE (2008), as maiores taxas de entrada foram observadas nas atividades relacionadas à agricultura, pecuária, silvicultura, exploração florestal e pesca e em atividades relacionadas aos serviços como outros serviços coletivos, sociais e pessoais e atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas. Por outro lado, as menores taxas foram observadas em atividades industriais, as quais apresentam maiores barreiras à entrada, como maior necessidade de investimentos produtivos e/ou conhecimento tecnológico, caso das indústrias extrativas e das indústrias de transformação. As atividades de saúde e serviços sociais, a partir de 2001 também estão entre as menores taxas de entrada.

De cada dez empregos formais criados pelas empresas novas (com até cinco anos), entre 2000 e 2006, quatro foram no comércio, três nos serviços e três na indústria. Em média, cinco foram em microempresas, três em pequenas, um nas médias e um nas grandes. Empresas criadas entre 2001 e 2006 foram responsáveis por 46,5% do emprego formal em empresas no ano. Essas são algumas das conclusões do estudo sobre a demografia das empresas, publicado em 2008, que focalizou 5,1 milhões de um total de 5,7 milhões de empresas e outras organizações ativas no Cadastro Central de Empresas – CEMPRE, no período de 2000 a 2006.

Essas empresas ocuparam, no último ano da pesquisa, 30,2 milhões de pessoas, sendo 23,3 milhões (77,2%) assalariadas. Elas pagaram R$ 324,5 bilhões em salários e outras remunerações, o que corresponde a um salário médio mensal de R$ 1.072,00 ou 3,2 salários mínimos mensais. O estudo revelou que mais de 90% delas eram microempresas, 40,6% eram novas (com até 5 anos de idade) e mais da metade (53,4%) pertenciam ao setor do comércio, seguido pelas atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados a empresas (12,7%) e pelas indústrias de transformação (10,3%). O número médio de pessoal ocupado por empresa

foi de 6 pessoas, sendo 5 como assalariadas, que recebiam em média 3,2 salários mínimos mensais.

A análise por porte das empresas revelou que as grandes empresas representavam uma pequena parcela desse conjunto (0,2%), porém absorviam 32,0% das pessoas ocupadas, 41,4% das pessoas assalariadas e pagaram 57,7% do total de salários e outras remunerações no ano.

Os menores salários eram pagos pelas microempresas, R$ 654,00 (1,9 salário mínimo mensal) em média, enquanto os maiores eram pagos pelas grandes empresas, R$ 1.494,00 (4,4 salários mínimos mensais), uma diferença de 128,4%. As grandes empresas pagaram salários 39,4% acima da média nacional. Em relação à idade das empresas ativas em 2006, 40,6% eram novas (com até cinco anos), enquanto 39,2% tinham 10 anos ou mais.

O comércio absorveu quase um terço (31,5%) das pessoas ocupadas no ano. A indústria de transformação empregou uma em cada quatro pessoas ocupadas (25,0%) e as atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados a empresas, 13,8%.

Em 2006, 23,3 milhões de pessoas eram assalariadas formais nas empresas brasileiras. Deste total, 12,5 milhões (53,5%) estavam empregadas em empresas consideradas sobreviventes entre 2000 e 2006, enquanto 10,8 milhões (46,5%) estavam empregadas em empresas criadas entre 2001 e 2006.

As indústrias extrativas (33,5%) e de produção e distribuição de eletricidade, gás e água (30,9%) apresentaram as maiores participações de empresas sobreviventes entre 2000 e 2006. Por outro lado, transporte, armazenagem e comunicações (21,3%) e pesca (18,3%) foram as menores. Entre as 404,4 mil empresas sobreviventes entre 2000 e 2006, metade era do comércio (49,9%), 17,6% era das indústrias de transformação e 7,7% das atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas. Entre as 1,3 milhão de empresas criadas entre 2001 e 2006, as atividades mais importantes foram as mesmas das sobreviventes, entretanto, as empresas comerciais representavam mais da metade dessas empresas, 53,5%, enquanto as indústrias de transformação foram somente 13,6% e atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados a empresas, 8,4%. Em termos absolutos, o aumento do número de empresas comerciais novas no período (701,3 mil) foi 3,9 vezes superior ao das indústrias de transformação (178 mil).

A análise da distribuição do pessoal assalariado nas empresas sobreviventes revela a importância e a maior confiança das indústrias de transformação. Do total de 12,4 milhões de

pessoas assalariadas nas empresas sobreviventes, 4,1 milhões (32,8%) estava nas indústrias de transformação, o que representa 60,1% do total de pessoas assalariadas nesta atividade e 17,5% do total de pessoas assalariadas em 2006. Entre as empresas criadas, destacou-se o comércio, que foi responsável pela geração de 30,5% (3,3 milhões) do total de 10,8 milhões de pessoas assalariadas, o que representa 54,1% do pessoal assalariado nesta atividade e 14,2% do total de pessoas assalariadas no ano.

2.5 As microempresas criadas e extintas no Brasil

Conforme IBGE (2008), a análise por porte revelou que 92,2% das empresas criadas a cada ano foram microempresas (0 a 9 pessoas ocupadas). A sua participação ampliou-se em 1,7 pontos percentuais entre 2000 e 2006, em contrapartida à redução da participação das pequenas (10 a 49 pessoas ocupadas). As empresas médias (50 a 249 pessoas ocupadas) e as grandes (250 ou mais pessoas ocupadas) mantiveram-se com participação constante ao longo do período analisado, de 0,6% e 0,2% respectivamente.

O predomínio das microempresas na quantidade de empresas novas não ocorre na mesma proporção do pessoal assalariado. Entretanto, elas foram responsáveis por quase metade (47,0%, em média) dos postos assalariados formais gerados por essas empresas a cada ano analisado. Entre 2000 e 2005, elas ampliaram sua participação, passando para 49,3%, em contrapartida a uma redução das empresas dos demais portes, destacadamente das grandes empresas que tiveram sua participação reduzida de 11,8% para 9,0%, muito em função de fusões. Em 2006 a participação das micro e pequenas empresas recuou em relação ao que foi observado em 2005, enquanto a participação das médias e, principalmente das grandes, aumentou. Entre 2000 e 2006, de cada dez empregos formais gerados ao ano nas empresas novas, em média cinco foram em microempresas, três em pequenas, um nas médias e um nas grandes.

Também entre as empresas extintas, 90,2% eram microempresas e foram responsáveis pela extinção de 44,8%, em média, ao ano, dos postos assalariados formais e possivelmente a grande maioria dos postos informais os quais, deduz-se, são abrigados por essa categoria empresarial. Entre 2000 e 2004, a participação dessas empresas no total do pessoal assalariado nas empresas extintas aumentou de 39,0% para 47,8%, em contraposição à redução da participação de 6,5 pontos percentuais das grandes empresas e de 2,6 pontos percentuais das

médias. As pequenas empresas mantiveram uma participação praticamente constante ao longo do período, em torno de 25,0%. Entre 2000 e 2006, de cada 10 empregos formais perdidos ao ano, em média, 4,5 estavam nas microempresas, 2,5 nas pequenas, um nas médias e dois nas grandes (IBGE, 2008).

O estudo "Demografia das Empresas" (IBGE, 2008) para o conjunto das empresas ativas, revelou que entre os anos de 2000 a 2006 a taxa média de entrada no mercado foi de 16,9%, enquanto a taxa média de saída foi de 11,2%. Para as empresas com pessoal assalariado, as taxas foram de 20,3% e 15,1% respectivamente. A região Norte apresentou as maiores taxas de entrada e saída (24,5% e 17,0%), seguida da região Centro-Oeste (23,7% e 16,7%). Por outro lado, as regiões Sul (20,7% e 15,1%) e Sudeste (18,7% e 14,6%) apresentaram as menores taxas, ressaltando que o Sudeste foi o único que apresentou taxas inferiores à média nacional (Figura 09).

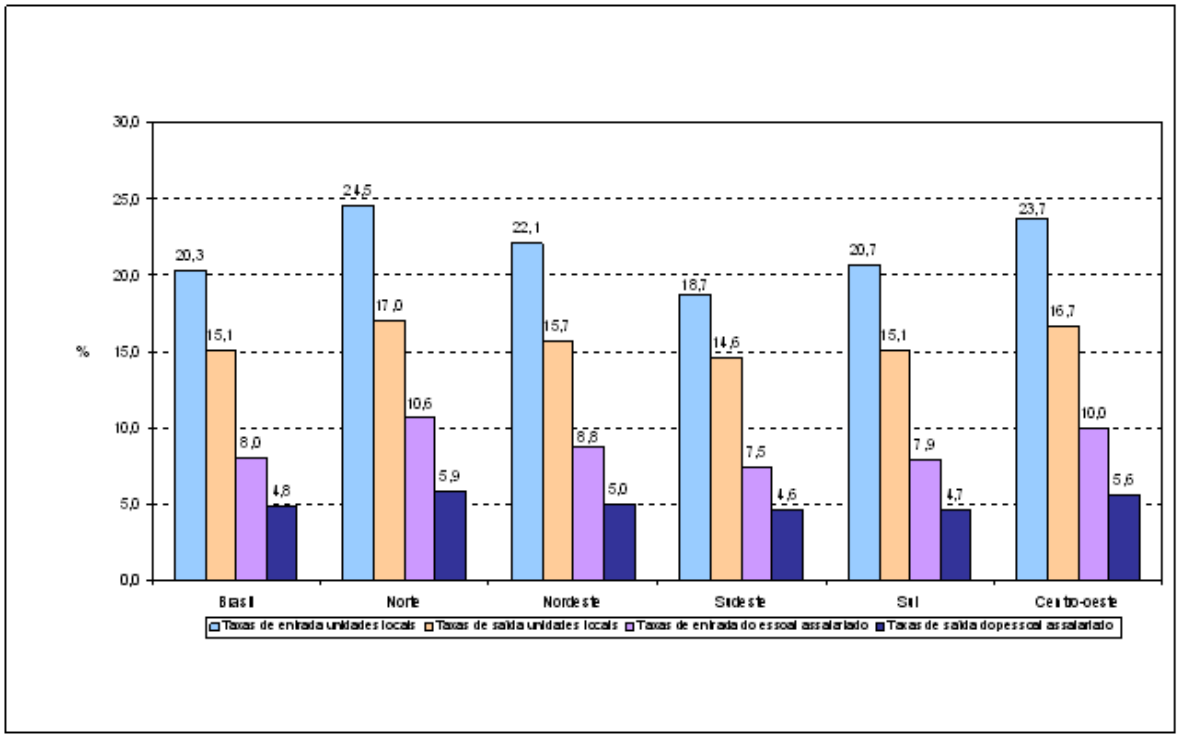


Figura 09 – Dados de entradas e saídas de MPEs por região – Brasil: 2000/2006
Fonte: IBGE – Estudo da demografia das empresas (2008)[10]

As taxas médias de entrada e de saída do pessoal assalariado nas unidades com pessoas assalariadas foram de 8,0% e 4,8%, respectivamente. Assim como nas unidades locais, as regiões Norte e Centro-Oeste também apresentaram as maiores taxas de entrada e de

[10] Consideradas apenas as empresas com pessoas assalariadas.

saída de pessoal assalariado e, as regiões Sul e Sudeste, as menores. Na região Norte, a diferença entre as taxas de entrada e de saída de unidades locais atingiu 7,8 pontos percentuais e 4,8 pontos percentuais no pessoal assalariado, valores próximos aos verificados na Região Centro-Oeste, 7,1 pontos percentuais e 4,3 pontos percentuais respectivamente. Por outro lado, no Sudeste a diferença foi bem inferior, 4,2 e 2,8 pontos percentuais respectivamente.

As diferenças nas taxas de entrada e de saída das unidades locais e do pessoal assalariado, entre os anos de 2000 e 2006, influenciaram na distribuição dessas variáveis segundo as Grandes Regiões. O estudo mostra que ainda existe uma forte concentração de unidades locais e de pessoal assalariado na região Sudeste, cuja participação supera as demais regiões em ambas as variáveis, desde 2000 até 2006. Entretanto, as taxas de entrada e de saída observadas nas regiões Norte, Centro-oeste e Nordeste, superiores às apresentadas pela região Sudeste, aumentaram a participação relativa dessas regiões tanto em unidades locais quanto em pessoal assalariado e reduziram a participação relativa da Região Sudeste. Na região Sul, houve aumento da participação em unidades locais de 21,9% para 22,6%, mas sua participação no pessoal assalariado manteve-se constante nos dois anos analisados em 19,0%.

As maiores taxas médias de entrada e de saída das unidades locais e do pessoal assalariado foram em Unidades da Federação da Região Norte, como Amapá, Roraima, Acre e Tocantins. Por outro lado, as menores taxas de entrada de unidades locais foram nas quatro Unidades da Federação do Sudeste - Minas Gerais, Espírito Santo, São Paulo e Rio de Janeiro. As menores taxas de entrada de pessoal assalariado foram no Rio de Janeiro, em São Paulo, no Rio Grande do Sul e em Alagoas.

A relação entre as unidades locais criadas e a população residente na Unidade da Federação permite identificar a densidade da criação das unidades locais por habitante. Em 2006, foram criadas 353 mil novas unidades locais de empresas com pessoas assalariadas, das quais 48,5% na Região Sudeste. Como essa região concentrava 81 milhões de habitantes, ou 42,6% da população total, a densidade da Região Sudeste foi de 2,1 por mil habitantes, pouco acima da média nacional de 1,9 unidades locais criadas por mil habitantes.

Considerando uma população mais restrita, de 10 anos ou mais, a densidade aumenta para 2,3 unidades locais por mil habitantes. As maiores densidades restritas foram observadas nas Regiões Sul e Centro-Oeste, 3,5 e 2,6 unidades locais, respectivamente, enquanto a menor foi na Região Norte, 1,2 unidade local por mil habitantes. Por Unidade da Federação, a maior densidade restrita foi observada em Santa Catarina, 4,2 unidades locais por mil habitantes, enquanto a menor foi no Amazonas e no Maranhão, com 0,9 unidade local.

Portanto, apesar das altas taxas de entrada observadas na Região Norte, a densidade restrita de unidades locais nesta região (1,2 unidade local) foi bem inferior à apresentada pelas demais regiões, estando junto com a Região Nordeste (1,4 unidade local) abaixo da média nacional (2,3 unidades locais).

As empresas brasileiras com pessoal assalariado representaram, em média, cerca de um terço (32,4%) das empresas ativas ao ano entre 2000 e 2006. Enquanto para o conjunto das empresas ativas a taxa média de entrada foi de 16,9%, a das empresas com empregados foi de 20,7%. Por outro lado, a taxa de saída dessas empresas também foi alta, 15,3%, enquanto o conjunto das empresas foi de 11,2%, o que pode significar que as empresas com pessoal assalariado se preocupam mais em encerrar formalmente suas atividades do que as empresas sem empregados. Em 2006, a taxa de entrada das empresas com pessoal assalariado (18,4%) foi a menor do período analisado, enquanto a taxa de saída (14,7%) esteve abaixo da média (15,3%) (IBGE 2008).

De acordo com o estudo do IBGE (2008), entre 2000 e 2006 foram criadas, em média, 290.252 empresas com pessoal assalariado ao ano, que empregaram 1.159.254 pessoas, enquanto foram extintas 214.883 empresas, demitindo 843.714 pessoas assalariadas. O crescimento líquido do número de empresas e do pessoal assalariado tem sido positivo ao longo do período, em média de 75.369 empresas com pessoal assalariado e de 315.540 pessoas assalariadas ao ano.

As médias de pessoas assalariadas, tanto nas empresas criadas quanto nas empresas extintas, foram muito próximas, 4,0 e 3,9 pessoas, respectivamente, que representam cerca de 30,0% do pessoal assalariado médio em todas as empresas brasileiras (13,2 pessoas assalariadas). As baixas médias de pessoal assalariado nas empresas criadas e nas extintas estão associadas à grande volatilidade das empresas menores que entram e saem constantemente do mercado. Os salários médios mensais pagos pelas empresas criadas, 1,2 salário mínimo, têm sido, em média, quase metade dos salários pagos pelas empresas extintas, 2,3 salários mínimos.

As empresas criadas apresentaram um impacto significativo no estoque de empresas, representando cerca de uma em cada cinco empresas existentes em cada ano. Entretanto, seu impacto no pessoal assalariado tem sido menor, representando, em média, 6% do estoque de emprego. Vale ressaltar que a participação das empresas com pessoal assalariado criadas e do pessoal assalariado foi decrescente entre 2000 e 2006, passando de 21,5% para 17,7% no estoque de empresas e de 6,8% para 5,0% no estoque de pessoal assalariado.

As maiores taxas de entrada e de saída de empresas têm sido observadas no setor de comércio, seguido dos serviços, enquanto que a indústria apresentou as menores taxas de criação e de extinção em quase todos os anos analisados.

No comércio, as taxas de criação e de extinção foram, em média, de 22,0% e 15,9%, respectivamente, que resultaram em um aumento de quase 160 mil empresas e a redução de 115 mil, em média, ao ano. O número de empresas comerciais aumentou 3,7 vezes mais ao ano do que as empresas industriais e quase 2 vezes mais que as empresas de serviços. O comércio foi responsável por quase 40% dos empregos gerados a cada ano, seguido das indústrias de transformação com cerca de 20%. Portanto, as indústrias de transformação geraram metade do volume de emprego do comércio. As atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas e alojamento e alimentação, relacionadas aos serviços, vieram em seguida, em terceiro e quarto lugar, com 11,9% e 7,4% respectivamente, enquanto a construção civil ficou somente em quinto lugar, com 6,8% em média.

O estudo apontou o predomínio do comércio com cerca de um terço do pessoal assalariado nas empresas extintas, seguido das indústrias de transformação com cerca de 20% e das atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas com 15,6% em 2006.

2.6 Análise internacional

Entre onze países, demonstrados juntamente ao estudo do IBGE (2008), a maior taxa de entrada de empresas no mercado foi observada na Grã-Bretanha, 12,9%, seguida da Austrália, 11,2% e da Noruega, 10,6%. Os Estados Unidos ficaram em quarto lugar com 10,1%. Portugal, Itália e Finlândia apresentaram as menores taxas: 5,9%, 7,4% e 7,7% respectivamente.

Em nove dos onze países analisados, as maiores taxas de entrada foram em atividades relacionadas aos serviços, como alojamento e alimentação na Grã-Bretanha, na Suécia e nos Estados Unidos, intermediação financeira na Finlândia e na Holanda, educação na Noruega e na Itália, transporte, armazenagem e comunicações em Portugal e atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas, na Dinamarca. Austrália e Espanha, por sua vez, apresentaram as maiores taxas em atividades industriais como produção e distribuição de eletricidade, gás e água e construção, respectivamente.

Para as taxas de saída do mercado, analisados sete países, a Grã-Bretanha possui a maior taxa do mercado (10,8%), seguida pelos Estados Unidos com 10,4%. As menores taxas de saída de empresas foram observadas na Austrália, 4,1%, e em Portugal, 4,5%.

Em cinco dos sete países, as maiores taxas de saída foram também em atividades relacionadas aos serviços, como alojamento e alimentação na Grã-Bretanha e na Suécia, transporte, armazenagem e comunicações nos Estados Unidos e intermediação financeira na Itália e em Portugal. Assim como no Brasil, na Austrália e na Finlândia as maiores taxas foram no comércio. Por outro lado, as menores taxas de saída em quatro dos sete países, Finlândia, Itália, Suécia e Estados Unidos, ocorreram na produção e distribuição de eletricidade, gás e água; em dois países, Portugal e Grã-Bretanha em saúde e serviços sociais e, na Austrália, em intermediação financeira.

Essa breve análise internacional faz-se necessária à medida que podem ser confrontados os dados referentes ao Brasil, numa projeção do que possa se configurar a situação para os próximos anos, a evoluir na mesma dinâmica de outros países.

Conforme destacou-se, no Brasil são acrescidas ao estoque total de empresas, anualmente, 5,25% de empresas. Em outros países mais desenvolvidos, como é o caso dos Estados Unidos, onde as taxas de entrada e de saída não são baixas - 10,1% e 10,4% - respectivamente, o que chama atenção é que, mesmo sendo altas, essas taxas combinadas pouco contribuem para que o estoque total seja ampliado. No caso específico dos Estados Unidos, a diferença foi negativa, ou seja, mais fecharam do que abriram. A Grã-Bretanha, por exemplo, onde verificou-se a maior taxa de entradas, também registrou a maior taxa de saídas, deixando um percentual de acréscimo de apenas 2,1% ao ano. Outro caso a ser considerado é o de Portugal: enquanto a taxa de entrada é de 5,9% - menor taxa trazida à pesquisa do IBGE -, a de saída é de 4,5%, num saldo de apenas 1,4% ao ano.

Esses dados permitem supor que a economia, nesses países, encontrou um nível ótimo de unidades empresariais, fazendo com que se abram possibilidades de novos negócios apenas na medida das baixas estimadas ou estrategicamente calculadas. Parece haver algum controle ou interferência sobre a proliferação de empresas, possibilidade para o Brasil que este estudo não descarta.

2.7 Dados e resultados das pesquisas do SEBRAE sobre as MPEs

Embora o estudo sobre a natalidade e a mortalidade de empresas seja de reconhecida importância, Najberg et al. (2000) alertam que existe um grande desconhecimento na literatura sobre esse assunto no tocante às unidades brasileiras. Segundo os autores, até o presente momento apenas o Sebrae Nacional, o Sebrae de Minas Gerais e o Sebrae de São Paulo realizaram trabalhos sobre as taxas de mortalidade das empresas instaladas no país.

Segundo o SEBRAE-SP (2008), as micro e pequenas empresas – MPEs respondem por importante parcela da economia brasileira. Elas representam 98% do total das empresas do país, 28% do faturamento do setor privado e 20% do PIB brasileiro. Em termos de geração de postos de trabalho, as MPEs realizam um papel de "colchão social", abrigando a maioria das ocupações formais e informais. Levando em conta apenas os empregados com registro em carteira, as MPEs respondem por 56% desse grupo de trabalhadores.

Quando, além dos trabalhadores com registro (formais), também são consideradas outras formas de ocupações, tais como a dos próprios empreendedores, familiares ocupados no estabelecimento e trabalhadores sem registro em carteira (informais), a participação das MPEs chega a 67% do total de ocupações geradas pelo setor privado da economia (SEBRAE-SP, 2008).

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) trabalha desde 1972 pelo desenvolvimento sustentável de empresas de pequeno porte, abrangendo todo o território nacional e busca criar, por meio de vários mecanismos (capacitação, mobilização, disseminação do empreendedorismo e do associativismo, entre outros), um ambiente altamente favorável à sustentabilidade e ampliação dos pequenos negócios. Esses instrumentos estão baseados na implementação de políticas de menor carga tributária, redução de procedimentos burocráticos, bem como acesso ao crédito, à tecnologia e ao conhecimento.

A última pesquisa em nível nacional patrocinada pelo SEBRAE, divulgada em 2007, traz importantes informações sobre a participação dos micro e pequenos estabelecimentos na economia brasileira. A pesquisa demonstra a evolução nas taxas de sobrevivência das empresas e destaca os principais fatores para sua mortalidade. As amostras foram calculadas com base em dados cadastrais da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Cadastro Central de Empresas do IBGE (CEMPRE), do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) da Secretaria da Receita Federal (SRF) e das Juntas Comerciais Estaduais.

O levantamento se refere aos anos de 2003 a 2005 e indica que 22% das micro e pequenas empresas não completam 2 anos, 31,3% fecham antes do terceiro ano e 35,9% encerram suas atividades até o quarto ano. Essa taxa vem sendo calculada e monitorada há doze anos pelo próprio SEBRAE, sendo que a cada dois anos normalmente ela é recalculada ou atualizada. Todos esses dados fazem parte do estudo conhecido como "Taxa de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas", encomendado pelo SEBRAE à Vox Populi e divulgado através da Agência Sebrae de Notícias – ASN em Brasília.

A mesma pesquisa, realizada pelo SEBRAE em 1997, com base nos anos de 1995 e 1996, indicava que a mortalidade era de 36% no primeiro ano de vida e que 47% das novas empresas fechavam antes de completarem o segundo ano. Nesse sentido, a pesquisa de 2007 traz dados de avanços consistentes, fazendo supor que a mortalidade estaria começando a evoluir a patamares mais aceitáveis, não comparativamente a outros países, mas simplesmente nas diferenças encontradas entre as duas pesquisas oficiais.

Porém, na nova pesquisa divulgada pelo SEBRAE no ano de 2010, referente a um rastreamento feito de outubro de 2008 a maio de 2009, de uma amostra planejada de 3.000 empresas paulistas abertas entre os anos de 2003 a 2007, intitulada "Doze Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas", os percentuais de mortalidade ficaram em 27% para empresas com até um ano, 37% para empresas com até dois anos e 46% para empresas com até três anos. Supõe-se então que uma nova pesquisa em nível nacional, com dados entre os anos de 2008 a 2010, poderia revelar algumas surpresas pelo fato de, próximo a esse período, ter o mundo assistido a uma das maiores crises financeiras de sua história. E as micro e pequenas empresas provavelmente teriam sido afetadas em seu desempenho. Conforme Diniz & Crocco (2006), uma crise mundial, a exemplo de outras, como a de 1929, deixa sequelas que exigem tempo para que o mercado as assimile.

Porém, em outubro de 2011 o SEBRAE publica sua pesquisa mudando radicalmente a metodologia de investigação, não mais realizando a pesquisa de campo, substituindo-a pela consulta apenas aos dados relativos às micro e pequenas empresas a partir da base de informações da Secretaria da Receita Federal. Relata que uma das desvantagens do uso de pesquisas de campo é o alto custo para sua realização e, em razão disso, a partir de 2011 se propôs a realizar o estudo da sobrevivência com base nessa nova metodologia. Basicamente, o que o SEBRAE propõe é continuar a realização de estudos sobre o tema, agora a partir do processamento e análise de bases de dados oficiais. Acredita que, além de custos mais baixos, esse método permitirá a realização de trabalhos mais frequentes, por exemplo, com

periodicidade anual. Além disso, abre a possibilidade de, no futuro, quando consolidado o método, serem geradas taxas mais desagregadas, seja por setores e segmentos de atividade ou por sub-regiões de um mesmo estado.

Mas a mudança mais significativa está no novo corte temporal dos dados analisados, alterando substancialmente a base de comparação estatística que vinha sendo monitorada pela comunidade interessada, que era a sobrevivência/mortalidade das micro e pequenas empresas abertas e fechadas nos últimos 'cinco' anos pesquisados. Na nova metodologia, o SEBRAE (2011) traz informações apenas das MPEs com 'até dois anos' de existência tornando inviável o comparativo. Concordou-se que as MPEs abertas atualmente dispõem de maior apoio em seu primeiro ano de atuação, o que pode dar uma sobrevida – talvez de mais um ano - aos negócios em dificuldade. Mas fica a dúvida sobre a real taxa de mortalidade após esse período e, principalmente, das demais empresas, em operação há mais de dois anos. Os percentuais de um ou dois anos sempre parecerão baixos e podem criar uma ilusão de estabilidade em torno desses índices, ensejando a redução do problema. Mas pode não ser bem isso.

No estudo realizado pelo SEBRAE-SP (2008) para o Estado de São Paulo, há fortes indícios de que os percentuais atuais não são melhores do que os da pesquisa nacional de 2007, mostrando que: "a taxa de mortalidade de empresas com até cinco anos caiu de 71% no estudo de 2000/01 para 56% no estudo de 2004/05 e voltou acrescer para 62% no estudo de 2006/07". Essas taxas, referentes ao Estado de São Paulo, remetem a uma expectativa pouco otimista visto que naquele estado as taxas são historicamente menores do que a média nacional. E o Rio Grande do Sul está acima dessa média.

Em sua pesquisa mais recente, o SEBRAE-SP (2010) publica outros dados, os quais revelam existir uma preocupação com o monitoramento de maior prazo, a exemplo do que é publicado pelo IBGE. Um desses dados se refere à constituição de empresas e à estimativa de empresas encerradas no estado de São Paulo entre 1990 e 2008, onde a taxa média anual de encerramentos – apenas empresas encerradas até o quinto ano de atividade – atingiu o percentual de 63,42%, conforme Tabela 05.

Tabela 05 – Constituição de empresas e estimativa de empresas encerradas no Estado de São Paulo: 1990 a 2008

ANO	Constituições	Encerramentos (*)
1990	152.407	79.854
1991	152.192	92.994
1992	115.908	97.066
1993	139.211	90.659
1994	142.220	96.746
1995	146.359	98.395
1996	129.378	100.069
1997	142.537	94.702
1998	123.284	99.176
1999	122.322	93.206
2000	122.009	91.094
2001	131.135	75.136
2002	123.136	77.931
2003	135.194	69.241
2004	128.357	72.783
2005	130.298	79.886
2006	133.779	81.324
2007	159.874	76.276
2008	173.633	84.415
TOTAL	**2.603.233**	**1.650.953**
Média Anual	**137.012**	**86.892**

Fonte: Adaptado de SEBRAE-SP (2010)
(*) Empresas encerradas até o 5º ano de atividade

Outro dado relevante publicado pelo SEBRAE-SP (2010) se refere ao custo social anual do fechamento de empresas, conforme Tabela 06:

Tabela 06 – Estimativa do custo social do fechamento de empresas paulistas

ELIMINAÇÃO DE	CUSTO EM 2008
Empresas	84.414
Ocupações	348.000
Poupança Pessoal	R$ 1,4 bilhão
Faturamento	R$ 18,2 bilhões

Fonte: Adaptado de SEBRAE-SP (2010)

Ao publicar – e destacar – os dados sobre o custo social do fechamento de empresas, o SEBRAE considera os diversos custos como um conjunto de fatores que, a princípio, seriam decorrentes da decisão de fechar empresas e que cada um deles ocorre em função de outro. Porém, uma análise mais detalhada deve considerar os fatores de forma individualizada, com vistas aos desdobramentos futuros de cada um.

A eliminação de empresas, tratada de forma isolada, pode ser compensada pela abertura de outras tantas, ou mais, como normalmente ocorre, não provocando,

necessariamente, custo social expressivo. A eliminação de ocupações é outro fator que se repõe, pois à medida que empregados são demitidos das que fecham, podem eventualmente ser contratados pelas entrantes, especialmente em tempos de nível de desemprego em queda, não obstante se situarem, os salários das empresas entrantes, em um patamar mais modesto do que das que fecham. O mesmo pode ocorrer com o faturamento perdido pelas que fecharam, mas que boa parcela dele pode ser obtido pelas novas empresas.

Mas, um fator em especial, deve-se considerar, é extremamente danoso ao contexto social: o consumo da poupança pessoal. Desde o início deste estudo a extinção do capital pessoal é destacada como uma das principais consequências do fechamento das empresas, cujos proprietários se aventuraram no mundo empresarial, muitos deles por necessidade, vislumbrando uma possibilidade de poder dar sustentação a um projeto de melhoria de vida a si e a seus familiares. A maior parcela desse capital não tem volta. Pelo menos em 61% dos casos, conforme SEBRAE-SP (2010) há perda total ou parcial do valor investido. Talvez seja por antever esse desfecho como um dos possíveis resultados da aposta, que há pouca procura por financiamentos nas fases iniciais de atuação das pequenas empresas. Segundo o SEBRAE (2007), apenas 19% (pesquisa nacional) e SEBRAE-SP (2010), apenas 15% (empresas paulistas) das empresas que fecharam recorreram a empréstimos em bancos. Em parte entende-se essa baixa procura, pois, nesse caso, há a possibilidade de, além da perda total ou parcial do seu patrimônio, ainda responder pela quitação do crédito bancário disponibilizado, mais uma vez com recursos próprios.

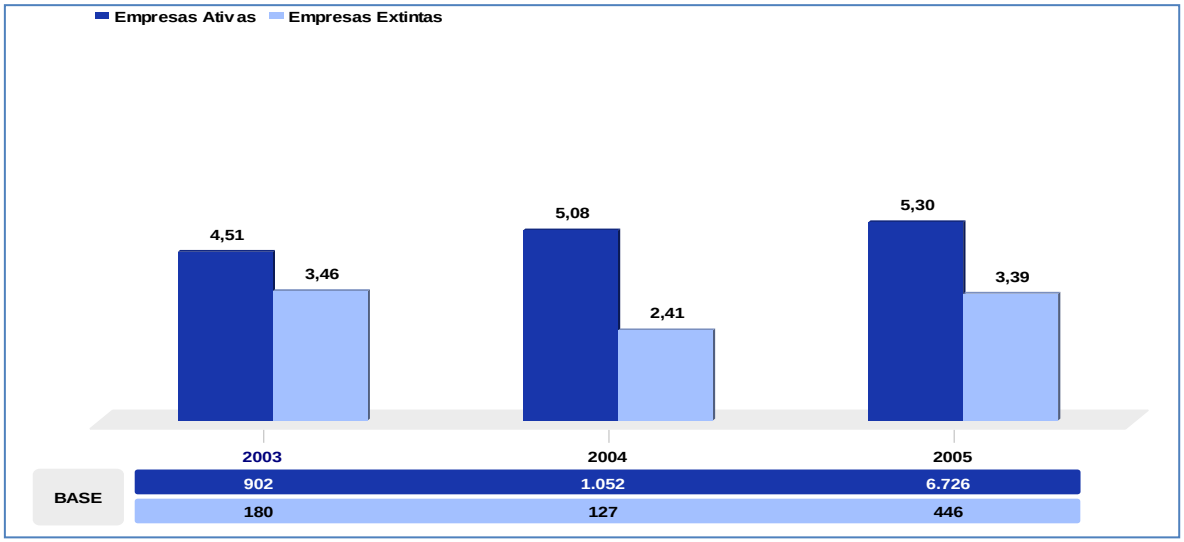
A pesquisa nacional SEBRAE (2007) sobre a mortalidade e os fatores condicionantes de sobrevivência é um estudo abrangente, feito nas 27 Unidades da Federação, onde foram rastreadas, no primeiro semestre de 2007, 14.181 empresas criadas entre 2003 e 2005, das quais 13.428 estavam ativas e 753 extintas.

Do total de pequenas empresas que responderam à pesquisa SEBRAE/2007, 50% pertencem ao setor de comércio, 38% ao setor de serviço e 12% ao setor da indústria. Essas empresas aumentaram a geração de postos de trabalho de 81% em 2003 para 94% em 2005, empregando, em média, cerca de cinco trabalhadores com carteira assinada por empresa. Das empresas pesquisadas que fecharam em 2005, 96,5% eram microempresas e apenas 3,5% pequenas, como se pode visualizar no Quadro 03.

%	2000/2002	2003	2004	2005
Micro	83 96	92,2 98,4	92,4 98,3	93,8 96,5
Pequena	16 3	7,8 1,6	7,6 1,7	6,2 3,5
BASE EMPRESAS ATIVAS	-	1.224	1.310	8.080
BASE EMPRESAS EXTINTAS	-	685	598	2.284

Quadro 03 – Porte das empresas ativas e extintas de 2000 a 2005
Fonte: SEBRAE (2007)

As empresas extintas geraram menos empregos do que as empresas ativas, na proporção média de 7 para 9. E no que diz respeito à média de pessoas ocupadas, conforme demonstrado no Quadro 04, a diferença é maior. Em 2004, enquanto as empresas extintas ocupavam em média 2,41 pessoas, as empresas ativas ocupavam 5,08, ou seja, 110,79% a mais. Em 2005, a diferença foi menor, mas ficou em 56,34%.



Quadro 04 – Média de pessoas ocupadas pelas empresas ativas e extintas (2003/2005)
Fonte: SEBRAE (2007)

A despeito de ser uma amostra, a proporção entre microempresa e empresa de pequeno porte vem se mantendo muito alta pelo motivo de as empresas se constituírem com um mínimo de recursos, cuja medida também se reflete no baixo faturamento e também na quantidade de pessoas ocupadas das primeiras, como se uma condição fosse consequência de outra.

3 AS CAUSAS DA MORTALIDADE DE MPEs

Ao se propor abrir uma nova empresa, o empreendedor, conscientemente ou não, se submete a uma série de fatores que podem estimular tal iniciativa. A localização da nova empresa, o ramo de atividade, o desempenho da economia e suas perspectivas em termos de evolução do produto e sua estabilidade, incentivos fiscais, facilidade de financiamento, o grau de concorrência, facilidades de acesso ao mercado, disponibilidade de recursos produtivos, ambientes de negócios, possibilidade de parcerias para incorporação do progresso técnico, por exemplo, podem ser listados como questões a serem avaliadas. Sendo assim, o entendimento da natalidade de empresas passa pelo entendimento de um grande conjunto de fatores, sejam eles micro ou macroeconômicos. Esses mesmos fatores podem se constituir, mais tarde, isoladamente ou em conjunto, um entrave à própria continuidade do negócio, pela sua não observância ou desconhecimento.

Na literatura organizacional e nos estudos de economia, a demografia das empresas foi caracterizada inclusive como um ciclo biológico de nascimento, crescimento e morte, onde as barreiras à entrada de novos concorrentes e à saída de empresas do mercado têm papel fundamental como um dos aspectos básicos da estrutura do mercado.

Segue-se em busca de novos argumentos que possam, com propriedade, contribuir para a verdade sobre a alta taxa de mortalidade de micro e pequenas empresas no Brasil. Para tanto, buscou-se algumas referências de pesquisas e estudos realizados e aprovados, sem a pretensão de abrangência total, no sentido de estabelecer um entendimento sobre o máximo possível de causas e fatores, que já tenham sido esclarecidos ou não, fazendo as devidas críticas e considerações, especialmente sobre as novas revelações. Mas pretende-se ir além.

3.1 Resultado das pesquisas do IBGE

O IBGE (2010), em sua última pesquisa, observa que o movimento de entrada e de saída de empresas apresenta um impacto expressivo sobre o número de empresas ativas, principalmente de micro e de pequeno porte, e nas pessoas ocupadas, principalmente sócios e proprietários. Nas empresas entrantes houve acréscimo de 1,98 milhão de pessoas ocupadas, sendo que 817,9 mil (41,3%) foram pessoas ocupadas assalariadas. Nas empresas que saíram,

houve uma redução de 1,4 milhão de pessoas ocupadas, sendo que apenas 414,9 mil (30,4%) foram pessoas ocupadas assalariadas.

Com base nesses números publicados pelo IBGE, tem-se uma tendência, a qual precisa ser entendida como uma dinâmica consolidada, cujos desdobramentos devem ser contemplados desde a ideia inicial de abertura de uma empresa, passando pelas políticas públicas específicas, indo até as consequências pelo malogro. Visto que nas empresas entrantes 58,7% das pessoas ocupadas não são assalariadas e que nas empresas que fecham esse percentual sobe para 69,6%, em parte confirma-se a hipótese de que as empresas maiores, com pessoal assalariado, têm maiores possibilidades de sobrevivência.

Por outro parâmetro também se confirma essa mesma hipótese. Em 2008, houve um predomínio de empresas de menor porte sem empregos formais, tanto na entrada como na saída de empresas, uma vez que 80,2% das empresas que entraram no mercado não tinham empregados. Da mesma forma, com relação às saídas, 89,0% não tinham empregados (IBGE, 2010).

Essa constatação vai ao encontro de outro dado importante, pesquisado e já relatado, de que a longevidade dos pequenos empreendimentos estaria intimamente vinculada ao seu tamanho, vindo a sugerir uma cadeia de bons parâmetros, os quais poderiam ajudar a garantir maior sustentabilidade econômica: quanto maior a empresa, maior quantidade de pessoal assalariado, maior capital investido, consequentemente, melhores perspectivas.

É do próprio IBGE (2010) a observação de que a taxa de sobrevivência apresenta uma relação direta com o porte da empresa. Sustenta essa afirmativa ao demonstrar que entre as empresas sem pessoal assalariado a taxa de sobrevivência foi de 70,6%; nas empresas com 1 a 9 pessoas assalariadas foi de 91,8%; e, nas com 10 ou mais pessoas, foi de 95,7%. “Portanto, as empresas maiores, com maior capital imobilizado, tendem a permanecer mais tempo no mercado, pois os custos de saída costumam ser elevados, dentre outros fatores (IBGE, 2010, p. 27).

Por outro lado, outra confirmação: a de que o custo social, referente à poupança pessoal, torna-se cada vez mais vulnerável. Quanto maior o movimento de entradas e saídas de empresas com pessoal não assalariado, maiores são as possibilidades de empresas operadas apenas pelos proprietários, sócios e familiares não terem conseguido firmar-se no mercado.

Ainda segundo o IBGE (2010), as atividades econômicas que mais se destacaram a partir do total de 889,5 mil empresas que entraram e de 719,9 mil que saíram em 2008 foram:

comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas com 444,1 mil e 380,4 mil empresas (49,9% e 52,8%); indústrias de transformação, com 68,7 mil e 59,6 mil (7,7% e 8,3%); e alojamento e alimentação com 63,0 mil e 51,6 mil (7,1% e 7,2%), respectivamente.

Assim como no número de empresas, comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas e indústrias de transformação foram as atividades com as maiores participações relativas ao pessoal ocupado, tanto na entrada como na saída de empresas. Do total de 1,98 milhão de pessoal ocupado total das empresas entrantes, 839,0 mil (42,4%) foram gerados no comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas e 222,0 mil (11,2%) nas Indústrias de transformação. A construção civil surge na terceira colocação com 154,4 mil pessoas ocupadas (7,80%). Do total de 1,4 milhão de pessoal ocupado das empresas que saíram do mercado, 603,2 mil (44,2%) estavam no comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas, 175,6 mil (12,9%) nas indústrias de transformação e 118,2 mil (8,7%) nas atividades administrativas e serviços complementares.

As taxas de sobrevivência das empresas que entraram em atividade em 2007 – e que permaneciam ativas em 2008 - oscilaram de 71,4% a 81,1%. Foi possível observar que as atividades econômicas onde mais empresas sobreviveram após um ano no mercado foram: educação com 81,1%; artes, cultura e esportes com 80,9%; e, eletricidade e gás com 79,3%. Por sua vez, comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas, como observado anteriormente, é a atividade com maior quantidade de empresas entrando e saindo do mercado, com taxa de sobrevivência de 73,1%. Indústria de transformação, que é a segunda mais importante nos movimentos de entrada e de saída, apresentou taxa de sobrevivência de 71,8%.

3.2 Resultado das pesquisas do SEBRAE

Das empresas que procuraram o SEBRAE no período abrangido pela pesquisa de 2007 (2003 a 2005), 17% do total, contra apenas 3% na pesquisa anterior, obtiveram assessoria, principalmente nas áreas de gestão empresarial, gestão financeira e gestão de recursos humanos. Esse expressivo aumento, defende o SEBRAE (2007), comprova o acerto da chamada Revolução no Atendimento, uma das diretrizes estratégicas que consiste em ampliar e melhorar a orientação empresarial. No entendimento de seus diretores, os dados dessa pesquisa são de grande valia não só para o Sistema SEBRAE, mas principalmente para a

formulação de políticas públicas destinadas aos pequenos negócios, sem as quais não haverá desenvolvimento com justiça social.

Em sua pesquisa de 2008, realizada no Estado de São Paulo, o SEBRAE verificou que, em geral, as causas da mortalidade de empresas sofrem pouca variação ao longo do tempo. A cada novo estudo comprovou também não ser possível atribuir a um único fator a causa desse fenômeno, evidenciando que as empresas encerram suas atividades não devido a uma única causa, mas a uma sucessão de falhas ou problemas que, por não serem resolvidos no tempo apropriado, levam à paralisação de suas atividades.

É por entender assim que em 2010, ao expor os fatores que mais contribuem para o encerramento prematuro dos negócios, o SEBRAE-SP (2010) repete os mesmos seis conjuntos já destacados em 2008, apenas mudando pequenos detalhes na redação:

1) comportamento empreendedor pouco desenvolvido;
2) falta de planejamento prévio;
3) gestão deficiente do negócio;
4) insuficiência de políticas de apoio;
5) flutuações na conjuntura econômica; e
6) problemas pessoais dos proprietários.

Sem entrar no mérito da relevância, a pesquisa SEBRAE (2007) revela outros dados, como, por exemplo, que mais de 60% das empresas, ativas ou extintas, continuam sendo gerenciadas por pessoas do sexo masculino e que, das empresas ativas, 1/3 é gerenciada por mulheres. Os empresários, de ambos os sexos, apresentam idade média de 38 anos, 79% deles com curso superior completo ou incompleto, 51% com experiência anterior em empresa privada, 60% com algum conhecimento do ramo de negócio, ou seja, estariam mais bem preparados para enfrentar os desafios do mercado. Sessenta por cento dos empresários constituíram suas empresas motivados pelo desejo de ter o próprio negócio, e o número de empresários que identificou uma oportunidade de negócio cresceu de 15% no triênio passado para expressivos 43% em 2005. E que as principais atividades exercidas pelos entrevistados das empresas ativas antes de empreender em atividades empresariais consistiam, pela ordem de citações, em: funcionário de empresa privada (+ de 50%), autônomo (em média 20%) e empresário (em média 12%). Significativo número de empresários tinha alguma experiência anterior, seja como funcionário de outra empresa, como autônomo no ramo ou ainda como sócio/proprietário de outra empresa ou diretor/gerente.

Segundo o SEBRAE (2007), dedicar-se integralmente ao negócio é fator importante para sua boa gestão e seu andamento. Cita como exemplo que, para 70% dos empresários das empresas ativas a remuneração no primeiro ano de atividade da empresa foi a única fonte de remuneração obtida, enquanto 42%, em média, dos empresários das empresas extintas, possuíam outra fonte de remuneração, ou seja, não se dedicaram exclusivamente à empresa. Boa parte dos empresários que tiveram de encerrar as atividades de suas empresas voltou a abrir outra empresa ou a trabalhar como autônomo. Nas empresas, tanto ativas quanto extintas, o mercado consumidor é composto predominantemente por clientes de balcão, cerca de 60% no triênio 2000/2002 e 70% em 2005, seguido de empresas privadas.

Destaca o SEBRAE (2007) que ainda não há uma participação efetiva dessas empresas em centrais de compra e lojas de departamento. Quanto aos investimentos realizados, observa-se um aumento significativo de 74% no montante em investimento fixo realizado pelas empresas ativas, quando comparados os anos de 2000 e 2005. A mesma trajetória ocorre com as empresas extintas, que embora apresentem valores inferiores aos investidos pelas empresas ativas, demonstram uma evolução de 177% nos valores deste investimento. A origem desses recursos permanece sendo, em sua maioria, recursos próprios. Fato idêntico foi apurado na média do capital de giro, com investimentos crescentes ao longo do período, tendo como origem os recursos próprios.

Nos levantamentos realizados pelo SEBRAE sobre os fatores condicionantes do sucesso empresarial, determinantes da sobrevivência e mortalidade, foram avaliados os principais motivos que, na opinião dos empresários, levaram ou não as empresas ao encerramento das atividades. Para o melhor entendimento, esses fatores de sucesso apontados pelos empresários foram agrupados segundo três categorias comuns:

a) habilidades gerenciais;

b) capacidade empreendedora; e

c) logística operacional.

Os dois fatores que integram as chamadas habilidades gerenciais refletem a preparação do empresário para interagir com o mercado em que atua e a competência para bem conduzir seu negócio. Na pesquisa, os fatores acima foram considerados os mais importantes entre todas as indicações dos empresários como condicionantes para o sucesso nos negócios.

Os empresários das empresas ativas declararam que, para ter sucesso, é necessário ter bom conhecimento do mercado em que atua, o que pode ser traduzido como, por exemplo,

conhecer sua clientela potencial, seus hábitos e costumes, a fim de identificar os produtos que ela deseja adquirir, bem como as melhores fontes para a aquisição de produtos e/ou insumos para a manutenção de seu estoque, dentre outros. Para os empresários das empresas extintas, a boa estratégia de vendas teria sido o fator mais importante, ou seja, ter conhecimento sobre a melhor forma de disponibilizar os produtos e serviços à venda, envolvendo questões como: definição de preço de comercialização compatível com o perfil do mercado em que atua, estratégias de promoções das mercadorias e serviços, marketing, etc.

Para os empresários das empresas ativas e extintas, os fatores persistência, perseverança e criatividade foram os mais destacados. A escolha de um bom administrador e o uso de capital próprio foram os mais citados pelas empresas extintas como fatores não observados que contribuíram para o não sucesso deste estrato de empresas. Em suma, para esses empresários, o alcance de bons resultados estaria alicerçado em ter bom conhecimento do mercado em que atua, boa estratégia de vendas, persistência, perseverança e criatividade, ter um bom administrador e buscar o uso de apenas capital próprio.

Também foi considerado imperioso, para a boa condução do negócio, deter conhecimento das áreas de planejamento, organização empresarial, vendas e recursos humanos. Foram apresentadas quinze questões, agrupadas em quatro categorias, para a avaliação das principais diferenças entre as empresas ativas e as extintas. A carga tributária elevada foi o fator assinalado que mais impacta as empresas. Para 71% dos empresários das empresas ativas, o bloco de políticas públicas e arcabouço legal é uma das maiores dificuldades no gerenciamento da empresa, seguido de causas econômicas e conjunturais, assinalado por cerca de 70%. Já para os empresários das empresas extintas (68% deles), a principal razão para o fechamento da empresa está centrada no bloco de falhas gerenciais, destacando-se: ponto ou local inadequado, falta de conhecimentos gerenciais e desconhecimento do mercado, seguida de causas econômicas.

O fator crucial para as empresas extintas foi a dificuldade encontrada no acesso ao mercado, principalmente nos quesitos propaganda inadequada, formação inadequada dos preços dos produtos e serviços, informações de mercado e logística deficiente, caracterizando a falta de planejamento dos empresários.

Percebe-se que ao expor os sentimentos dos empresários de empresas extintas, o SEBRAE revela, entre outros dados, além do despreparo dos empresários para a função, uma situação de completa desinformação por parte dos mesmos. Ao creditarem o seu insucesso à falta de um bom administrador, esses empresários na verdade estão a confirmar, antes de tudo,

sua incompetência para a função. E, ao declararem que a principal razão para o fechamento estaria centrada em questões como o ponto inadequado, a falta de conhecimentos gerenciais e o desconhecimento do mercado, talvez estejam apenas "arrumando" algumas desculpas para não terem que admitir aquela mesma razão, ou seja, incompetência, ou próximo a isso.

Argumentou-se a respeito do porte da empresa que, quanto maior, maiores seriam as possibilidades de sobrevivência, pois as teorias revistas, associadas aos resultados das pesquisas, revelam perfeita sintonia em torno dessa afirmativa. Porém, para os outros motivos, que estariam relacionados ao ponto, local, mercado, impostos e preço dos produtos, os argumentos dos empresários cujas empresas não prosperaram não se sustentam. Mas em muito colaboram para reafirmar as hipóteses deste estudo, quais sejam as de que não haveria condições para tais empresas prosperarem, desde sua abertura, devido à saturação do mercado, ou, às convicções erradas de seus fundadores.

É preciso entender uma questão fundamental a respeito desses dados sobre o mercado, com base na seguinte constatação: os empresários das empresas que sobreviveram não declararam as mesmas razões dos empresários das empresas extintas. Na pesquisa SEBRAE-SP (2010), por exemplo, apenas 7% dos entrevistados citam os impostos e a burocracia como uma das principais dificuldades enfrentadas no primeiro ano de atividade. E 21% declaram ter tido problemas com a falta de capital, ao mesmo tempo em que 29% creditam suas dificuldades à falta de clientes.

Também nesse aspecto este estudo pode contribuir e ajudar a por ordem nas convicções a respeito das causas da mortalidade precoce de pequenas empresas, com base na pesquisa de campo, no comportamento do mercado, nos levantamentos até aqui realizados e nas evidências tornadas conclusões, fruto das comparações das pesquisas, tanto entre institutos quanto na evolução dos dados dentro de cada um e desta pesquisa.

A última pesquisa SEBRAE-SP (2010) revela dados que podem provocar uma mudança radical no rumo das investigações a respeito das causas da alta taxa de mortalidade de pequenas empresas se levados a efeito. Os motivos do fechamento, declarados pelos empresários de empresas extintas são vários, mas que na verdade se resumem a apenas dois: "falta de clientes e falta de capital" (p.34). Estando, em parte, elucidado o assunto referente ao capital, resta agora começar a esclarecer a outra questão: a falta de clientes.

A desinformação acima referida deduz-se de algumas ingênuas declarações dos empresários, os quais informaram à pesquisa SEBRAE-SP (2010) que não procuraram ajuda

de pessoas ou instituições para abertura do negócio (59%), não levantaram informações sobre o número de clientes que teria e os hábitos de consumo dos mesmos (45%), não determinaram o valor do lucro pretendido (43%), não elaboraram um plano de negócios (42%), não identificaram necessidade não atendida pelo mercado (34%) e não calcularam o nível de vendas para cobrir os custos e gerar o lucro pretendido/necessário (31%). Apenas 8% das empresas encerradas fizeram referência à situação econômica do país como possível dificuldade. Não causa surpresa que, na mesma pesquisa, já não sejam destacadas como dificuldades a alta carga tributária e a burocracia, pois isso já pode ser reflexo da aplicação da nova legislação de 2006, a qual, conforme relatado, supostamente privilegia as MPEs, especialmente quanto a esses quesitos.

Ficam então esclarecidos outros três pontos, os quais já foram considerados problemas, dificuldades ou até mesmo motivos para a extinção de empresas: a carga tributária não é motivo plausível, a burocracia para o registro e a baixa de empresas foi extinta e a situação econômica do país não preocupa tanto.

Retomando a questão da falta de clientes, é de fácil entendimento que uma empresa que vende todas suas mercadorias ou produtos tem grandes possibilidades de se manter no mercado e crescer. Por outro lado, que terá problemas aquela empresa que não consegue vendas suficientes para sua sustentação econômica. Seria simplificar ao extremo a condução do presente estudo, mas não seria de todo fora de propósito afirmar, que a maioria dos motivos até hoje elencados pelas diversas pesquisas deixariam de ser causas para a mortalidade de MPEs se apenas a questão da falta de clientes tivesse sido resolvida. Mas ela não foi. E não será enquanto existirem e insistirem em sobreviver um volume de empresas acima do que o mercado comporta. Como em outras ocasiões, essa providência contribuiria, em parte, para a solução do problema de pesquisa. Mas, apenas identificar isso não resolve, pois sabe-se que, enquanto pretenderem registro essa massa de empresários, possivelmente acima do nível que o mercado poderia absorver, as altas baixas tenderão a ocorrer.

Na pesquisa SEBRAE-SP (2010), conforme citado, os fatores considerados mais importantes pelas empresas ativas entre todas as indicações dos empresários como condicionantes para o sucesso nos negócios, foram: habilidades gerenciais, capacidade empreendedora e logística operacional. Não causam surpresa essas declarações, as quais foram obtidas de empresários que prosperaram em suas iniciativas. Nem poderiam ser outras as suas convicções. Esses empresários não precisam vincular o seu sucesso ao número de clientes ou ao valor das vendas, principais dificuldades dos que fracassaram. Eles talvez nem

se dêem conta de que a falta de clientes ofuscaria por completo as habilidades gerenciais, colocaria em xeque a capacidade empreendedora e causaria pane na logística operacional. Para esses empresários, enquanto a situação do mercado perdurar favorável ao desenvolvimento empresarial, os citados condicionantes ecoam apenas como auto-elogios para uma condição que pode ser temporária ou até passageira.

Na última pesquisa – "12 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas" -, o SEBRAE-SP (2010) também apresenta, entre outros, um dado relevante e que contribui um pouco mais ao entendimento de uma questão já abordada, inclusive pelas pesquisas do IBGE. Trata-se do volume de capital necessário à abertura e ao desenvolvimento das atividades nas empresas brasileiras. Destaca-se no Quadro 05 especificamente o dado que a pesquisa revelou em relação ao empréstimo bancário, onde, das empresas paulistas que permaneceram em atividade, 30% haviam buscado recursos em bancos para o financiamento de sua atividade e, das encerradas, apenas 15% recorreram a esses recursos.

AMBIENTE INSTITUCIONAL	EMPRESAS ENCERRADAS	EMPRESAS EM ATIVIDADE
Obteve Empréstimo em Banco?	15% sim	30% sim
Realizou algum Curso?	28% sim	39% sim
Participou de Reuniões/ Parcerias?	10% sim	19% sim
Realizou vendas ao Governo?	5% sim	14% sim
Fez ações em conjunto com outras Empresas?	11% sim	15% sim

Quadro 05 – Alguns dados sobre a gestão de MPEs
Fonte: SEBRAE-SP (2010, p. 22).

Essa informação em nada destoa, muito pelo contrário, da noção de tamanho da empresa. Se, como destacado pelo IBGE, a permanência no mercado é uma questão de porte, e associa isso também a um maior volume de capital, então, recurso por recurso, capital é igualmente capital vindo do proprietário ou do banco. Até mesmo a estratégia de maior volume de recursos para o giro se justifica, pois as empresas que fracassaram não possuíam apenas capital fixo menor, mas também de giro.

Com isso, o SEBRAE (2010) também colabora para o entendimento da mesma questão, a qual se soma aos requisitos fundamentais para a sustentabilidade econômica das pequenas empresas: quanto menor o capital, menores as possibilidades de resultados que seriam necessários para a manutenção da atividade empresarial.

Abre-se aqui novamente a discussão em torno do porte da empresa, a qual envolve agora o cenário em que se encontram as empresas dos diversos segmentos, com a possibilidade de se reforçar a hipótese de que um dos motivos ao qual possa estar vinculado o

fechamento prematuro das MPEs seja mesmo em função de seu tamanho. Em seu estudo de 2007 o SEBRAE bem identificou que as empresas que fecham são, em sua grande maioria, microempresas. O que se quer evidenciar é que as microempresas na realidade não são micro; talvez sejam mini-micro, especialmente as que não prosperam.

A contextualização deste problema vai além. Pelas regras da legislação em vigor, conforme exposto, são consideradas microempresas aquelas empresas que faturam anualmente até R$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais). Contrastando com esse parâmetro, o SEBRAE (2007) expõe um dado extremamente importante: 68% das microempresas extintas faturaram até R$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais) anuais, sendo que 53% faturaram abaixo de R$ 60.000,00 (sessenta mil reais) anuais. Considere-se também que 51% pertenciam ao ramo do comércio, e que, das empresas ativas - que sobreviveram – 80% faturaram até R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) anuais.

Não bastassem esses dados para caracterizar a pequenez das microempresas que são abertas e fechadas no Brasil e as dificuldades aqui tornadas inerentes a esse porte, ainda há a possibilidade de, quando o SEBRAE (2007) declara que, em média, essas empresas faturavam até R$ 60.000,00 (sessenta mil reais) anuais, automaticamente deixar supor que muitas delas faturavam bem menos que isso. Não é difícil imaginar com que tamanha dificuldade esses empresários mantém-se em atividade. O pró-labore passa a ser uma meta inatingível ou então negativa - quando o empresário precisa, para alguns gastos, eventualmente arcar com recursos próprios[11]. E é quando esse eventualmente se torna permanente que os recursos se esgotam, as reservas familiares se esvaem, os empréstimos[12] não são quitados e as dívidas se acumulam, numa roda viva com final trágico para a empresa.

Adam Smith, citado por Marx (1972), já alertava sobre a dificuldade de os pequenos capitais produzirem grandes lucros. E até admite que isso possa ser possível, mesmo que seja relativamente alto o valor mínimo de lucro efetivo que precisa ser gerado pela empresa para fazer frente aos seus custos operacionais. Mas daí a exigir que um pequeno capital seja capaz de proporcionar alto retorno, desproporcional ao montante investido, seria pretender que a empresa pudesse vender seus produtos considerando apenas os seus encargos e compromissos sem levar em conta a concorrência. Quanto maior o faturamento, menor o percentual

[11]Em 2005, 94% dos empresários que fecharam declararam ter utilizado apenas recursos próprios para abrir e gerir a empresa (SEBRAE, 2007).
[12] No mesmo ano (2005), apenas 19% dos empresários que não prosperaram recorriam a empréstimos bancários (SEBRAE, 2007).

representativo dos custos operacionais. Porém, alto faturamento combina mais com alto volume de capital.

Aqui abre-se uma das mais relevantes discussões, que pode, também com bastante propriedade, a exemplo do que se deduziu sobre o porte da empresa, ajudar a esclarecer o fenômeno da mortalidade das empresas menores: é o caso do dimensionamento do capital mínimo necessário para dar sustentação ao empreendimento, que agora torna-se mais claro, não pode ser pequeno demais.

É fato que no Brasil não se estipula o capital mínimo para a abertura das empresas. Apenas subscreve-se 'um certo' valor, não necessariamente integralizado no ato e, quiçá, nunca venha a sê-lo. Mas, como é possível compreender o fato de que uma empresa, constituída com um capital ínfimo, possa obter retorno suficiente para o pagamento dos encargos próprios de seu porte? Marx (1972, p.727) já alertava: "com o desenvolvimento do modo de produção capitalista, aumenta a dimensão mínima do capital individual exigido para levar avante um negócio em condições normais".

Os ensinamentos de Smith e Marx continuam muito atuais, mas ao que parece não são levados a efeito - talvez não sejam do conhecimento - nem pelos novos empreendedores, nem pelos órgãos de apoio, nem pelas políticas públicas ou legislações recentes. Conforme o SEBRAE (2007), o capital de giro médio das empresas extintas nos últimos anos da pesquisa nacional foi de R$ 8.689,91 em 2003, R$ 14.922,2 em 2004 e 18.658,14 em 2005. Qual o retorno que se pode esperar desse volume de recursos? Mesmo que a resposta seja 100% mensalmente, talvez isso não fosse suficiente para dar sustentação à empresa. Acontece que a empresa, desde sua fundação, demanda recursos para o seu funcionamento, recursos esses que só podem advir do lucro. Não é com a venda que se paga uma despesa; é com o que sobrou dessa venda, ou seja, com o lucro. Logo, é preciso ter lucro, desde o início, mesmo vendendo pouco.

A expressão "lucro a qualquer preço" encontra aqui um encaixe perfeito para a discussão. Supõe-se que a meta da empresa é, num primeiro momento, sustentar-se. Num segundo momento, na medida do possível, ampliar suas vendas e atingir a próxima meta: o lucro. Esclareceu-se que em um cenário de início de atividade, poucos clientes e, consequentemente, baixas vendas, é praticamente inviável a concorrência através de preços dos produtos, uma vez que cada produto ou mercadoria tem uma carga de custos fixos maior, justamente em função das poucas unidades vendidas. E que, mesmo vendendo por um preço superior à concorrência talvez uma empresa não consiga a sobra necessária para custear seus

compromissos. Para empresas nessa situação ainda não é chegada a hora de pensar em concorrência, pois que sobre ela Marx (1972, P.727) assevera: “a batalha da concorrência é conduzida por meio da redução dos preços das mercadorias”.

Aqui também se esclarece outra contradição, a qual fica por conta da retirada do proprietário. Enquanto a pesquisa SEBRAE (2007) revelou que 94% dos empresários utilizaram recursos próprios para abrir e gerir a empresa, 51% declararam a necessidade de extrair dela remuneração já no primeiro ano para o seu sustento e o de suas famílias, sendo que este percentual tem aumentado nos últimos anos. Um dado pode não excluir o outro, porém, sabe-se agora que, para uma pequena empresa em processo de abertura e crescimento, tão relevante se faz a injeção de recursos na fase inicial quanto a preservação dos recursos por ela gerados, ao menos durante o tempo estimado de maturação necessário à sua consolidação no mercado.

3.3 Contribuições de outras pesquisas

As investigações em torno do problema objeto desta pesquisa são muitas e não há de se negar que houve a tentativa de buscá-las por completo. Mesmo havendo essa possibilidade, ao longo do estudo detectou-se que as causas da mortalidade das MPEs pesquisadas e/ou declaradas geralmente se situam dentro de três grandes vertentes: os que vinculam as causas da mortalidade a fatores ignorados ou não observados até o ponto de abertura, os que vinculam a fatores decorrentes da atuação da empresa ou da pessoa do empresário, após a abertura e, os que não distinguem diferenças alguma entre o antes e o depois e arrolam, por exemplo, a falta de um planejamento prévio e a alta carga tributária conjuntamente, como se fosse natural a ocorrência das duas ao mesmo tempo. Considerando sua proposta inicial, suas hipóteses e sua tese, esta pesquisa define-se pela primeira e, desde o início procura dar mais ênfase a essa, justificando sua convicção de que seria possível prevenir a maior parte dessas causas, ou, na impossibilidade disso, nem abrir a empresa.

a) O estudo de Carvalho & Fonseca

Carvalho & Fonseca (2008), apresentam uma análise, utilizando estudos internacionais e dados do Cadastro Central de Empresas do IBGE - CEMPRE, onde foi possível comprovar, também para o Brasil, a ocorrência de fatos estilizados de caráter microeconômico com relação à demografia de empresas. E que as características peculiares de cada setor, assim como as diferenças de porte, são fatores fundamentais para estabelecer padrões diferenciados de taxas de entrada e saída de empresas do mercado. Concluem que a formação de novas empresas, seu crescimento e sobrevivência, assim como a volatilidade da população de empresas são essenciais para a adaptação de estruturas de competitividade e geração de emprego.

Dado que a grande maioria das empresas que entra no mercado é de pequeno porte, os autores destacam que estudos realizados na União Européia também evidenciam a correlação entre a entrada de empresas no mercado e o porte das mesmas. E revelam a existência de uma correlação negativa entre o PIB per capita, considerado como uma *proxy* do desenvolvimento econômico do país, e a taxa de entrada de novas empresas no mercado. Isto sinaliza que um nível de desenvolvimento econômico mais alto está associado com atitudes menos favoráveis ao trabalhador por conta própria. Consideram que este impacto negativo ocorre devido ao fato da prosperidade econômica geralmente trazer consigo níveis salariais mais altos e um sistema melhor de seguridade social, que tornariam o emprego uma alternativa mais atrativa do que abrir uma nova empresa.

Uma correlação positiva, por outro lado, pode ser encontrada entre desemprego e o número de empresas novas. A falta de oportunidades para desempregados ou o medo de perder seus empregos faz com que indivíduos iniciem seu próprio negócio. Se não existe chance de encontrar um emprego, os desempregados podem ser quase que forçados a abrir uma empresa. Como consequência, a taxa média de natalidade das empresas tende a ser geralmente mais alta naqueles países onde a taxa de desemprego é mais elevada (CARVALHO & FONSECA, 2008).

Outro ponto, destacado por Carvalho & Fonseca (2008) é relativo ao crédito. Segundo os autores, o crédito tem grande importância econômica, uma vez que permite agilidade nas transações e expansão da economia por meio da intermediação financeira e do fornecimento de liquidez aos agentes econômicos. Atualmente, no Brasil, existem instituições e opções de

crédito para as empresas que levam em consideração as especificidades do setor e o porte das empresas, sendo que as micro e pequenas empresas possuem condições de análise mais simples. Além do porte, outras variáveis podem influenciar na concessão do crédito, como por exemplo, a escolha do regime tributário e o setor de atividade. Mesmo com esta recente trajetória de crescimento da relação crédito/PIB no Brasil, ainda está muito abaixo do observado em países desenvolvidos ou em países emergentes.

b) O estudo de Ferreira & Santos

Segundo Ferreira e Santos (2008), as elevadas taxas de mortalidade de empresas sempre despertaram o interesse dos pesquisadores em diversas partes do mundo. Citam que Horace Davis (1939) já as estudava no final da década de 30, cuja pesquisa, com base nos dados da empresa *Dun & Bradstreet*, mostrou que em algumas cidades dos Estados Unidos a mortalidade de pequenas empresas chegava a 77,6% ao final do terceiro ano de existência. Os principais fatores citados por Davis como responsáveis pela alta mortalidade foram: a falta de mão de obra especializada, a falta de infraestrutura, a instabilidade política e econômica e a rápida mudança de demanda dos clientes.

Os autores trazem contribuições de vários estudiosos, entre eles: Castrogiovani (1996), Perry (2001), Cleverly (2002), Riquelme & Watson (2002), Azevedo (1992), Santos & Pereira (1995) e Viapiana (2001).

Castrogiovani (1996), por exemplo, relata que o planejamento tem sido apontado por muitos autores como fundamental para reduzir a probabilidade de morte de uma nova empresa e, portanto, um plano de negócios pode contribuir para a redução da mortalidade, pois planejar ajuda a conseguir capital e investimento. Além de ser um método de aprendizado que reduz riscos e incertezas, aumenta o nível de informação do empreendedor sobre o negócio e aumenta a eficiência operacional, comunicando os objetivos aos membros envolvidos.

Já Perry (2001) afirma que escrever um planejamento formal melhora o desempenho e reduz a probabilidade de morte das pequenas empresas, visto que mais de 50% das empresas por ele pesquisadas que não fecharam tinham escrito um planejamento antes de montar a empresa.

Cleverly (2002) indicou cinco fatores que, de acordo com seus estudos, contribuem para a mortalidade de empresas, começando por um elevado nível de complacência com os gastos na fase de abertura, a baixa competência dos sócios, a falta de tempo, o desconhecimento do mercado e as mudanças rápidas no ambiente empresarial.

Riquelme & Watson (2002) concluem em uma pesquisa junto aos capitalistas de risco, bancos e instituições financeiras da Inglaterra, que os principais fatores contribuintes para a mortalidade de pequenas empresas são a falta de experiência da equipe gerencial e da mão de obra, mercado com baixo potencial de crescimento e alta concorrência, produto ou serviço sem diferencial competitivo e com baixa tecnologia e inovação.

Ferreira & Santos (2008) enfatizam ainda que, ao contrário do que ocorre em outros países, o Brasil não possui muitos estudos com aplicação de pesquisa científica sobre a mortalidade de pequenas empresas e nem uma sistematização dos dados sobre esse assunto. Mas que apesar disso são encontrados alguns estudos como é o caso de Azevedo (1992) que em sua pesquisa afirma que entre as causas de insucesso constam: a falta de habilidade administrativa, financeira, mercadológica ou tecnológica do empreendedor, além da instabilidade econômica e da falta de crédito no mercado.

Já segundo Santos & Pereira (1995), os motivos que efetivamente tem levado muitos empreendimentos novos ao fracasso são: a falta de experiência empresarial anterior e de competência gerencial, o desconhecimento do mercado, a falta de qualidade dos produtos ou serviços e a falta de planejamento e informações gerenciais.

Outra contribuição trazida por Ferreira & Santos (2008) foi a pesquisa que Viapiana (2001) realizou com MPEs do Rio Grande do Sul, cujas razões encontradas para o fracasso da maioria dos pequenos empreendimentos foram: a falta de habilidade administrativa, financeira, mercadológica e tecnológica dos empreendedores, além da falta de organização do tempo e da centralização de tarefas. Com base nos resultados extraídos da pesquisa, os autores revelam ser clara a vocação para o empreendedorismo no Brasil, a qual 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 uma oportunidade de negócio.

Os resultados apresentados também confirmam que não existe um fator que possa ser responsabilizado isoladamente pelo encerramento precoce das atividades de uma empresa.

Entretanto, é possível perceber que os fatores contribuintes para a mortalidade são bastante interligados e dependem em grande parte da atuação do empreendedor, que influencia sobremaneira no desempenho da empresa e sua eventual sobrevivência ou morte. E que essa influência ocorre na medida em que ele é o principal responsável por pesquisar o mercado, seus clientes e concorrentes, escolher os sócios, funcionários e parceiros que o irão auxiliar no esforço de abrir e gerenciar a empresa, escolher o ponto onde instalar, definir as características dos produtos e serviços e preparar a empresa para os desafios do ambiente.

No intuito de descrever com maior riqueza de detalhes o perfil do empreendedor e do negócio, os autores concluem que os interesses que levam os empreendedores a abrir empresas têm uma motivação desvinculada da realidade do mercado, pois seguiram uma indicação que muitas vezes se mostrou ilusória, abriram negócio para beneficiar o patrão com a redução dos encargos sociais perdendo todos os benefícios, ou buscaram a realização do sonho da independência financeira e do aumento de renda, ou, ainda, uma alternativa para a situação de ociosidade em que se encontravam em virtude de desemprego ou aposentadoria.

Os fatores experiência, escolaridade e competência na gestão empresarial também contribuíram de forma relevante para a mortalidade precoce das empresas e a conclusão principal a que os autores chegaram é que a maior parte dos empreendedores abre suas empresas sem experiência no ramo, sem competência gerencial, sem capital suficiente, sem funcionários para ajudar, sem ter feito pesquisa ou planejamento, acreditando que apenas através da coragem, da força de vontade e do esforço pessoal a empresa iria funcionar.

> Os empreendedores costumam culpar os aspectos externos de burocracia, impostos altos, concorrentes, governo e clientes pelos insucessos, mas na verdade, ao que tudo indica, suas próprias competências são de baixa qualidade, demonstram pouca força de vontade para enfrentar por mais tempo as dificuldades, e isto fica claro quando aparece um emprego e parte destes desiste da empresa pela segurança do salário (FERREIRA & SANTOS, 2008, p. 15).

No decorrer da pesquisa realizada pelos autores, os ex-empresários tiveram a oportunidade de dar conselhos a respeito do processo de criação e gestão de um empreendimento para pessoas que tenham interesse em constituir uma MPE.

Entre as recomendações destacam-se:

- não crie a empresa apenas por motivos pessoais de fonte de renda, de independência financeira ou por exigência do empregador, e sim procure identificar uma real oportunidade de negócio dentre as ideias que surgirem;

- as ideias e oportunidades de negócio indicadas por amigos e pessoas da família devem ser estudadas com muito cuidado;

- criar uma empresa por que está desempregado ou aposentado é desaconselhado;

- é preciso ter a consciência de que o empreendedor trabalha mais que em qualquer outro emprego regular e é importante ter dedicação, perseverança, força de vontade e tempo disponível para dedicar ao negócio;

- é necessário pesquisar e estudar detalhadamente o mercado onde pretende montar a empresa e planejar os seus primeiros passos;

- é importante calcular o investimento inicial antes de abrir o negócio, entender e acompanhar as atividades dos advogados e contadores; e,

- escolher o capital intelectual da empresa com base em competência, pois a qualidade do componente humano, incluindo os sócios, a mão-de-obra, o apoio jurídico contábil e os parceiros ligados diretamente ao negócio, são de extrema importância. Cabe ao empreendedor conscientizar as pessoas ligadas ao negócio, antes de constituir a empresa, de que o sucesso depende em grande parte delas.

O estudo dos autores e as declarações dos empreendedores, cujas recomendações foram transcritas acima, trazem uma contribuição significativa à afirmação do presente estudo: faz parte da dinâmica da economia a abertura de empresas, sendo essencial para o desenvolvimento e a geração de empregos. Porém, deve-se ter muita precaução ao resolver abrir uma empresa. Ou, conforme o título deste estudo oportunamente sugere, desde o seu projeto inicial, “na dúvida, não abra”.

c) A pesquisa de Bonacin, Cunha & Corrêa

Bonacin, Cunha & Corrêa (2009) corroboram com outros autores de que as micro e pequenas empresas (MPEs) são essenciais para o crescimento e desenvolvimento econômico de qualquer nação. No entanto, grande parte das novas empresas encerra suas atividades nos primeiros anos de funcionamento.

O objetivo de seu estudo foi fazer um levantamento junto a algumas micro e pequenas empresas da cidade de Ituverava-SP que encerraram suas atividades, com o intuito de expor e analisar os principais fatores que contribuíram para a mortalidade dessas empresas. A análise

dos resultados da pesquisa de campo permitiu verificar que a mortalidade se deu, principalmente, em função da falta de informações sobre o negócio e também devido à falta de um planejamento administrativo por parte de seus proprietários.

Constataram que apesar dos relativamente baixos incentivos governamentais oferecidos aos pequenos e médios empresários brasileiros, há ainda vontade por parte dos empreendedores em instalar seus próprios negócios. Portanto, quando se tem um país que é usualmente apontado como um dos que apresentam as maiores proporções de empreendedores do mundo, em contrapartida, alertam os autores, deve-se estar atento ao fato de que isso ocorre provavelmente em decorrência da (novamente enfatizada) necessidade de sobrevivência dos empresários.

Diante da convicção consensual de que houve uma abertura prematura dessas empresas, foi realizado pelos autores o levantamento das principais dificuldades. As informações obtidas apontam para os seguintes problemas: inadimplência dos clientes, alta carga tributária, forte concorrência, falta de mão de obra especializada, ausência de capital de giro e de financiamentos para pequenas empresas, escolha inadequada do ponto comercial, pequena clientela, pouca fidelidade desses clientes, problemas financeiros em geral, principalmente o endividamento consequente da má administração dos recursos disponíveis.

Nessas condições, os participantes alegaram ser preferível buscar outras atividades capazes de oferecer maior renda, proveniente de trabalho assalariado. Quando questionados sobre as possíveis medidas que evitariam o fechamento de suas empresas, foi citada a orientação profissional como a principal delas. Todos alegaram não ter tido nenhuma noção dos problemas que enfrentariam e tampouco estavam cientes dos fatores propulsores de sucesso das empresas.

Outras medidas foram citadas como preventivas para esses problemas e até para o não encerramento das atividades: maior capital de giro, maiores investimentos de recursos financeiros na empresa, implantação de medidas que reduzissem a inadimplência, e planejamento tributário como forma de minimizar a carga de impostos a que estavam sujeitos. Para a maioria dos participantes, o período apontado como o das maiores dificuldades foi o primeiro ano de abertura da empresa, o que foi justificado pela falta de conhecimento do mercado e por ausência de fidelidade entre os consumidores. Diante desse contexto, o problema maior concentrou-se no endividamento gerado pelas empresas e por externalidades negativas não previstas pelos gestores, principalmente em decorrência da falta de planejamento.

Os empreendedores administravam suas empresas conforme os eventos ocorriam e não de forma estruturada e planejada. Fatores como falta de incentivo governamental, pouco acesso ao crédito e inexperiência no negócio (desconhecimento), apontados nas entrevistas, foram também um consenso. Assim como houve consenso entre os empreendedores a respeito de que, antes da abertura de qualquer negócio, eles deveriam procurar ajuda profissional para conhecer mais sobre o mercado e os riscos enfrentados, proceder à análise da concorrência e estimar com mais precisão o capital necessário para a abertura do negócio e o giro.

Os autores verificaram não existir ao menos uma vaga noção do empreendedor de que ele poderia aprender com os erros cometidos, seus ou de outros. Os participantes da pesquisa demonstraram falta de consciência de que eles poderiam utilizar-se de equívocos e experiências malsucedidas para construir uma base de conhecimentos, direcionada aos seus próprios negócios. Nem mesmo após algum problema ocorrido em seus empreendimentos existiu uma cultura de reflexão e percepção em torno das falhas ocorridas, o que poderia gerar novos conhecimentos para o negócio por meio da absorção de uma aprendizagem proveniente do erro. Houve apenas a preocupação com os negócios momentâneos, deixando as empresas à mercê dos imprevistos que pudessem vir a ocorrer.

Os resultados apontaram ainda que muitos dos conhecimentos técnicos e estratégicos do negócio foram aprendidos no cotidiano da empresa. Concluem os autores que o ideal seria que o empreendedor fosse capaz de ter conhecimentos práticos e acadêmicos antes de se inserir no mercado. Tal fato daria evidências da importância de haver incubadoras de empresas para os novos empreendimentos, que seguissem essa filosofia de funcionamento, de modo a auxiliar de fato o micro e o pequeno empresário.

Em decorrência de algumas limitações, tais como interferências da cultura local ou o reflexo de regulamentos e leis regionais, os resultados poderiam conter especificidades locais. Por isso os autores propõem que sejam realizados estudos semelhantes com empresas de outras localidades e outros municípios, no intuito de se produzir um quadro comparativo dos fatores impulsionadores do fechamento de micro e pequenas empresas. Dessa forma, poder-se-ia oferecer maior robustez aos resultados encontrados, uma vez que eles seriam provenientes de realidades diferentes, apontando especificidades locais de cada uma das regiões averiguadas.

Percebe-se que as causas ou fatores que contribuem para a abertura e extinção das pequenas empresas começam a ser reproduzidos, repetidos e até ampliados, mas que não

possibilitam uma conclusão clara sobre a condução de um processo para a reversão do quadro atual de altas entradas e saídas do mercado, conforme dados do IBGE (2008).

Mas Bonacin, Cunha & Corrêa (2009) retomam uma questão que continua a ganhar peso para as recomendações finais como estratégia que traria boas perspectivas às novas empresas: é o caso das incubadoras de empresas, cujo ambiente em que a empresa é gestada, além de contribuir para a formação do empreendedor, propicia o tempo necessário ao amadurecimento da ideia e até da própria decisão de abrir a empresa, evitando a precipitação, a qual os autores bem constataram nos empreendedores de primeira viagem.

4 CAUSAS DA MORTALIDADE E DETERMINANTES DA SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA DAS MPEs SEGUNDO OS RESULTADOS DESTA PESQUISA

O presente capítulo tem por objetivo a apresentação dos resultados obtidos nas pesquisas - primária e secundária - deste estudo, evidenciando principalmente quais são os fatores determinantes do sucesso ou fracasso das Micro e Pequenas Empresas brasileiras atualmente. Em primeiro lugar, resume-se o tratamento dos dados, seguido da caracterização da amostra e dos resultados da pesquisa de campo. Segue-se os mesmos passos para os dados e resultados da pesquisa secundária.

4.1 A pesquisa de campo

Os dados obtidos através dos 61 questionários aplicados e recolhidos foram alvo de um acompanhamento individualizado, tendo resultado na devolução de todos, constituindo-se também em 61 os sujeitos da amostra. O tratamento estatístico dos dados e respectivo procedimento, que em seguida se enuncia, foram realizados a partir da organização das questões em planilha eletrônica, ferramenta simples baseada na plataforma Microsoft Excel for Windows 2007.

Conforme a classificação proposta por Gil (1987), quanto aos objetivos esta pesquisa é predominantemente descritiva, pois expõe as características de determinado fenômeno, sendo conduzida inclusive por um levantamento de percepções do tipo *survey*, com auxílio de questionário com perguntas fechadas para se obter explicações sobre o fenômeno aqui pesquisado.

O Universo da pesquisa primária foi o dos escritórios de contabilidade sediados exclusivamente em Santa Maria-RS e Farroupilha-RS, tendo sido estes mapeados através do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul – CRC-RS, onde se encontram registrados, totalizando 50 (cinquenta) em Santa Maria e 11 (onze) em Farroupilha.

O foco do estudo em escritórios de contabilidade é devido a vários fatores, além de alguns já citados: o ambiente propício à circulação de informações relevantes acerca do objeto de estudo, a familiaridade do pesquisado com as questões relacionadas à gestão empresarial e a facilidade de acesso ao pesquisado visto o pesquisador fazer parte da classe. De acordo com

as características exigidas para o universo selecionado, todos os 61 escritórios selecionados foram listados como elegíveis à aplicação do questionário.

O questionário utilizado no levantamento de percepções do tipo *survey* teve perguntas fechadas, adotando-se o formato da escala Likert de 0-4. Há várias vantagens nas perguntas fechadas. Uma delas é a facilidade de comparação entre os pesquisados. Outra vantagem é que a existência de opções de resposta torna a pergunta mais clara ao pesquisado. Por outro lado, as perguntas fechadas podem trazer alguns inconvenientes, tais como a tendência à centralização em uma posição de resposta, o qual foi atenuado intercalando-se estruturas diferenciadas para algumas questões. Esse procedimento também pode favorecer a retomada da concentração por parte do pesquisado, necessariamente particularizada a cada questão.

Foi realizada uma seleção dos dados mais relevantes, certificando-se de que os mesmos estavam completos e coerentes, o que permitiu uma descrição completa, detalhada e consistente com o proposto no referencial teórico da pesquisa, tendo estes sido tratados de forma qualitativa e quantitativa. As respostas às perguntas do questionário foram tabuladas e tratadas de forma quantitativa para os procedimentos estatísticos descritivos simples, especificamente o percentual e a média, para identificar padrões de entendimentos e tendências.

4.1.1 Resultado da pesquisa de campo

Antes de tudo, deve-se ter claro que o levantamento de dados através de uma pesquisa não se justifica sem a sua devida interpretação, a qual consiste no processo de expressão do verdadeiro significado do material em termos de propósito do estudo. Neste caso, tal como elenca Dencker (2000), o processo de interpretação determina que o pesquisador faça as ligações lógicas e comparações, enunciando os princípios que determinam as generalizações possíveis. Um dos principais aspectos que deve ser considerado neste processo é a ligação entre as informações, dados empíricos coletados e a teoria subjacente aos mesmos, já que estas são essenciais para o estabelecimento de tais generalizações.

Contudo, este não pode ser considerado o único principal aspecto, já que é preciso ter em mente que os construtos passam pelas inferências da interpretação da mente humana e podem apresentar falhas. Neste sentido, Dencker (2000) sugere ao pesquisador que ocorra a elaboração de modelos próprios de análise de dados, ao invés de se procurar formas prontas.

De igual modo, encara-se a interpretação dos dados como a busca de um sentido mais amplo aos resultados da pesquisa, procurando estabelecer a continuidade dos resultados de uma investigação com os de outras, tentando criar conceitos explicativos.

4.1.2 Interpretação dos dados e resultados

A aplicação do questionário levantou dados que necessitam ser analisados, confrontados com as teorias invocadas, correlacionados com outras pesquisas, antes de serem assimilados, postos em dúvida ou refutados como equívocos por diversos motivos, inclusive a dificuldade em dimensionar o real sentido dos questionamentos.

A partir desse entendimento, inicia-se a análise, questão a questão, eleita para o questionário a dinâmica de não formar blocos de perguntas em torno de variáveis ou tópicos, a fim de proporcionar maior liberdade ao pesquisado em, a cada questão, revigorar suas intuições, convicções, crenças ou saberes acerca dos assuntos, que estrategicamente parecem não estar vinculadas.

Conforme citado, o questionário foi composto por 20 (vinte) questões fechadas, 19 (dezenove) delas com 5 (cinco) opções de respostas e uma com 13 (treze) opções a serem relacionadas de acordo com o grau de importância relativamente ao problema de pesquisa, as quais passa-se a elencar:

Questão 1:

Tabela 07 – Frequência com que os empresários procuram assessoria do contador para avaliar a viabilidade da instalação de uma empresa, relativamente ao ramo e ponto do negócio.

Nunca	Raramente	Com moderada frequência	frequentemente	Sempre
16,39%	63,93%	13,11%	4,92%	1,64%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Não há surpresas nas respostas à Questão 1. Na perspectiva deste estudo ela traduz, de um lado, a ausência de um sistema de suporte à decisão empresarial que seja minimamente confiável e que imponha custos compatíveis com os benefícios esperados e, de outro, espelha a necessidade do ‘novo empreendedor’ em acreditar (mesmo que num mero exercício de fé indeterminada, sem fundamentos científicos) que existe uma alternativa de inserção empresarial capaz de lhe garantir a sobrevivência. Mas essa concordância vai além. Ela leva a

uma conclusão útil à tomada de decisão sobre a abertura de empresas. É o fato de haver profissionais disponíveis e disponibilidade profissional para orientar, principalmente os novos empresários, quanto às condições sob as quais uma empresa pode ser aberta com futuro mais promissor. Talvez esse não seja o fator determinante da existência ou mortalidade das empresas, porém, não é de se desprezar experiências ou relatos de vivências de profissionais calejados em abrir e fechar empresas. Para o presente estudo, interessa ter detectado essa possibilidade, o que já pode ser agregado ao rol de providências antes da abertura.

Questão 2:

Tabela 08 – Peso da carga tributária para Micro e Pequenas Empresas nos últimos anos.

diminuiu significativamente	vem diminuindo gradativamente	não se alterou significativamente	vem aumentando gradativamente	aumentou significativamente
14,75%	27,87%	45,90%	9,84%	1,64%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Na Questão 2 deve-se considerar que 42,62% dos entrevistados responderam que a carga tributária vem diminuindo, enquanto apenas 11,48% identificaram crescimento. Esta discrepância muito provavelmente está associada à diferenciação de clientela dos escritórios pesquisados, com um grupo menor privilegiando empresas de maior porte, não optantes pelo Simples Nacional. Mas os percentuais revelam uma inegável realidade: não obstante a carga tributária ser elevada, como sempre o foi a todas, para as microempresas e empresas de pequeno porte ela jamais deveria ser caracterizada como responsável pelas dificuldades em se manter no mercado e muito menos como motivo para o fechamento.

Questão 3:

Tabela 09 – Avaliação das políticas públicas direcionadas às MPEs, se conseguem suprir suas dificuldades e se, nos últimos anos, foram decisivas para evitar o seu fechamento prematuro.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
1,64%	32,79%	3,28%	32,79%	29,51%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Na Questão 3, apenas 1,64% concordam totalmente enquanto 29,51% discordam totalmente. Na verdade, 62,30% (quase 2/3) discordam da assertiva. As políticas públicas são claramente insuficientes. Por que alguns responderam ‘concordo em parte’, então? Porque de fato, existem inúmeras políticas públicas. Por exemplo, o Simples, é uma política que apóia – ainda que apenas em parte – a sobrevivência das pequenas. Mas isso não quer dizer que garante a sua sobrevivência. Pelo que se constata, pouco ou nada colabora para tal garantia.

Questão 4:

Tabela 10 – Avaliação das falhas gerenciais, se contribuem significativamente para o fechamento das MPEs.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
60,66%	34,43%	1,64%	3,28%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

O posicionamento dos respondentes na Questão 4 faz sentido na medida que as falhas gerenciais recaem sobre a pessoa do fundador, desde sua ideia de abrir a empresa, passando pelas contingências do mercado e pelas debilidades estruturais impostas à própria empresa para o início da atividade. Especificamente esta Questão talvez não tenha merecido uma observação mais criteriosa por parte dos respondentes, que, quase automaticamente, podem ter associado as falhas gerenciais à dificuldade do proprietário em entender o que realmente seja uma gestão empresarial, assunto que será retomado adiante e pode, com alguma propriedade, confirmar a correlação. Por fazer parte também de outras pesquisas, esta Questão foi previamente testada, avaliada e, mesmo tendo sido detectada alguma incoerência nas respostas, mantida, com o objetivo de estabelecer um alerta que se torna oportuno evidenciar: mesmo aceitando que a pesquisa tenha revelado o que revelou, e que isso possa ser fruto de convicções declaradas ou preexistentes na mente dos respondentes, dizer que as falhas gerenciais contribuíram significativamente para o fechamento das MPEs é por demais genérico e não localiza o ponto crítico do problema.

Questão 5:

Tabela 11 – Avaliação da possibilidade das MPEs conseguirem conquistar uma fatia de mercado ser através de preços baixos no início da atividade, enquanto empresa e produto ainda não possuírem uma referência consolidada.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
32,79%	36,07%	9,84%	11,48%	9,84%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

O surpreendente percentual de concordância (68,86%) da afirmativa à Questão 5 expressa um misto de conhecimento de causa, ciência oculta e irresponsabilidade sadia. Conhecimento de causa, pois uma das melhores fórmulas de atrair clientes é pelo bolso. É notório que, tendo preço acessível, não se vê sobrar estoque. Ciência oculta, pois não se pode exigir que todos conheçam as teorias de Marx, o qual já alertava que a concorrência só é possível através do barateamento dos preços, mas que não se pode deixar de cobrir os custos. Logo, o problema é de mercado e de custos. E, irresponsabilidade sadia, por devolver a

pergunta – respondida - ao pesquisador. A extensão do questionamento vai até aqui e nada além foi perguntado. Está respondida e é "sim". Porém, ver-se-á adiante que não é possível praticar preços baixos nessa condição.

Questão 6:

Tabela 12 – Avaliação da estratégia de um investimento expressivo em publicidade, no momento de maior dificuldade das empresas extintas, se isso teria revertido a tendência ao fechamento.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
0%	34,43%	8,20%	22,95%	34,43%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A pesquisa revela, através da Questão 6, não ser a publicidade uma opção consistente para a solução dos problemas de uma empresa em dificuldade (57,38%). A percentagem que afirma concordar parcialmente (34,43%) está na verdade a contribuir com uma das hipóteses desta pesquisa, de que o limite é o mercado, e que a única solução seria ampliá-lo. Porque a concordância parcial então? Porque um esforço de "marketing" só é conveniente se não envolver novo endividamento, se for uma ação que mobilize os recursos do empresário e de seus associados (sócios, familiares, empregados, etc.). Admite-se que há situações distintas em cada empresa em dificuldade. E que as ações de publicidade podem contribuir para incrementar as vendas, entre outras. Porém, seria temeroso receitar essa estratégia como uma das primeiras providências à reversão da tendência ao fechamento.

Questão 7:

Tabela 13 – Avaliação do volume médio de capital de giro que normalmente as MPEs investem para tentar se manter no mercado (em torno de R$20.000,00).

extremamente baixo	relativamente baixo	Suficiente	relativamente alto	muito alto
21,31%	62,30%	14,75%	1,64%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Do total dos respondentes, 83,61% afirmam, na Questão 7, que o capital tomado por base é baixo. Tal fato expressa não apenas uma posição pessoal ou de uma classe, mas a necessidade de que seja adotada uma nova postura pelos empresários quando da abertura de uma empresa, especialmente nos segmentos de comércio e indústria: o capital de giro não pode ser tão baixo como o que atualmente se constata nas pequenas empresas, principalmente nas que fecham. Além do mais, o IBGE (2010) já tem isso pesquisado: a longevidade da empresa está intimamente vinculada com o seu porte (entenda-se capital).

Questão 8:

Tabela 14 – Avaliação do crédito bancário especial para as MPEs, a juros totalmente subsidiados (ou muito baixos), se isso faria com que a maioria das novas MPEs prosperasse em seu negócio.

Concordo totalmente	concordo em parte	depende: justifique	discordo em parte	discordo totalmente
11,84%	55,74%	21,31%	9,84%	1,64%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A resposta à Questão 8 parece estar associada ao reconhecimento manifesto na anterior, de que o capital disponível é baixo. O fato de ficar em aberto os limites do subsídio (totalmente subsidiado) deve ter induzido ao elevado grau de concordância, ainda que a maior parte concorde apenas em parte. Vale notar ainda que 21,31% sentiram necessidade de justificar. Os pesquisados, ver-se-á adiante, tendo declarado que, normalmente, aquelas empresas que fecham, além de perder o capital investido restam com dívidas, possivelmente por algum empréstimo obtido, ao mesmo tempo entendem ser benéfico o ingresso de capital a juros baixos. Mas não é só isso. Os diversos 'depende', vinculam a resposta às condições sob as quais esse novo capital viria a agregar melhores resultados: 1) que exista mercado; 2) que haja um plano de aplicação e retorno; 3) que seja garantido o pagamento das parcelas; 4) que se justifique pela oportunidade de ampliação das vendas.

Questão 9:

Tabela 15 – Avaliação da possibilidade de o fechamento da maioria das MPEs ter sido por não ter tido acesso à fatia de mercado necessária à plena utilização de sua capacidade inicial, nem ter conseguido ampliar esta posição ao longo do tempo.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
59,02%	29,51%	3,28%	6,56%	1,64%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Pelos diversos ângulos que se expôs o problema, a pesquisa não tem resultado em contradições e esta Questão 9 é uma das que demonstram maior convicção dos respondentes. O sucesso empresarial não está em se produzir, muito menos em comprar. Ele está intimamente vinculado às vendas. Sem elas, não há planos. As previsões de investimentos são necessárias, mas as de vendas são mais. Os próprios empresários fracassados, questionados pelo SEBRAE-SP (2010) estão cientes disso. Dentre os motivos citados para o fechamento de suas empresas, o principal foi o baixo faturamento. E o segundo, a falta de clientes, o que significa a mesma coisa.

Questão 10:

Tabela 16 – Avaliação da possibilidade de uma pesquisa de mercado junto ao público-alvo, antes da abertura da empresa, se teria trazido melhores noções sobre o negócio e, consequentemente, maiores chances de prosperidade para as novas MPEs.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
85,25%	14,75%	0%	0%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A Questão 10 não deixa qualquer dúvida quanto à necessidade da pesquisa de mercado para abertura de uma empresa. Não há o que comentar sobre essa necessidade. Conforme já se argumentou e é uma das convicções do presente estudo, o mercado não se cria concomitantemente à abertura de uma empresa. Então, para uma nova empresa conseguir prosperar, sobra conquistar uma fatia do mercado já existente. Mas, como saber se essa fatia pode ser acessada? Respondendo: uma possibilidade é a pesquisa de mercado, que por sua vez é mais uma oportunidade de reavaliar a própria decisão de abrir a empresa.

Questão 11:

Tabela 17 – Tempo de maturação necessário para que uma empresa tenha condições de se fortalecer.

três a cinco anos	dois a três anos	um ano seria suficiente	alguns meses	não é necessário tempo de maturação
14,75%	49,18%	29,51%	4,92%	1,64%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Ao tempo de maturação normalmente não é dado o devido valor. Prova disso é a grande quantidade de empresas que ainda hoje são abertas por necessidade. Estas, não há dúvidas que precisam dar conta do sustento de seus fundadores, desde o dia da sua abertura, tendo ela condições ou não. Na Questão 11, 93,44% dos respondentes declaram a necessidade de um tempo de maturação acima de um ano, sendo que 63,93% sugerem que esse tempo seja superior a dois anos. Quantas respeitam esse tempo?

Questão 12:

Tabela 18 – Avaliação do potencial de apoio das redes de cooperação às novas MPEs.

garantem a sustentabilidade econômica às empresas que a elas se associam	apenas ajudam a contornar, pela informação, algumas falhas gerenciais	proporcionam apenas um fortalecimento temporário; protelam o fechamento	não se constituem em uma condição para a empresa se manter ativa	em nada contribuem para o fortalecimento de pequenas empresas
8,20%	40,98%	19,67%	27,87%	3,28%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Nesta pesquisa não se poderia desperdiçar a oportunidade de verificar a percepção dos profissionais da contabilidade sobre a possibilidade das redes de cooperação oferecerem melhores condições para as pequenas empresas se firmarem no mercado e prosperarem. Porém, de acordo com a Questão 12, 60,65% admitem que, em rede, elas podem ter apenas alguma vantagem, ainda que temporária. Isso é o que deve ser considerado mais significativo e que leva à conclusão de que as redes não exigem esforço maior das empresas, mas se constituem em uma oportunidade para as pequenas que precisam sobreviver e crescer. Mesmo assim, percebe-se que poucas aderem a programas dessa natureza espontaneamente.

Questão 13:

Tabela 19 – Avaliação do crescimento ou redução do índice de baixas formais de MPEs após a edição da Lei Complementar nº 123/2006.

todas as empresas que fecham realizam a baixa formal	mais empresas que fecham realizam a baixa formal	metade das empresas que fecham realizam a baixa formal	poucas empresas que fecham realizam a baixa formal	nenhuma empresa que fecha realiza a baixa formal
3,28%	39,34%	11,48%	45,90%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A pesquisa revela, através da Questão 13, não ter sido a Lei Complementar nº 123/2006 suficiente para reverter a estatística de falta de baixa formal por ocasião do fechamento de empresas. Não obstante ter sido essa legislação editada especificamente para desburocratizar a abertura e o fechamento de pequenas empresas, ela não consegue objetivo pleno pela necessidade de emissão das respectivas certidões de quitação de impostos e contribuições sociais e previdenciárias. Associados a esses tributos estão os juros, as multas e a correção monetária, os quais podem ser maiores do que o principal, permanecendo a situação atual no quadro de estabilidade em torno dos patamares sempre verificados, ou seja, o de que muitas empresas que fecham não realizam a baixa formal. Então, o motivo pelo qual não é procedida a baixa formal não é a burocracia. Continua sendo o custo para a empresa ter condições de solicitar a baixa.

Questão 14:

Tabela 20 – Avaliação se é verdade que as empresas que conseguem manter um volume de vendas cujo lucro permita um aumento gradativo do capital de giro geralmente não enfrentam dificuldades com o fisco.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
57,38%	36,07%	4,92%	1,64%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A concordância expressiva à assertiva sobre o lucro e o aumento de capital, vinculada à situação com o fisco, remete a duas análises distintas e que encontram significado em duas questões fundamentais: uma é a que afirma a importância de a empresa obter receita de vendas suficiente para gerar lucro e aumentar gradativamente o capital de giro; a outra é a que já se iniciou quando da análise da carga tributária. Assim como não se pode afirmar que a alta carga tributária seja um dos motivos para o fechamento de empresas, as dificuldades com o fisco só aparecem como consequência do baixo resultado das vendas. Então, tanto as dificuldades com o fisco quanto o peso da carga tributária, só se manifestam em empresas com dificuldades de mercado, como pode ser percebido na Questão 14.

Questão 15:

Tabela 21 – Avaliação do nível de formação do empreendedor, se é possível que seja um fator determinante para o sucesso ou o fracasso da MPE que atualmente se lança no mercado.

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
29,51%	45,90%	6,56%	13,11%	4,92%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Não era de se esperar que a resposta à assertiva da Questão 15 tivesse sido negativa. Porém, em sua interpretação talvez possa ter sido avaliada a formação em empreendedorismo e não apenas a educação escolar formal. Mesmo assim, 45,90% que concordam em parte tiveram a convicção de que é preciso mais dos que formação. Talvez tivesse que ser associado à formação a exigência de um perfil empreendedor nato ou desenvolvido. Sabe-se que, a princípio, quanto mais esclarecida for a pessoa do empreendedor, maiores condições terá de adquirir conhecimento sobre as diversas áreas de estudos, inclusive assuntos relacionados à atividade empresarial. Mas talvez seja mais uma Questão de aplicação genérica que não se sustenta por si só. Mesmo porque a pesquisa SEBRAE (2007) revelou que o nível de educação não foi o diferencial que garantiu a sobrevivência das empresas. Viu-se que naquelas que fecharam os proprietários tinham nível de formação escolar melhor do que naquelas que sobreviveram.

Questão 16:

Tabela 22 – Avaliação da possibilidade de que as dificuldades no relacionamento entre sócios ou familiares envolvidos no negócio tenham contribuído significativamente para o fechamento de MPEs

concordam totalmente	concordam em parte	depende: justificaram	discordam em parte	discordam totalmente
32,79%	55,74%	3,28%	8,20%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Com uma concordância de 88,53% na Questão 16, pode-se supor o quanto seja complicada a relação entre os sócios das empresas e o quão danosa se revela ao interferir na gestão das mesmas quando desgastada. Porém, a extensão do entendimento não deixa transparecer claramente se essas dificuldades de relacionamento são originadas das dificuldades financeiras ou se elas nascem do desgaste no próprio relacionamento. Talvez uma seja decorrente da outra. Mesmo não sendo controlável, o fato é que esta é uma questão relevante e merece ser incluída no rol das precauções a serem tomadas antes mesmo da abertura da empresa, firmando contratos que contornem ao máximo possível as situações de dificuldades que possam gerar conflitos e culminar no fechamento da empresa. O que se pode supor é que, facilmente, uma empresa que não atende à expectativa de remuneração do capital individualmente investido, desenvolve ambiente propício às dificuldades de relacionamento entre sócios ou familiares.

Questão 17:

Tabela 23 – Avaliação da noção sobre "Gestão Empresarial" que os novos empresários possuem ao ingressarem no mercado.

todos sabem	a maioria sabe	alguns sabem e outros não	poucos sabem	nenhum sabe
0%	0%	24,59%	75,41%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A resposta à Questão 17 em primeiro lugar remete ao esclarecimento sobre o tipo de formação que o empreendedor deve ter, como condição para se lançar empresário. Conforme se argumentou na Questão 15, não é o nível de escolaridade que pode significar um diferencial de sucesso ao novo empreendedor, mas a formação (educação para aptidão) empresarial. Em segundo lugar, não deixa qualquer dúvida a constatação dos contabilistas (75,41%) de que poucos empresários, ao ingressarem no mercado, sabem exatamente em que consiste uma gestão empresarial. Por diversos motivos, esses profissionais estão constantemente em contato com os empresários e é pelo conteúdo dessas conversas que são extraídos os juízos a respeito da pessoa desses empresários.

Questão 18:

Tabela 24 – Comparativo do grau de importância das habilidades profissionais na arte de empreender: 1ª) disposição de lançar-se no mercado e 2ª) habilidade de fazer prosperar uma empresa já existente.

A primeira é, sem dúvida, a mais importante	A primeira é um pouco mais importante que a segunda	as duas têm a mesma importância (se equivalem)	A segunda é um pouco mais importante que a primeira	A segunda é, sem dúvida, a mais importante
3,28%	3,28%	39,34%	24,59%	29,51%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

A pesquisa ratifica, na Questão 18, o que alguns estudiosos já haviam se proposto a esclarecer: que abrir uma empresa é estar disposto a correr riscos; que a atividade empreendedora não é para todos, é preciso ter perfil empreendedor; que o simples fato de abrir uma empresa não terá sido uma boa decisão se ela não prosperar; que muitas empresas são abertas de forma precipitada, sem um plano prévio; e, que muitos empresários se consideram auto-suficientes para decidir abrir ou não. Possivelmente por conta desses argumentos é que apenas 3,28% consideram a primeira habilidade mais importante que a segunda. Mas, 39,34% consideram ser importante – e talvez necessário – o ímpeto empresarial de constituir empresas, pois com elas surgem novas oportunidades, empregos, e a economia se movimenta. Porém, 54,10% preferem declarar que a segunda é mais importante. O esforço para compreender essa assertiva leva a crer em uma hipótese: sabe-se que muitas empresas são abertas por necessidade e não por oportunidade (GEM 2009) e que essas têm menores chances de progredir, por uma série de fatores. Logo, o que pode ser um diferencial entre prosperar ou fechar é o quilate da oportunidade que se apresenta e, nesse aspecto, as empresas já abertas e que ainda não decolaram, mesmo em dificuldade (e devem ser muitas), seriam uma oportunidade real para o exercício do empreendedorismo.

Questão 19:

Tabela 25 – Situação em que se encontra o capital investido pelo proprietário no momento do encerramento prematuro das atividades de uma MPE.

totalmente consumido, além de sobrarem dívidas a pagar	totalmente consumido	parte consumido e parte recuperado	totalmente recuperado	totalmente recuperado, inclusive com alguns acréscimos
73,77%	16,39%	9,84%	0%	0%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Outra afirmativa que não deixa dúvida quanto à condição financeira em que se encontram os empresários cujas empresas são fechadas, no momento do encerramento das atividades, é da Questão 19. A impressão que fica, além da informação, é de que as empresas demoram demais para entender que suas expectativas foram frustradas, que o plano falhou, que os rumos delineados não se confirmaram, etc.. Este estudo, para o objetivo a que se propôs, além de corroborar com esses argumentos, externa a convicção de que o real motivo para as dificuldades geradas e o consequente fechamento foi o mercado, ou seja, que seu 'necessário' mercado 'não aconteceu' a tempo.

Questão 20:

1	Abertura sem conhecimento do negócio (preços, mercado, concorrência)
2	Abertura da empresa sem pesquisa de mercado para o ramo (planejamento prévio)
3	Início da atividade com limitação de recursos financeiros (capital insuficiente)
4	Falta de conhecimento de custos, formação do preço de venda e gerenciamento
5	Falta de aptidão ou capacitação do empreendedor para a gestão empresarial
6	Falta de consultoria e assessoria desde o estudo para abertura da empresa
7	Volume de vendas insuficiente e/ou número escasso de clientes

Quadro 06 – Principais motivos para o fechamento de MPEs na ótica dos contabilistas
Fonte: Elaborado pelo autor a partir das respostas da pesquisa de campo.

Na Questão 20 destaca-se, dentre as opções propostas, os 7 motivos que mais contribuem para o fechamento das micro e pequenas empresas, na visão dos profissionais da contabilidade (Quadro 06). Mas poderia ser dito que são praticamente aqueles mais apregoados durante todo este estudo. Em nenhum momento acreditou-se na possibilidade de as políticas públicas, por exemplo, estarem auxiliando na sobrevivência das MPEs, ou que a propaganda e marketing poderiam ser uma estratégia salvadora, ou ainda, que a carga tributária estaria levando muitas pequenas empresas ao fechamento. Todas as opções desclassificadas não o foram por completo (Relação completa na 20ª Questão do Anexo A), visto terem recebido alguma importância. Porém, juntamente com o baixo nível de formação, os problemas familiares e as dificuldades decorrentes da conjuntura econômica, não chegariam a ser citados se as opções fossem apenas 7, pois não se comparam às primeiras.

4.1.3 Outras considerações a partir do resultado da pesquisa de campo

a) Sobre a assessoria prévia

Minello (2010) já alertou em seu estudo que o empresário se considera onipotente no momento da abertura da empresa, dispensando qualquer aconselhamento quanto as mais diversas áreas de envolvimento (administrativa, estratégica, financeira, etc..). Esta pesquisa acaba de constatar que os novos empresários raramente procuram assessoria do contador antes de decidir pela abertura de uma empresa e talvez outros profissionais sejam ainda menos procurados. É intrigante essa constatação, pois os novos empresários, até mesmo informações gratuitas – e úteis – estão dispensando, ao que parece pelo medo de que alguém os alerte para

algum perigo, o que poderia pôr em risco não apenas a empresa que está por nascer, mas, principalmente, o sonho de ser empresário.

b) Sobre a carga tributária

Viu-se que a alta carga tributária em si não se sustenta como argumento para o fechamento das MPEs, pois ela sempre foi alta para todas e algumas prosperam assim mesmo. Após a redução deste item a uma questão de contexto geral, torna-se pertinente neste momento uma consideração a respeito das tabelas progressivas de tributação (Anexos B e C), as quais podem estar induzindo o pequeno empresário a adotar algumas estratégias para fugir dessa aparentemente ‘danosa’ progressão, inibindo o seu próprio crescimento como condição para a permanência em uma faixa específica e consequente alíquota menor, além de contribuir para a alta taxa de abertura de pequenas empresas.

Ao apreciar a tabela, por exemplo, referente às empresas de serviços (Anexo C), constata-se que, enquanto o faturamento anual da empresa, optante pelo Simples Nacional, se situar na faixa de até R$120.000,00 (cento e vinte mil reais), a alíquota de tributos sobre o faturamento bruto é de 4,5%. Porém, se o faturamento for um pouco superior a esse parâmetro, a alíquota salta para 6,54%.

Os desdobramentos possíveis para o pânico que se estabelece quando uma empresa beira o limite superior de cada faixa provavelmente sejam muitos. Novas pesquisas hão de comprovar que algumas empresas, cuja fachada sugere ser apenas uma, talvez operacionalmente já sejam duas ou mais.

Não se pretende aqui situar a revisão desses parâmetros como uma questão de justiça, política pública ou artifício fiscal, mas como uma necessidade de evoluir rumo a um apoio real à sustentabilidade econômica das pequenas empresas e, principalmente, o favorecimento ao seu crescimento e não à sua proliferação. A referida revisão nas tabelas pode ser sugerida como uma estratégia propulsora de uma maior robustez das empresas, incentivando-as a crescerem e não a se segmentarem.

Encontrou-se neste momento outro forte motivo, comprovadamente plausível, pela abertura de tantas empresas no Brasil: a legislação favorece essa alternativa.

c) Sobre as políticas públicas de apoio às MPEs

Quanto à existência e eficácia das políticas públicas de apoio às MPEs, pelos dados encontrados nos questionários pode-se supor o quão desconfortável tenha sido para a classe contábil encontrar resposta a uma questão para a qual pouco tenha sido partilhado, dividido ou, pelo menos dado ciência aos maiores interessados. Talvez os que discordam totalmente ou em parte (62,30%) tenham se reportado à edição das mais recentes legislações, entre elas a Lei Complementar nº 123/2006, a qual decreta uma considerável desburocratização de maneira a facilitar o registro e a baixa de micro e pequenas empresas. Como se já não bastasse o elevado número de empresários a se aventurarem sem base no mundo dos negócios, essas leis estão promovendo, conscientemente ou não, também uma maior proliferação de pequenas empresas e, consequentemente, maior mortalidade, pois esta é proporcional àquela.

Não faz muito que se ingressou na tarefa de analisar as possíveis causas do fechamento prematuro das pequenas empresas no Brasil e já se tem clara mais uma constatação, corroborada pelos profissionais da contabilidade: as políticas públicas atuais, ou não se sabe existirem, ou não conseguem dar conta sequer de servir como ‘apoio’ à sustentabilidade econômica das pequenas empresas. Uma das melhores políticas para as pequenas empresas seria a criação de mercado que lhes desse sustentação econômica.

d) Sobre as falhas gerenciais

Outro motivo para o fechamento de empresas que vende bem, mas que dificilmente alguém consegue medir o que é abrangido pelo termo, são as “falhas gerenciais” e, por isso, classificou-se esse argumento de ‘genérico demais’. Ademais, falhas gerenciais ocorrem na maioria das empresas, mesmo nas que prosperaram e prosperam. O que é de interesse desta pesquisa é o isolamento das questões pontuais que realmente contribuem para o fechamento das MPEs e esta parece não ser.

e) Sobre a conquista de mercado pela prática de preços baixos

A resposta ao questionamento sobre a possibilidade das MPEs conseguirem conquistar uma fatia de mercado através de preços baixos no início da atividade foi afirmativo. Mas não esgota o assunto e vem a desafiar e exigir um complemento pela oportunidade ímpar de esclarecer o seguinte: é possível praticar preços baixos no início da atividade, enquanto empresa e produto ainda não possuírem uma referência consolidada? Essa seria a pergunta mais lógica, que, tivesse sido assim redigida, provavelmente encontraria uma resposta negativa, pelas referências já mencionadas, em que autores de renome vinculam os preços baixos a condições de escala. Escala que as pequenas empresas, principalmente as novas, não possuem. Enquanto o volume de produtos for reduzido, os custos fixos individualmente suportados por cada produto será proporcionalmente maior. E o preço de cada produto deve, necessariamente, ser calculado em função de seu custo, eliminando a possibilidade de o preço de venda ser inferior a ele.

Então, custo alto e preço baixo não combinam, uma vez que só se torna possível a concorrência a custo baixo. Quanto a isso Marx (1985, p.140) não deixa dúvida: "A concorrência, como posição ou fase econômica considerada na sua origem, é o resultado necessário da teoria da redução dos custos gerais."

Já falou-se que a concorrência resume-se à prática de preços baixos. Agora tem-se a referência dos custos que, enquanto forem altos, não é possível praticar preços baixos, o que equivale a excluir-se da batalha pela concorrência sob essa situação. Com o auxílio de Marx, conclui-se então que a condição para a concorrência, que vai culminar com a possibilidade de redução dos preços, antes de tudo é a redução gradativa dos custos.

Mais um ponto, vencido e esclarecido, deve tornar-se referência aos que almejam constituir uma empresa com boas perspectivas. As estratégias iniciais passam longe da conquista de mercado através de preços baixos. Mas conquistar uma fatia de mercado continua sendo essencial. A questão é: como? E a resposta é: não conte com a possibilidade de, pelo simples fato de abrir uma nova empresa, abrir-se automaticamente uma fatia de mercado. Essa fatia existe para quem a percebe e deve ser conquistada mesmo que seja tomada de outrem na impossibilidade de inovar com produtos diferenciados ou alternativos, facilidade de acesso ou, como diria Steindl, através de fatores não muito lisonjeiros para o nosso sistema econômico, como a imperfeição dos mercados devido a reações irracionais.

f) Sobre o investimento em publicidade e marketing

Quanto à estratégia de um investimento expressivo em publicidade no momento de maior dificuldade, o assunto é trazido novamente à tona propositalmente para que seja permitido um maior esclarecimento a respeito. Assim como há generalizações de que um dos motivos do fechamento da maioria das empresas se deve a falhas gerenciais, é comum deparar-se com insinuações que pretendem elevar as ações de publicidade e marketing a estratégias salvadoras. Essas ações têm seu valor enquanto agregam maior visibilidade à empresa e a seus produtos, não há de se negar. Mas são estratégias que surtem resultado a médio e longo prazo. Não se sustentam de imediato. É preciso que o cliente atenda ao apelo feito. E que ele comprove tudo aquilo que foi publicado. E que se convença de que é vantajoso a ele. E que o faturamento aumente. E que o resultado apareça. E que...

Portanto, para esse momento de maior dificuldade, sobra adotar estratégias corretivas, as quais não seriam necessárias se tivessem sido previstas tais situações e tratadas de forma preventiva ou, indo ao extremo nas convicções desta tese, essa situação poderia ter sido evitada em não se tendo aconselhado a abertura da empresa sob essas condições. Possivelmente, na maioria dos casos dessa natureza, o planejamento prévio e a pesquisa de mercado antes da abertura foram ignorados.

Por ser um momento único, torna-se interessante não perder nenhuma contribuição ao estudo. Mesmo que tenham sido poucos os respondentes que se dispuseram a opinar por escrito sobre esse assunto pela possibilidade de justificar a opção, surgiram indícios de que a conclusão não poderia ser precipitada e talvez tenha sido o sentimento também dos que concordam parcialmente (34,43%). Ao justificar a sua opção por ‘depende’, alguns respondentes colocam certas condições para que aquela afirmação seja aceita. Citam o caso de uma empresa que tem grande volume de estoque, a preço convidativo, mas que o público não foi suficientemente motivado. E que algumas estratégias de liquidações deram resultado.

g) Sobre o volume de capital de giro para as MPEs

É prática comum no Brasil abrir uma empresa com pouco capital, principalmente de giro. Mas isso, apesar de ter sido detectado, jamais foi tratado como problema pelos diversos

órgãos governamentais ou institutos de pesquisas. A concordância da pesquisa de campo, de que esse valor deveria ser maior, vinda de quem mais se envolve nos problemas da gestão empresarial, fruto de situações vivenciadas e que se repetem não por acaso, põe as coisas no seu devido lugar, classificando definitivamente essa prática como um problema que ameaça a empresa desde o início.

Aqui encontra comprovação mais uma hipótese deste estudo: as empresas que fecham prematuramente talvez tenham começado a morrer desde o dia de sua abertura, pelas convicções erradas de seus fundadores ou pelas condições a que as novas empresas foram expostas no início de sua atividade.

Enquanto Steindl (1977) esclarece que as pequenas empresas são aquelas que operam com uma baixa razão entre o capital e o valor anual de vendas, dá a entender que as mesmas convivem constantemente tendo que suportar altos riscos. E que a alta mortalidade ou curta existência dos pequenos empresários estariam vinculadas a esses mesmos riscos.

Para as empresas de prestação de serviços, que não precisam formar estoques de mercadorias ou de matéria-prima, admite-se que o valor de R$20.000,00 (vinte mil reais) para o giro seja suficiente para manter-se operando normalmente. Mas para as empresas industriais e muito mais para as comerciais, que são a maioria, operar com um estoque mínimo significa reduzir a expectativa de lucro à proporção desse valor.

E, se acaso lhe for exigido muito mais, como é o caso já citado das empresas que precisam dar conta do sustento dos sócios e de suas famílias? Sob essas condições, a projeção é invertida: sabe-se o *quantum* que deve ser destacado ao final de cada mês para atender tais necessidades. O que normalmente não é considerada é a possibilidade de esse *quantum* ser superior ao lucro, possibilidade transformada em prática rotineira por aquelas empresas que são abertas por necessidade e não por oportunidade que, como visto, em pouco tempo as leva ao fechamento.

h) Sobre os empréstimos ou abertura de linhas de crédito especiais

Assim como se constatou no assunto ‘publicidade’, cujas respostas sugeriram haver algumas situações em que se explica a estratégia de um investimento expressivo, para a

abertura de uma linha de crédito as justificativas precisam ser bem entendidas, por ser o assunto que mais exigiu justificativa (21,31%).

Já discutiu-se a respeito do volume de capital necessário ao desenvolvimento de uma atividade empresarial, especialmente aquelas dos segmentos de comércio e indústria, que o mesmo deveria ser maior e quanto maior melhor. Marx já explicou essa necessidade sob o modo de acumulação capitalista. Mas, o momento é de esclarecimento sobre as perspectivas vislumbradas pelas convicções dos pesquisados e os consequentes desdobramentos de suas afirmativas.

A concordância com a afirmativa de que uma linha de crédito é salutar à atividade empresarial, mesmo em se tratando de empresas novas, indica uma sintonia com o que se entendeu na questão do capital de giro necessário ao desenvolvimento das atividades, ou seja, o ingresso de recursos pode ser benéfico desde que esse capital gire constantemente, e nesse aspecto, conforme já se argumentou, não há distinção entre as origens dos recursos. Mesmo na modalidade de empréstimo, crédito subsidiado, ou qualquer outra, capital será sempre capital e isso já se torna pacífico: quanto mais, melhor. Porém, é preciso que se registre que esse capital deve ter a capacidade de reproduzir-se ou estará fadado ao consumo juntamente com aquele desembolsado inicialmente pelos fundadores.

i) Sobre o acesso à fatia de mercado mínima

Sobre a impossibilidade do acesso à fatia de mercado necessária à plena utilização da capacidade inicial e a sua ampliação gradativa, a qual teria provocado o fechamento da maioria das MPEs, poder-se-ia abrir uma longa discussão, a começar pela quantificação percentual, proporcional ou ideal. Mas tudo iria fatalmente culminar no baixo faturamento. Mais útil se torna detectar onde está a origem da dificuldade em vender, faturar, ou ter clientes. Seria com surpresa que esses empresários se depararam com tal situação? Provavelmente não, pois só causa surpresa quando um planejamento bem feito, uma pesquisa e prospecção de mercado bem delineados e um compromisso com o fortalecimento nos primeiros tempos de funcionamento não deram conta de propiciar boas vendas e uma carteira de clientes compatível com o porte e as necessidades da empresa.

Parece ser comum para as pequenas empresas conviver com dificuldades e há um conformismo por parte da comunidade pesquisadora ou apoiadora. E essas dificuldades,

resumindo ao extremo, poderiam ser contornadas apenas com uma providência: a garantia e o gradativo aumento das vendas. Também parece pouco provável que uma empresa que vende bem se dê conta, mesmo sendo esse o seu sustentáculo, que é o bom volume de vendas que as estão mantendo ativas. Preferem dar importância a estratégias organizacionais, de recursos humanos, de qualidade, de diferenciação, de empreendedorismo, de tecnologia, de formação pessoal, entre outras. Sem dúvida, essas estratégias são muito importantes, mas, conforme transparece neste estudo, não se sustentam se não resultarem em aumento das vendas, com correspondente melhoria do lucro. Elas provavelmente só darão certo enquanto a empresa ainda tem uma margem de capital de reserva e um bom tempo adiante para testá-las e colher seus frutos. Quais empresas possuem tal reserva e tempo? Possivelmente, as que sobreviveram. Mas a fatia de mercado planejada inicialmente, conquistada e ampliada, protelaria - ou dispensaria - muitas dessas estratégias.

j) Sobre as redes de cooperação e as incubadoras

Abre-se um parágrafo para uma discussão em torno de duas estratégias, já denominadas de ‘oportunidades’ por se constituírem em ambientes diferenciados e que poucos acorrem a elas, por impossibilidade ou por desinformação. São elas as redes de cooperação e as incubadoras de empresas.

Não se pode comparar e nem ter a pretensão de reproduzir o que ocorreu na Região da Emilia Romagna, na Itália, conforme frisou-se, onde as pequenas empresas experimentaram uma evolução que até hoje é referência mundial, por conta de um trabalho em rede, com grande ênfase na divisão do trabalho e na cooperação. Se lá, a cooperação se mostrou uma alternativa à sustentação econômica para as pequenas empresas, devido ao aumento das vendas e à redução de custos, porque não haveria de funcionar aqui? Destacou-se ter sido porque houve, na época, um envolvimento da comunidade conspirando para o seu funcionamento e que muito colaboraram as exportações.

Nas redes de cooperação, ao estilo das inúmeras que já foram formadas no Rio Grande do Sul, há pelo menos um ambiente favorável à cooperação? Esse movimento, que foi bem conduzido até o lançamento das primeiras redes, perdeu força? O Estado passou a tratar do assunto politicamente, assunto esse que já foi uma das prioridades na Consulta Popular? O individualismo estaria presente em cada empresa participante e isso estaria desvirtuando a

proposta em sua essência? As grandes se adonaram da ideia eliminando o diferencial agregado às pequenas? Pelas dúvidas ensejadas a respeito do assunto, pode-se supor que a estratégia parece não estar merecendo crédito atualmente. Porém, independentemente do estado em que se encontra o movimento ‘redes’, a cooperação continua a ser, além de uma estratégia, uma oportunidade. Mesmo porque, dos pesquisados, apenas 3,28% opinaram que as redes de cooperação em nada contribuem para o fortalecimento de pequenas empresas.

Sobre as incubadoras não seria prudente, pelo pouco que se discorreu a respeito, tratar o assunto como uma estratégia acessível a todas as pequenas empresas. Sabe-se que o movimento teve início e tomou forma através da incubação de empresas de tecnologia, principalmente de desenvolvimento de softwares, ampliando-se para outros segmentos. Salientou-se a dificuldade de acesso pelas empresas industriais e comerciais (maior parcela de empresas abertas e fechadas) pela própria característica desses segmentos, onde é preciso fazer o ‘ponto’, nas proximidades da clientela-alvo, além da necessidade de constituir estoques e instalar maquinários. Isso tudo impossibilitaria a instalação dessas empresas nas incubadoras, as quais geralmente estão vinculadas temporariamente a Universidades, inclusive fisicamente.

Mas essa possibilidade, nem tanto como opção de início de atividade, mas como estratégia para o exercício da atividade empreendedora, talvez seja a que expressa melhor sintonia com as convicções deste estudo. Concordou-se, até aqui, que uma empresa para ter boas perspectivas de longevidade precisa ser bem pensada, bem estudada, bem planejada e ter um tempo. Pois nas incubadoras, além de todos esses passos, ela ainda poderá ser experimentada. Oxalá chegue breve a hora em que possa ser propiciada a incubação a todas as novas empresas.

k) Sobre a síntese dos principais motivos para o fechamento de MPEs

Ao final da análise da pesquisa de campo foram reclassificados, pelos contabilistas, os sete principais motivos que contribuem para o fechamento das micro e pequenas empresas. Na sequência em que foram elencados, ao mesmo tempo em que são destacadas as falhas que possivelmente, isoladas ou combinadas, levaram a maioria das empresas que fecharam às dificuldades que antecederam o encerramento das atividades, indicam o caminho que **não**

deve ser percorrido por quem pretende empreender no Brasil através da abertura de uma micro ou pequena empresa.

l) Sobre as convicções diferenciadas dos respondentes de cada localidade

A maioria dos dados de Farroupilha, ao serem agregados aos de Santa Maria, não provocaram alterações significativas nos resultados, tornando clara a constatação de que o problema é geral e o entendimento praticamente o mesmo. Mas, algumas peculiaridades locais acabaram aparecendo, inclusive fazendo com que um dos sete principais motivos fosse alterado em sua importância: a falta de aptidão ou capacitação do empreendedor para a gestão (6º) passou a ser mais importante do que a falta de consultoria e assessoria desde o estudo para a abertura da empresa (5º).

Além disso, constata-se que os profissionais de Farroupilha valorizam muito a aptidão e a capacitação do empreendedor para a gestão, mais inclusive do que o volume de capital limitado. O baixo nível de formação e informação do empresário teria ingressado entre os seis principais motivos para o fechamento precoce das MPEs se a pesquisa tivesse sido aplicada somente em Farroupilha.

Outras constatações, supondo a mesma quantidade de questionários e conservada a média por localidade, se não provocam reversão nas argumentações podem ao menos confirmar uma diferenciação no perfil dos respondentes e nas suas intuições a respeito das questões formuladas e dos problemas levantados.

Na Questão 8, por exemplo, 72% dos profissionais de Santa Maria concordam que a abertura de uma linha de crédito bancário especial para as MPEs, a juros muito baixos e dependendo de algumas condições, faria com que a maioria delas prosperasse. A mesma questão, respondida pelos profissionais de Farroupilha, mereceu apenas 45,45% de concordância. Essa diferença enseja diversas deduções, entre elas: 1) para os empreendedores de Farroupilha ao abrirem suas empresas, o volume necessário de capital não é problema. Mas isso pode não ter garantido a sua sobrevivência; e 2) o medo de tomar empréstimos é maior naquela região.

Na Questão 10, os respondentes de Farroupilha foram convictos ao extremo na mesma posição: ‘todos’ opinaram que uma pesquisa de mercado junto ao público-alvo, antes da

abertura da empresa, traria melhores noções sobre o negócio e, consequentemente, maiores chances de prosperidade para as MPEs. Em Santa Maria, 82% concordam totalmente.

A Questão 13, na hipótese de equiparação no número de questões, poderia trazer uma visão diferente para o assunto. Com 72,73% de concordância de que após a edição da Lei 123/2006 mais empresas procedem a baixa formal, a legislação específica visando desburocratizar a abertura e o fechamento de empresas parece ter sido melhor assimilada em Farroupilha do que em Santa Maria, que por sua vez diz que continuam sendo poucas as que assim procedem.

4.2 A pesquisa secundária

Através da pesquisa secundária procurou-se identificar variáveis particularmente e significativamente correlacionadas com as taxas de variação no número de microempresas. Em especial, procurou-se determinar a relação desta variável com: 1) a taxa de variação do emprego formal (com carteira assinada) no total das grandes empresas das 27 Unidades da Federação (UF); e 2) a taxa de crescimento da economia, medida pela taxa de variação do Valor Agregado Bruto (VAB) nas 27 UFs. Para as variáveis dependentes (as taxas de variação de microempresas em distintos setores) e para o emprego nas grandes empresas entre 1995 e 2008, utilizou-se a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e, para o cálculo do VAB total e suas taxas de variação total e por segmentos (indústria, comércio e serviços) foram tomados por referência os dados disponibilizados pelo sistema IBGE em suas páginas[13].

A princípio, trabalhou-se com quatro especificações distintas para a variável dependente "taxa de variação do número de microempresas" para o mesmo período referido acima (1985-2008) e para a mesma base (27 UFs), incluindo-se, alternativamente:

1. as microempresas de todos os setores;
2. as microempresas de todos os setores urbano-mercantis (com exceção das empresas agropecuárias e da administração pública);
3. as microempresas de todos os serviços, inclusive comércio;
4. as microempresas comerciais.

[13] A fonte de dados brutos consultados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS é: <httum://set.caged.gov.br/XOLAPW.dll/pamLoginMTE?|Ang=0> e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE é: <httum://www.ibge.gov.br/home/estatística/economia/contasregionais/2008/defaultrepond zip.shtm>.

Esse critério encontra justificativa à medida que leva em conta os diferentes padrões de ingresso nos distintos setores. Vale observar que ao se tomar o número total de micro-empresas em cada período listadas pela RAIS como base para o cálculo da taxa de variação do número das mesmas se está calculando a taxa de crescimento líquida, pois as empresas que fecham deixam de ser contabilizadas, automaticamente, no sistema RAIS, independentemente de terem sido baixadas na Junta Comercial. Isto é viabilizado na medida em que a RAIS só contabiliza as empresas que encaminharam, a cada ano, relatórios ao Ministério do Trabalho e Emprego.

Trabalhou-se igualmente com duas especificações distintas de "grande empresa":

1. todas as empresas com mais de 500 empregados; e

2. as grandes empresas urbano-mercantis (excetuadas as grandes empresas agropecuárias e da administração pública).

Os melhores resultados (com níveis de significância mais elevados) foram encontrados nos cruzamentos entre as taxas de variação do conjunto das microempresas de comércio e de serviços e as taxas de variação do emprego nas grandes empresas urbano-mercantis (excetuadas a agropecuária e a administração pública).

A razão pela qual os resultados ficam discretamente melhores com a exclusão das variações do emprego nas grandes empresas da administração pública e agropecuárias é intuitiva. A evolução do emprego nestes dois setores não é determinado pelos mesmos fatores que determinam a flutuação do emprego nas grandes empresas mercantis urbanas. No caso da agropecuária – em especial nos territórios com fronteira agrícola aberta – a ocupação de mão-de-obra cresce com o próprio processo de incorporação das terras à produção mercantil. E esta incorporação pode ser economicamente racional mesmo em períodos em que a economia, em termos globais, perde dinamismo e, no das microempresas do setor agropecuário, pelo motivo de terem estes segmentos uma dinâmica muito particular, distinta dos demais setores urbanos mercantis. O que determinou a exclusão do emprego nas grandes organizações da administração pública foi o mesmo viés: observou-se que estas apresentavam uma dinâmica de geração de emprego bastante distinta da dinâmica das instituições privadas. Em alguns momentos, a evolução do emprego público parecia ser claramente compensatória, pois ia na direção oposta da variação no setor privado e não apresentava qualquer relação com a variação do VAB. Ao ser agregada a administração pública ao emprego total, o contraste era obscurecido (o que será analisado mais adiante) entre os determinantes da ampliação do

emprego nas grandes empresas (muito influenciado pela dinâmica global da economia) e os determinantes da emergência de novas micro-empresas (sem qualquer relação com a dinâmica global da economia ou com dinâmica discretamente oposta à dinâmica global).

Além disso, foram retiradas todas as taxas de variação que foram identificadas como espúrias. Cite-se o caso do Acre, em que, de um ano para outro, houve variações de até 92,51% no número de empregados das grandes empresas (conforme Quadro 07), deixando a nítida impressão de erro de coleta ou de sistematização e lançamento de dados. A inclusão da administração pública (que, além de apresentar taxas de crescimento dissociadas da dinâmica econômica global, apresenta um grau de estabilidade muito maior no número de empregados totais) mascarava o problema das variações não confiáveis. Sua exclusão permitiu, portanto, a identificação e a consequente exclusão de dados/anos com informações claramente inconsistentes. Como regra geral foram excluídos todos os eventos em que a taxa de variação anual do emprego ou do número de microempresas fosse superior a 25% a.a. ou inferior a -25% a.a.

Ano	Dtvestummi	Dtvessmi	Dtvecmi	nttge	nttumge	nescmi	nessmi	nestmi	nestummi	tvttge	tvttumge	tvvabt	tvvabi	tvvabs	tvvabc
1995				29.093	18.450	620	345	1.330	1.213						
1996	42,62%	42,03%	47,42%	33.465	20.249	914	490	1.914	1.730	15,03%	9,75%	1,95%	1,25%	5,43%	1,75%
1997	92,48%	24,49%	6,46%	33.170	20.176	973	610	2.091	1.864	-0,88%	-0,36%	-1,54%	4,57%	2,72%	5,87%
1998	83,69%	10,66%	4,32%	37.094	2.831	1.015	675	2.266	2.003	11,83%	-85,97%	4,53%	4,93%	3,22%	4,22%
1999	61,78%	-8,89%	4,14%	34.311	2.166	1.057	615	2.280	2.012	-7,50%	-23,49%	4,32%	4,58%	2,23%	-0,16%
2000	15,44%	10,89%	13,43%	34.830	3.415	1.199	682	2.623	2.335	1,51%	57,66%	3,88%	6,55%	3,75%	3,53%
2001	72,55%	8,65%	9,59%	34.981	2.999	1.314	741	2.812	2.478	0,43%	-12,18%	3,80%	11,65%	3,12%	-0,70%
2002	87,84%	6,34%	7,69%	38.594	3.699	1.415	788	3.059	2.698	10,33%	23,34%	4,54%	4,58%	4,94%	5,46%
2003	36,29%	5,84%	7,49%	36.713	3.036	1.521	834	3.170	2.763	-4,87%	-17,92%	4,13%	-4,63%	3,97%	-3,66%
2004	16,39%	2,40%	12,10%	38.325	2.962	1.705	854	3.507	3.059	4,39%	-2,44%	7,38%	13,17%	7,19%	9,25%
2005	73,28%	8,20%	7,80%	43.754	5.702	1.838	924	3.764	3.264	14,17%	92,51%	6,70%	11,26%	5,95%	15,75%
2006	89,53%	7,36%	4,24%	45.396	8.066	1.916	992	4.101	3.554	3,75%	41,46%	4,59%	18,42%	5,53%	15,23%
2007	59,63%	10,08%	4,49%	48.790	8.891	2.002	1.092	4.310	3.731	7,48%	10,23%	6,29%	11,60%	4,48%	4,11%
2008	75,88%	6,50%	6,69%	50.536	8.492	2.136	1.163	4.637	4.001	3,58%	-4,49%	6,63%	5,76%	4,80%	6,48%
2009	62,19%	9,72%	4,17%	53.679	10.731	2.225	1.276	4.925	4.254	6,22%	26,37%				

Quadro 07 – Dados do estado do Acre – 1995 a 2009
Fonte: IBGE (2011)

Em estudos que envolvem duas ou mais variáveis, o ponto de partida corrente é o estudo do relacionamento entre elas. Sabe-se que a medida que mostra o grau de relacionamento entre duas variáveis, chamada de coeficiente de correlação, é também conhecida como medida de associação, de interdependência ou de relação entre as variáveis. Diferentes formas de correlação podem existir entre as variáveis.

O caso mais simples e mais conhecido é a correlação simples (de Pearson), envolvendo duas variáveis, X e Y[14].

Trabalhou-se, na verdade, com dois instrumentos analíticos: além da citada 'Correlação de Pearson' também foi utilizada a 'Regressão Linear'. Como pretendia-se calcular taxas de variação e só se dispunha de informações comparáveis (dadas as mudanças na metodologia de cálculo) para os VABs estaduais entre 1995 e 2008, ficou-se com informações anuais de 13 anos consecutivos, por UF. O pequeno número de anos retira a significância dos testes para o conjunto do país ou por UF tomada individualmente; mas permite trabalhar com o conjunto dos dados de todas as UFs para as correlações e com os mesmos dados para análise de regressão. Se não fossem expurgados os eventos em que a taxa de variação do emprego foi anormalmente elevada, a população seria de 13 anos x 27 UFs, ou seja, 351 eventos para todos os testes. Com o expurgo das taxas de variação anormais, principalmente os empregos nas grandes empresas, restaram 302 anos/UF, para os quais há informações sobre taxas de variação para todas as variáveis. Esta é a base das análises de regressão. Não obstante, o número de eventos de outras correlações é maior do que este mínimo (302), pois o maior expurgo ocorreu justamente na variação do total de trabalhadores nas grandes empresas. É o caso, por exemplo, das correlações entre taxas de variação dos distintos VABs (que é de 351, pois todos os dados se situam dentro de uma normalidade) ou da relação entre VABs e taxa de variação do número de micro-empresas comerciais, cujo N é 347, tendo sido expurgados apenas 4 eventos.

Por fim, cabe observar que, ao invés de trabalhar com números (no padrão V1, V2, V3,....Vn) foram atribuídos identificadores às variáveis que buscam traduzir de forma sintética o seu significado. Como regra geral, as distintas especificações da variável dependente (taxa de variação do número de micro-empresas) são caracterizadas pela letra 'D' (de 'Dependente') maiúscula, aposta como prefixo. O glossário para a identificação da especificação/significado de cada variável encontra-se a seguir.

[14] Observa-se que foram feitos vários testes com correlações parciais, buscando excluir a influência de uma terceira variável na correlação entre duas variáveis particulares. Operou-se, também, com testes em "painel" – sistema no qual cada evento é identificado simultaneamente, por sua referência espacial e temporal -, seja para a obtenção de correlações, seja para o cálculo de regressões. Como nenhum dos resultados se alterou de forma significativa com a introdução dos instrumentos analíticos mais sofisticados, optou-se por excluir desta apresentação tais exercícios. Avaliou-se que o benefício em termos de precisão não compensava a maior complexidade analítica e de exposição, que poderia impor dificuldades interpretativas a leitores que dominam tão somente os instrumentos estatísticos mais simples.

Glossário:

Dtvestummi = Taxa de Variação de Estabelecimentos Totais Urbano Mercantis nas Microempresas
Dtvesdsmi = Taxa de Variação de Estabelecimentos em Demais Serviços nas Microempresas
Dtvesstmi = Taxa de Variação de Estabelecimentos em Serviços Totais nas Microempresas
Dtvecmi = Taxa de Variação de Estabelecimentos Comerciais nas Microempresas
nttge = Número de Trabalhadores Totais das Grandes Empresas
nttumge = Número de Trabalhadores Totais Urbano Mercantis nas Grandes Empresas
nescmi = Número de Estabelecimentos Comerciais nas Microempresas
nesdsmi = Número de Estabelecimentos em Demais Serviços nas Microempresas
nessTmi = Número de Estabelecimentos de Serviços Totais nas Microempresas
nestmi = Número de Estabelecimentos Totais nas Microempresas
nestummi = Número de Estabelecimentos Total Urbano Mercantil nas Microempresas
tvttge = Taxa de Variação de Trabalhadores Total nas Grandes Empresas
tvttumge = Taxa de Variação de Trabalhadores Total Urbano Mercantis nas Grandes Empresas
tvvabt = Taxa de Variação do VAB Total
tvvabi = Taxa de Variação do VAB Industrial
tvvabs = Taxa de Variação do VAB em Serviços
tvvabc = Taxa de Variação do VAB Comercial
nvabt = Valor Adicionado Bruto Total
nvabi = Valor Adicionado Bruto Industrial
nvabs = Valor Adicionado Bruto em Serviços

4.2.1 Resultado da pesquisa secundária

O ponto de partida corrente de qualquer análise estatística é o cálculo e interpretação da correlação simples (de Pearson) entre as variáveis pertinentes. A tábua completa de correlações encontra-se reproduzida no Quadro 08. As correlações de maior interesse foram salientadas com a utilização de distintas cores de fundo.

Correlations											
		Dtvestummi	DtvessTmi	Dtvesdsmi	Dtvecmi	tvttge	tvttumge	tvwabt	tvwabi	tvwabs	tvwabc
Dtvestummi	correl	1	,891**	,660**	,869**	-,103	-,157**	,094	,146**	,077	,063
	sig		,000	,000	,000	,058	,006	,082	,006	,152	,241
	N	346	345	344	346	337	302	346	346	346	346
DtvessTmi	correl	,891**	1	,808**	,858**	-,235**	-,235**	-,004	,096	-,032	-,005
	sig	,000		,000	,000	,000	,000	,940	,076	,551	,928
	N	345	345	343	345	336	301	345	345	345	345
Dtvesdsmi	correl	,660**	,808**	1	,472**	-,295**	-,272**	-,048	,107*	-,070	-,019
	sig	,000	,000		,000	,000	,000	,376	,047	,198	,729
	N	344	343	344	344	335	301	344	344	344	344
Dtvecmi	correl	,869**	,858**	,472**	1	-,171**	-,195**	,068	,176**	,025	,036
	sig	,000	,000	,000		,002	,001	,210	,001	,636	,510
	N	346	345	344	347	338	302	347	347	347	347
tvttge	correl	-,103	-,235**	-,295**	-,171**	1	,473**	,206**	,076	,341**	,267**
	sig	,058	,000	,000	,002		,000	,000	,159	,000	,000
	N	337	336	335	338	341	301	341	341	341	341
tvttumge	correl	-,157**	-,235**	-,272**	-,195**	,473**	1	,251**	,125*	,354**	,330**
	sig	,006	,000	,000	,001	,000		,000	,029	,000	,000
	N	302	301	301	302	301	305	305	305	305	305
tvwabt	correl	,094	-,004	-,048	,068	,206**	,251**	1	,562**	,693**	,508**
	sig	,082	,940	,376	,210	,000	,000		,000	,000	,000
	N	346	345	344	347	341	305	351	351	351	351
tvwabi	correl	,146**	,096	,107*	,176**	,076	,125*	,562**	1	,372**	,348**
	sig	,006	,076	,047	,001	,159	,029	,000		,000	,000
	N	346	345	344	347	341	305	351	351	351	351
tvwabs	correl	,077	-,032	-,070	,025	,341**	,354**	,693**	,372**	1	,648**
	sig	,152	,551	,198	,636	,000	,000	,000	,000		,000
	N	346	345	344	347	341	305	351	351	351	351
tvwabc	correl	,063	-,005	-,019	,036	,267**	,330**	,508**	,348**	,648**	1
	sig	,241	,928	,729	,510	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	346	345	344	347	341	305	351	351	351	351

Quadro 08 – Teste de Correlação de Pearson
Fonte: Elaborado pelo autor a partir da pesquisa secundária

O fundo azul identifica as correlações entre a taxa de variação do emprego nas grandes empresas (total ou apenas as urbanas mercantis) e as taxas de variações dos VABs total, industrial, de serviços e comercial. Note-se que a exclusão do emprego na administração pública e na agropecuária trabalha no sentido de ampliar o índice de correlação e a significância do mesmo, em todos os casos. Como regra geral, fica evidente que o emprego nas grandes empresas varia em consonância com o VAB (e, por extensão, com a demanda agregada): ou seja, a variação do emprego nas grandes empresas é positivamente relacionada às flutuações do mercado. Quando ele está aquecido, há contratações e, quando desacelera ou regride, há demissões.

Logo acima da área do quadro com fundo azul, em tom cinza, encontram-se as correlações entre as taxas anuais de variação dos VABs total e setoriais nas UFs e as taxas anuais de variação do número de microempresas nos mesmos territórios (por distintos

critérios de agregação). O primeiro a observar é que as correlações raramente são significativas, via de regra são bastante baixas e podem apresentar tanto sinais positivos quanto negativos. A única exceção desta performance peculiar – porquanto marcadamente distinta da relação entre emprego capitalista e dinâmica econômica global – se encontra nas correlações entre VAB industrial e micro-empresas. Neste caso, mesmo sendo fracas as correlações são sempre positivas e são aprovadas no teste de significância[15]. Esta peculiaridade é uma demonstração secundária da consistência da diferenciação feita anteriormente entre a dinâmica dos três macro-setores da economia: agropecuário (que corresponde, grosso modo, ao chamado setor primário), o industrial (ou secundário) e o conjunto dos serviços (ou terciário).

O ponto crucial parece se encontrar no fato de que o setor industrial é o que apresenta maiores barreiras à entrada *vis-à-vis* serviços e agropecuária. De sorte que uma queda no VAB industrial (e, por extensão, no emprego industrial) não alimenta movimentos compensatórios de reingresso dos desocupados (pela queda do emprego) no setor como "micro-empresários". De outro lado, a exposição competitiva a que foi submetida a indústria nacional a partir dos anos 90 do século passado se refletiu na crescente terceirização de um conjunto de serviços (como limpeza, manutenção, compras, vendas, etc.) que, anteriormente, eram prestados por empregados no interior das firmas[16]. E o resultado é que a elevação do VAB (e do emprego industrial) se reflete em crescimento da demanda por serviços e insumos que podem ser fornecidos por micro-empresas. Enquanto, de outro lado, a queda da demanda sobre a indústria, se resolve em queda de demanda sobre seus (micro) fornecedores, sem dar guarida a movimentos de entrada, obstaculizados pelas barreiras tecnológicas e de escala que caracterizam a indústria mais do que qualquer outro setor produtivo.

Diferentemente, quando observada a taxa de variação do VAB Total, do VAB de Serviços ou o VAB do Comércio, emergem correlações negativas. É bem verdade que estas correlações são fracas e não passam no teste de significância. Mas isto apenas demonstra que o movimento de criação de novas micro-empresas não é determinado pela dinâmica da

[15] A única exceção aparente é a correlação entre taxa de variação do número de microempresas do segmento "demais serviços" (excetuado o comércio) e a taxa de variação do emprego industrial. Entretanto, a chance da correlação ser espúria é de apenas 7,6%.

[16] Essa forma de ocupação, segundo POCHMANN (2001, p. 82-100), se equivale ao subemprego, que é condição disfarçada de desemprego, já que caracteriza-se como o exercício de atividades de sobrevivência, com jornadas de trabalho insuficientes e remuneração muito comprimida, não possuindo o rigor necessário na apuração da qualidade dos postos de trabalho, pois qualifica como ocupações o que muitas vezes não passam de atividades precárias, instáveis e sub-remuneradas, às quais o indivíduo se sujeita como recurso extremo para sobreviver.

economia como um todo. Ao contrário do emprego capitalista (que segue a demanda de mercado) a abertura de novas micro-empresas parece seguir uma lógica dúplice e contraditória: de um lado, novas empresas são criadas em resposta ao crescimento da demanda (e, por extensão, do VAB); de outro, novas empresas são criadas como alternativa de ocupação daqueles que são desempregados pelo segmento produtivo capitalista - sendo estimuladas pelo decréscimo do VAB. As duas determinações contraditórias se resolvem em correlações fracas, não significativas e que oscilam nos dois sentidos, podendo apresentar sinal positivo ou negativo, a depender da conjuntura e da dinâmica de longo prazo dos territórios onde o teste é realizado[17].

A conclusão acima é corroborada pelas correlações da área amarela. Nesta área encontram-se as correlações entre as taxas de variação do número de micro-empresas (por distintas agregações) e o emprego nas grandes empresas. O primeiro a observar é que elas são sempre negativas. E a única correlação que não passa no teste de significância a 5% apresenta 94,2% de chance de ser significativa. Vale dizer: a hipótese esgrimida por esta intervenção, de que a taxa de crescimento do número de micro-empresas é função inversa da taxa de variação do emprego nas grandes empresas, passa em todos os testes de hipótese. Em particular quando são tomadas exclusivamente as empresas urbanas em setores caracterizados por menores barreiras à entrada (comércio e serviços). Nesse caso, a referida hipótese passa pelos testes de significância mais adstringentes, inferiores a 1%.

Como complementação à análise de correlação, foi elaborado um conjunto de exercícios de regressão com as distintas especificações da variável dependente em cujos testes foram utilizados dois métodos de regressão. No primeiro – mais tradicional – impunha-se o ingresso do conjunto das variáveis explicativas presumidas. No segundo – denominado *step wise* ou 'passo a passo' – o próprio software (Statistical Package for Social Sciences - SPSS) escolhe dentre um conjunto de variáveis explicativas presumidas aquelas que ingressam no sistema. Neste caso, a própria ordem em que as variáveis ingressam tem significação, pois o software elege, primeiramente, a variável com maior poder explicativo individual, e vai acrescentando paulatinamente as demais, a partir de critérios e exigências bastante adstringentes de significância, correlação parcial e colinearidade. Tanto no sistema de ingresso impositivo quanto no método *stepwise* foi acrescentada uma única variável às já

[17] A influência da dinâmica de longo prazo dos territórios fica clara quando se observam os testes de correlação entre as variáveis para cada Unidade da Federação (Anexo D). Como o número de anos para os quais se tem informações é relativamente pequeno, estas correlações são usualmente não significativas. Mas há exceções, como os Estados de Amazonas, Minas Gerais, Paraíba, e Rio de Janeiro (dentre outros), que apresentam correlações negativas fortes (abaixo de -0,5) e significativas a 5% ou mesmo – como no caso da Paraíba - a 1%.

referidas nos testes de correlação analisados acima: o número total de microempresas (nas quatro especificações: todas as urbanas mercantis, todas as de serviço, apenas comércio e apenas demais serviços) a cada período. O ingresso desta variável se impõe na medida em que as taxas de variação tendem a apresentar uma relação inversa com a magnitude inicial. Um exemplo muito simples permite a plena compreensão do referido ponto: se há uma única empresa no mercado, a emergência de mais uma implica em uma taxa de variação de 100%; mas se já existem 100 empresas no mercado, a emergência de mais uma implica em uma taxa de variação de apenas 1%. Assim, a diferença de base ajuda a explicar as expressivas diferenças nas taxas de crescimento das empresas em São Paulo (UF com maior número de microempresas) e no Amapá (UF com o menor número de microempresas).

Quando se toma a especificação da variável dependente que vem sendo privilegiada – a taxa de variação das micro-empresas do conjunto dos serviços – e se aplica o método *stepwise*, obtém-se uma regressão com coeficiente de determinação (R2) ajustado de 0,257 que tem a seguinte especificação:

Dtvesstmi = - 0,333 nesdsmi - 0,261 tvttge + 0,157 tvvabi - 0,117 tvttumge

(sig 0,000) (sig 0,000) (sig 0,003) (sig 0,044)

Note-se que os coeficientes angulares foram estandardizados e se encontram relacionados em ordem decrescente dos seus valores absolutos (módulo). E o que a regressão revela é que a taxa de variação do número de microempresas de serviços é negativamente influenciada pelo número de microempresas de serviços já existentes e pela taxa de variação do emprego no conjunto das grandes empresas. É influenciada positivamente pela variação do VAB industrial e negativamente pela variação do emprego nas grandes empresas urbano mercantis de serviços. Vale observar que, ao contrário das expectativas iniciais, ao serem introduzidas as duas especificações da taxa de variação do emprego nas grandes empresas, o software não escolhe entre uma especificação ou outra. Nem introduz as duas com sinais opostos, o que é comum quando ingressam duas variáveis similares e altamente correlacionadas. Ao contrário do que era esperado, as duas especificações ingressam e o fazem com o mesmo sinal: negativo.

Além disso, vale notar que a taxa de variação do VAB total e de serviços não ingressou no sistema; mas ingressa a taxa de variação do VAB industrial, com sinal positivo. Para analisar como o sistema avalia a contribuição da taxa de variação dos demais VABs, alterou-se o método e passou-se a impor o ingresso de todas as variáveis selecionadas. Neste

caso, a taxa de variação do VAB total e de Serviços ingressava e usualmente o fazia com o sinal negativo, mas era sempre recusada no teste de significância. Apenas com a mudança da especificação da variável dependente o ingresso da taxas de variação dos demais VABs passou a ser aceitável, com uma chance de erro elevada, mas inferior a 50% (mais exatamente de 30,8%). A especificação da regressão (cujo coeficiente de determinação ajustado é de 0,196) encontra-se abaixo, com os coeficientes estandardizados.

Dtvestumi = - 0,333 nestumi - 0,227 tvttumge + 0,190 tvvabi - 0,067 tvvabt

(sig 0,000) (sig 0,000) (sig 0,004) (sig 0,308)

Vale notar que os módulos dos coeficientes angulares das três primeiras variáveis são significativamente superiores ao módulo do coeficiente angular da taxa de variação do VAB total, cuja inclusão não seria admitida se fossem adotados critérios rigorosos de significância. Mas isto não chega a ser surpreendente. Como viu-se na análise de correlação, há razões teóricas para admitir que haja qualquer relação simples e de sentido único entre a emergência de microempresas e a variação do VAB. O que interessa resgatar aqui é o fato de que, se solicitado ao sistema o ingresso desta variável, ele tende a admiti-la com sinal negativo, em especial quando é introduzida, simultaneamente, a taxa de variação do VAB industrial.

CONCLUSÕES

Considerando o alto índice de mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, o objetivo deste estudo foi fazer uma investigação acerca dos reais motivos que levam essas empresas às dificuldades que antecedem seu fechamento, bem como sugerir vias de enfrentamento deste quadro.

Dada a importância do tema, o estudo sobre entradas e saídas de empresas do mercado realizado pelo IBGE, denominado "demografia das empresas", tem avançado e proporcionado mais e melhores dados a cada edição. Atualmente, por exemplo, há uma visão não apenas da entrada de empresas no mercado, mas também sobre o seu desdobramento em novas ou reentradas. Além disso, o IBGE também evolui para a análise de fatores que interferem no contexto de cada segmento ao ponto de relacionar a alta taxa de entradas e saídas de empresas do mercado a fatores estruturais. Prova disso é o destaque da última pesquisa IBGE (2010), na qual declara que as dificuldades de sobrevivência dos pequenos empreendimentos estariam intimamente ligadas ao seu porte, fator amplamente exposto e que encontra concordância com a posição dos pesquisados por este estudo – os contabilistas.

Como primeira possibilidade, essa constatação sugere que gestores das políticas públicas (e, em especial, os gestores de políticas econômicas) e empresários deveriam compreender melhor a estrutura e as condições básicas necessárias para a constituição de novas empresas, para que possam, por um lado vislumbrar a sustentabilidade empresarial, e, por outro, traçar políticas de incentivo aos fatores determinantes da sobrevivência de empresas, estimulando consequentemente o seu desenvolvimento.

Apesar da relevância do tema, constatou-se que existem poucos estudos no Brasil que tratem especificamente da demografia de empresas e dos condicionantes para sua sobrevivência. A maioria dos estudos não utiliza bases abrangentes de informação, preferencialmente referindo-se a uma amostra ou estudo de caso, normalmente abordando apenas a mortalidade. Uma das principais contribuições deste estudo é a possibilidade de gerar novas informações sobre os determinantes básicos da tomada de decisão de criação e ingresso de novas micro-empresas no mercado brasileiro, tendo como referência o referencial teórico clássico e contemporâneo, os diversos estudos realizados sobre o tema no Brasil nos anos recentes, além da pesquisa de campo e da pesquisa secundária levadas a cabo neste estudo.

Estudos feitos pelo SEBRAE afirmam que a alta mortalidade de empresas no Brasil está fortemente relacionada a falhas gerenciais na condução dos negócios, seguida de causas econômicas conjunturais e tributárias. No presente estudo todos esses fatores foram caracterizados como de importância secundária. Isto não implica negar sua pertinência. Mas, isto sim, implica reconhecer que há outros fatores – usualmente descuidados nas análises do SEBRAE que apresentam prevalência. Fatores que – vale reconhecer – o SEBRAE não chega a descartar. Na verdade, os documentos do SEBRAE sobre a questão da mortalidade das micro e pequenas empresas são pródigos em reconhecer que não é possível atribuir a um único fator este processo, citando como um dos principais determinantes a ausência de um planejamento prévio adequado.

O estudo do SEBRAE-SP (2008) verifica que, em geral, as causas do fenômeno de mortalidade sofrem pouca variação, destacando reiteradamente, pesquisa após pesquisa, os mesmos fatores contribuintes para o encerramento prematuro dos negócios, numa posição adversa às convicções deste estudo, o qual traz outros fatores como causas principais, ligados fundamentalmente a questões conceituais e de mercado, mas, principalmente, o entendimento de que é possível evoluir significativamente se direcionadas todas as intervenções aos pontos mais críticos do problema.

O presente estudo toma como princípio que a maioria das pequenas empresas que fecharam suas portas, considerando as dificuldades a que foram expostas desde o início, não tiveram revertida a tendência ao fechamento após adotar estratégias corretivas de erros cometidos por ocasião de sua abertura ou até antes disso. Melhor teria sido se todas essas empresas pudessem ter experimentado, se fosse possível, a incubação ou, pelo menos, que os empresários tivessem tido acesso a pesquisas de mercado consistentes para a tomada de decisão, precedendo a um planejamento prévio sobre os clientes em potencial, sobre as vendas necessárias e sobre o custo operacional inerente ao seu ramo e porte.

Este estudo conseguiu confirmar, através de vários argumentos, as hipóteses que haviam sido formuladas no projeto inicial, quais sejam:

1 – A maioria das pequenas empresas que fecha suas portas de forma prematura teve seu destino traçado desde sua abertura, pela pouca base com que foram constituídas ou pelas convicções erradas de seus fundadores, seja sobre o mercado, seja sobre o negócio em si. E que isso tudo – a tempo - seria possível de prevenir.

2 - São abertas empresas demais no Brasil, acima do que o mercado comporta. Não sendo o simples fato de abrir uma empresa condição suficiente para criar o mercado que irá sustentá-la, justifica-se a alta taxa de mortalidade precoce.

Argumentos que confirmam as hipóteses

Procede-se, ao final dos argumentos à confirmação das hipóteses, conforme proposto, à constituição de um diagnóstico sobre os principais determinantes da mortalidade, precedida dos argumentos sobre quais seriam os delineamentos de uma política consistente de enfrentamento ou depressão da mortalidade nas MPEs, excluídos alguns fatores que não mais se justificam como motivos para as dificuldades que ensejaram ou ensejam o fechamento prematuro da maioria das MPEs no Brasil. São eles:

a) Contribuições de teorias econômicas clássicas: 1) o capital não pode ser tão baixo (Marx); 2) as pequenas empresas não podem competir com as grandes (Marx); 3) o desempenho das empresas é favorecido pelo seu tamanho (Marshall); 4) as pequenas empresas têm custos elevados pela ausência de escala, portanto, não podem concorrer através do barateamento dos preços (Marx e Steindl); 5) o empresário deve ter formação para a função de empreendedor (Schumpeter); 6) as taxas de lucro das MPEs são muito baixas por operarem em mercados de livre entrada; os riscos são elevados para as pequenas empresas; a impulsividade do pequeno empresário é um problema (Steindl); 7) ter lucro é fundamental para criar empregos (Schumacher); 8) as empresas de pequeno porte impõem custos excessivos para a economia e proporcionam baixos salários aos empregados pela escala de produção ineficiente (Audretsch); e, 9) mercados com baixo dinamismo não comportam tantas empresas quanto as que podem ser criadas através do investimento do conjunto da poupança financeira (Kalecki e Steindl).

b) Contribuições de teorias econômicas contemporâneas: 1) a produção em massa deu lugar à especialização flexível e à cooperação (Piore & Sabel); 2) a empresa deve estabelecer o segmento de mercado, um cenário para sua atuação e posicionar-se (Sertek); 3) o planejamento prévio é premissa básica; é preciso antecipar o futuro (Degen e Sertek); e, 4) o lucro é o único teste eficaz do bom desempenho e a recompensa a quem corre riscos (Drucker).

c) Contribuições de outros estudos: 1) a criação de uma empresa tem que ser planejada desde o início (Marcondes & Bernardes); 2) a maioria dos empreendedores cria negócios em mercados já existentes (Dornelas); 3) se seus fundadores tivessem aplicado apenas a teoria disponível, a maioria estaria ainda em atividade (Morris); 4) é preciso capacitar a empresa antes mesmo de capacitar o gestor (Teixeira); 5) quando o mercado está saturado de concorrentes a empresa pode estar à beira da morte (Adizes); 6) o conhecimento tem lugar de importância na atividade empreendedora; é possível identificar o potencial empreendedor (Santos); 7) os empreendedores não devem lançar-se no mercado sem uma ideia de mérito (Bhide); 8) nos novos negócios, o primeiro passo é saber quais foram as prováveis causas do insucesso de outros para poder evitá-las (Chiavenato e Dornelas); 9) as empresas que sobrevivem são as que usam a estratégia com mais sabedoria (Tavares & Amaral); 10) uma pequena empresa deve ter como componente de sua estratégia uma atuação em um segmento claro e específico de clientes (Chér); e, 11) o ensino do empreendedorismo não deve ter como objetivo principal a criação imediata de novos negócios; não basta aumentar o número de negócios criados; o que se precisa é aumentar o número de negócios bem-sucedidos (Dornelas).

d) Contribuições de outras pesquisas: dos motivos destacados pelas diversas pesquisas consultadas durante a elaboração deste estudo, considerando a linha de investigação empreendida, poucos se situam entre aqueles classificados como mais importantes ou principais. Sem a pretensão de desqualificar qualquer pesquisa, pois supõe-se que todas alcançaram seus objetivos, este estudo voltou-se mais para os condicionantes do sucesso empresarial das MPEs do que para a mortalidade propriamente dita. Reitera-se o entendimento de que a maioria das dificuldades advindas após a abertura são consequências das condições a que as mesmas foram expostas desde o início. Entretanto, dentre todos alguns merecem destaque por agregarem maior conteúdo aos argumentos deste estudo: 1) a falta de um plano de negócios (Castrogiovani); a falta de um planejamento formal (Perry); 3) o desconhecimento do mercado (Cleverly e Santos & Pereira); e 4) a atuação do empreendedor antes da abertura (Ferreira & Santos).

e) Contribuições deste estudo: 1) os novos empresários não procuram assessoria antes da abertura; 2) a alta carga tributária não é determinação central (e, usualmente, sequer é determinação efetiva) da mortalidade; 3) as políticas públicas atuais estimulam a emergência de novas empresas, mas não se refletem em apoio efetivo à sustentabilidade econômica das MPEs; 4) as falhas gerenciais e as dificuldades na gestão, por serem genéricas demais, são

virtualmente tautológicas e não trazem elementos suficientes para a implantação de políticas públicas capazes de evitar ou deprimir a mortalidade; 5) a política de preços baixos só é sustentável para empresas já consolidadas no mercado; 6) os investimentos em publicidade raramente conseguem reverter uma situação de dificuldade empresarial; 7) assim como o capital fixo, o capital de giro não pode ser muito baixo, sob risco de impor estrangulamentos ao negócio em função da assincronia de ingressos e saídas (fluxo de caixa) do negócio; 8) o crédito, quando bem aplicados os recursos, pode ajudar a elevar o capital e proporcionar melhores resultados; 9) a conquista de uma fatia mínima de mercado é vital à sobrevivência; 10) a pesquisa de mercado, prévia à abertura, é fundamental para a análise realista de viabilidade; 11) é prudente que se respeite um tempo de maturação antes de usufruir dos recursos da nova empresa; 12) as redes de cooperação podem contribuir para a percepção e aproveitamento de oportunidades de mercado e para a depressão de custos via aproveitamento de vantagens de escala; 13) os custos de dar baixa da empresa ainda são elevados; 14) um volume de vendas que propicie lucro suficiente ao aumento do capital de giro faz minimizar os problemas com o fisco; 15) o nível de formação escolar do empreendedor não é um diferencial significativo na eficácia da condução dos negócios; 16) os problemas familiares e com sócios normalmente geram atritos que precipitam o fechamento; 17) as empresas já constituídas são o espaço por excelência (e deveriam ser o espaço preferencial) para o exercício e o desenvolvimento da capacidade empreendedora (empreendedorismo); 18) no fechamento de uma empresa, as perdas normalmente superam o capital investido, impondo grandes transtornos financeiros e pessoais aos empreendedores mal sucedidos; 19) a incubação é a forma ideal de ‘estágio’ para o desenvolvimento do empreendedorismo e da própria empresa; 20) há uma correlação negativa entre a taxa de variação do emprego das grandes empresas e a taxa de crescimento de microempresas; e 21) dentre os principais determinantes da aceleração da emergência de microempresas não se encontra a taxa de crescimento da economia (que apresenta uma correlação baixa, mas discretamente negativa com a taxa de variação de microempresas).

Procurou-se, ao final deste estudo, oferecer argumentos sólidos ao entendimento das dificuldades enfrentadas atualmente pelas MPEs para se manterem em atividade, sem a pretensão de encerrar a discussão, nem acerca dos motivos causadores da mortalidade de MPEs, nem dos fatores condicionantes da sustentabilidade econômica ou do sucesso empresarial. Para tanto propõe-se, além da observação detalhada às contribuições acima, um roteiro sobre os principais motivos que contribuem para o fechamento de micro e pequenas

empresas e que podem, eventualmente, servir de alerta sobre as precauções a serem tomadas antes de abrir uma empresa. Por outro lado, também podem ser interpretados como guias sobre o caminho que **não** deve ser percorrido pelo futuro empresário que pretende empreender e prosperar.

1º – Abertura sem conhecimento do negócio (preços, mercado, concorrência);
2º – Abertura sem pesquisa de mercado para o ramo (planejamento prévio);
3º – Início da atividade com limitação de recursos financeiros (capital insuficiente);
4º – Falta de conhecimento de custo, formação de preço de venda e gerenciamento;
5º – Falta de aptidão ou capacitação do empreendedor para a gestão empresarial;
6º – Falta de consultoria e assessoria desde o estudo para abertura da empresa;
7º – Volume de vendas insuficiente e/ou número escasso de clientes.

As conclusões a que se chegou são produto de discussões e articulações estabelecidas ao longo do estudo e não pretendem ser as únicas verdades a respeito do assunto proposto. Porém, defende-se que as mesmas propiciam uma evolução significativa rumo à equalização dos problemas que normalmente culminam com o fechamento de micro e pequenas empresas no Brasil.

Apesar de as considerações e contribuições terem sido em uma quantidade acima do esperado, **todas** devem ser dadas ao conhecimento - e observadas - pelo empresário que pretenda empreender através da abertura de uma empresa, sob pena de o mesmo engrossar a já extensa lista de fracassados.

Evoluiu-se quando se agregou conteúdo às questões afirmadas e seguidamente enunciadas, quando se isolou aquilo que não merece muita importância, quando se sanou dúvidas através de um melhor embasamento e, principalmente, quando se trouxe novos elementos e perspectivas ao novos empresários.

O presente estudo, apesar de considerar relevantes todos os motivos e fatores destacados pelas diversas pesquisas consultadas, tem a convicção de que, na verdade, tomadas as providências com antecedência, sobram poucos motivos para o fechamento de MPEs, os quais passariam a soar como consequências de erros cometidos pela pessoa do empreendedor. Defende-se que, com um planejamento bem feito e uma consistente pesquisa de mercado, pode-se ter melhor ideia, não apenas sobre o negócio em si, mas se irá existir negócio. Pouco se sabe sobre decisões dessa magnitude a não ser por algumas experiências em incubadoras.

Outro forte embasamento proposto é quanto às questões de mercado. Comprovou-se não existir condições de prosperidade, pelas características com que são abertas as empresas no Brasil - muitas delas por necessidade - se não for conquistada uma fatia de mercado desde o início. Que o sucesso ou fracasso estão intimamente vinculados ao volume de vendas necessário à sustentação empresarial e aos custos próprios de cada segmento e porte. E que, fundamentalmente, o número de empresas é limitado pelo mercado.

REFERÊNCIAS

ACS, Zoltan J. How is entrepreneurship good for economic growth? **Innovations: Technology, Governance, Globalization**, v. 1, n. 1, p. 97-107, 2006.

_____.; ARMINGTON, Catherine.Entrepreneurial activity and economic growth. **Frontiers of Entrepreneurship Research.** Wellesley: Babson College, 2002. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2002/XI/XI_P1/XI_P1.htm>. Acesso em: 09 ago. 2011.

_____.; VARGA, Attila.Entrepreneurship, agglomeration and technological change. **Small Business Economics.**v.24, p. 323-334, 2005.

ACSELRAD, Henri. Sentidos da sustentabilidade urbana. In: **A duração das cidades: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas.** Henri Acselrad (org). Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

ADIZES, Ichak. **Os ciclos de vida das organizações:** como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. São Paulo: Thomson Pioneira, 1990.

AGLIETTA, M. **A Theory of Capitalist Regulation**. London: Verso, 1979.

ALDAY, Hernan E. C. **Economia empresarial**. Fae Business School. Curitiba: 2002. (Coleção gestão empresarial 2), 70 p.

AMATO NETO, João. **Redes de cooperação produtivas e clusters regionais**: oportunidades para as pequenas e médias empresas. São Paulo: Atlas, 2000.

ANPROTEC. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (2005).** Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/guia-de-incubadoras-brasileiras/3391/>. Acesso em: 22 jun. 2010.

_____. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (2005)**. Disponível em: <http://www.universia.com.br/carreira/materia.jsp?materia=6473>. Acesso em: 30 jun. 2010.

_____. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (2009).** Disponível em: <http://www.anprotec.org.br/ArquivosDin/locus_cientifico_V3N1_lamina-correto2_pdf_16.pdf>. Acesso em: 18 mai. 2011.

_____. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Investimentos de Tecnologias Avançadas.** Disponível em: <http://www.anprotec.org.br>. Acesso em: 17 jul. 2011.

ANSOFF, H. I. **Strategic management**. London: Macmillan, 1979.

AUDRETSCH, David B. Innovation, Growth and Survival. **International Journal of Industrial Organization.**v. 13, p. 441-457, December 1995.

_____. et al. Does self-employment reduce unemployment? Jena: Max Planck Institute of Economics, 2005. **Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy.** Texto para discussão, 2005.

_____. **Innovation and Industry Evolution**. Massachusetts, MIT-Press, USA, 1995.

_____. New-firm survival and the technological regime. **Review of Economics and Statistics** (1991). p. 441-450, 72 p.

_____. Small firms and efficiency. In: ACS, Z. J. (ed.). **Are small firms important?** Their role and impact. U.S. Small Business Administration, 1999.

BAÊTA, Adelaide Maria Coelho. **O desafio da criação:** uma análise das incubadoras de empresas de base tecnológica. Petrópolis: Vozes, 1999.

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. **Redes de cooperação empresarial**: estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BAPTISTA, Rui; ESCÁRIA, Vitor e MADRUGA, Paulo . *Entrepreneurship, Regional Development and Job Creation: the case of Portugal*. Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, 2005.

BARRETO, Eduardo F. **Estilos gerenciais e o impacto na longevidade das organizações**. Salvador: EDUFBA, 2006.

BERNARDI, Luiz A. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2008.

BERTERO, Carlos O. **Ensino e pesquisa em administração**. São Paulo: Thomson Learning, 2006. (Col. Debates em Administração).

BHIDE, Amar. Como os empreendedores constroem estratégias que dão certo. In: Empreendedorismo e estratégia. **Harvard Business Review.** Trad. Fábio Fernandes. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BONACIN, Carlos A. G.; CUNHA, Julio A. C. da; CORRÊA, Hamilton L. Mortalidade dos empreendimentos de micro e pequenas empresas: causas e aprendizagem. **Revista Gestão e Regionalidade**. Vol. 25 – nº 74 – mai-ago/2009.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação Anual de Informações Sociais** – **RAIS**. Disponível em: <http://sgt.caged.gov.br/XOLAPW.dll/pamLoginMTE?lang=0>. Acessoem: 15 fev. 2011.

BUTLER, Eamonn. **A contribuição de Hayek às ideias políticas e econômicas de nosso tempo**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1987.

BUZZEL, Robert D.; GALE, Bradley T. **O impacto das estratégias de mercado no resultado das empresas**. Baseado no maior banco de dados de informações estratégicas do mundo. São Paulo: Pioneira, 1991.

CARVALHO, Kátia C. M. de; FONSECA, Luiz F. C.**O perfil da demografia de empresas no Brasil**. Universidade Federal Fluminense – UFF/ECONOMIA. Nov. 2008. Texto 248, 31 p.

CASAROTTO FILHO, Nelson; PIRES, Luis H. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**. São Paulo: Atlas, 1998.

CASSON, Mark. **The entrepreneur**: An Economic Theory. Barnes and Noble Books: Totowa, NJ, 1982.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** – a era da informação: economia, sociedade e cultura. Trad. Ronei de Venâncio Majer. São Paulo: Mãos e Terra, 1999.

CHER, Rogério. **A gerência das pequenas e médias empresas**. São Paulo: 2. ed. Maltese, 1991.

CHER, Rogério. **Empreendedorismo na veia**: um aprendizado constante. Rio de Janeiro: Elsevier/Sebrae/Campus, 2008

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 1. ed. 3. tiragem. São Paulo: Saraiva, 2006.

CLEMENTE, Armando. (Org.) **Planejamento do negócio**: como transformar ideias em realizações. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

CLEMENTE, Augusto A.; GONZAGA, Paula; ALVES, Roberta. **Modelo de gestão para incubadoras de empresas** – uma estrutura de indicadores de desempenho. Rede de incubadoras do Rio de Janeiro – ReINC. Caulliraux, H. M. (Coord.). Rio de Janeiro: PUCRJ, 2004.

CORRÊA, G.N. (1999) - Proposta de Integração de parceiros na formação e gerência de Empresas Virtuais. Tese de Doutorado, Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, Brasil.

DAY, George S.; REIBSTEIN, David J. **A dinâmica da estratégia competitiva**. 2. ed. Trad. Ana Beatriz Rodrigues e Priscilla Martins Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DEGEN, Ronald J**. O empreendedor:** fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Pearson Makron Books, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa** – uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 14. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios**.**11. reimpressão. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

DRUCKER, Peter F. **Administrando para o futuro:** os anos 90 e a virada do século. São Paulo: Pioneira, 1992.

_____. **Administrando para obter resultados**. Trad. Nivaldo Montigelli Jr. São Paulo: Pioneira, 1998.

_____. **Frases de Peter Drucker**. Disponível em: <http://www.bilibio.com.br/biografia-de/322340/Peter-Drucker.html>. Acesso em: 27 set. 2011.

_____. **Innovation and entrepreneurship**. New York: Harper Business, 1993.

_____. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. Trad. Carlos Malferrari. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1985.

_____. **Introdução à administração**. São Paulo: Pioneira, 1984.

_____. **O melhor de Peter Drucker**: a sociedade. São Paulo: Nobel, 2002.

FARREL, L. **Entrepreneurship** – fundamentos das organizações empreendedoras. São Paulo: Atlas, 1993.

FERREIRA, Luis F. Filardi; SANTOS, Silvio Aparecido dos. Mortalidade precoce: uma análise das micro e pequenas empresas de São Paulo. **ANAIS: V EGEPE** - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 5-7 mar. 2008. Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo, 2008.

FIALHO, Francisco A. P.; MONTIBELLER F. Gilberto; MACEDO, Marcelo; MITIDIERI, Tibério da C. **Empreendedorismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

FILION, Louis J. From entrepreneurship to entreprenology. In: **ICSB WORLD CONFERENCE**, 42, 1997, San Francisco. Proceedings. San Francisco: ICSB, 1997.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP - Revista de Administração da USP**. São Paulo, vol. 34, n. 2, abr./jun. 1999, p. 5-28.

FONSECA, Sérgio A.; KRUGLIANSKAS, Isak. Avaliação do desempenho de incubadoras empresariais mistas: um estudo de caso no Estado de São Paulo, Brasil. In: CONFERÊNCIA LATINO-AMERICANA DE PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS, 2000. Panamá: **Anais. IASP**, 2000.

GAROFOLI, G. Os sistemas de pequenas empresas: um caso paradigmático de desenvolvimento endógeno. In: BENKO, G.; LIPIETZ, A. (Org.). **As regiões ganhadoras – distritos e redes:** os novos paradigmas da geografia econômica. Oeiras: Celta Editora, 1994, p. 33-49.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil** – relatório executivo. Curitiba: Ed. Sebrae, 2009.

_____. **Empreendedorismo no Brasil: 2009**. Por Joana Paula Machado et al. Curitiba: IBQP, 2010.

GEUS, Arie de. **A empresa viva**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

GIMENEZ, F.A.P. et al. Estratégia em pequenas empresas: uma aplicação do modelo de Miles e Snow. **Revista de Administração Contemporânea.** ISSN 1982-7849. vol. 3, n.2,Curitiba,Mai/Ago, 1999.

GOLDE, R. A. Planejamento prático para pequenas empresas. In: **Coleção Harvard de Administração**, São Paulo: Nova Cultural, 1986, v. 9, p. 7-34.

GREINER, Larry E. **Evolution and revolution as organizations grow.** Harward Business Review**.** v. 10, n.4, 397-409, 1998.

GUERRA, O; TEIXEIRA, F. A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. **Revista de economia política**. Vol. 30, n.1, São Paulo, 2010.

GURISATTI, Paolo. O nordeste italiano: nascimento de um novo modelo de organização industrial. In: URANI, André; COCCO, Giuseppe; GALVÃO, Alexander Patez (Orgs). **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro:** estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1995, 377 p.

HARROD, R. F. La teoria dinámica. In: SEN, A. (org.). **Economia Del Crecimiento.** México: Fondo del Cultura Económica, 1989.

HARVARD BUSINES REVIEW. **Empreendedorismo e estratégia**: on entrepreneurship. Trad. Fábio Fernandes. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

HENDERSON, Bruce D. As origens da estratégia. In: **Estratégia: a busca da vantagem competitiva.** MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. Rio de Janeiro: Campus, 1998, p.3-9, Cap. 1.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Demografia das empresas em 2006**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.

_____. **Demografia das empresas 2008**. Estudos & Pesquisas – Informação Econômica n. 14, Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

_____. **Demografia das empresas brasileiras 2010.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1741&id_pagina=1>. Acesso em: 17 jan. 2011.

KERSTENETZKY, J. V **Congresso Brasileiro de História Econômica e 6ª Conferência Internacional de História de Empresas ABPHE**. Disponível em: <http://www.abphe.org.br/congresso2003/Textos/Abphe_2003_03.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2010.

KOUZES, James M.; POSNER, Barry Z. **O desafio da liderança**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

KRUGLIANSKAS, Isak. **Tornando a pequena e média empresa competitiva.** São Paulo: Instituto de Estudos Gerenciais e Editora, 1996.

KUHN, Thomaz. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E. **Glossário de arranjos e sistemas produtivos locais**. SEBRAE. Nov. 2003.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**: criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000.

LEON, M. E**.** Uma análise de redes de cooperação das pequenas e médias empresas do setor das telecomunicações. **Dissertação de Mestrado.** Engenharia de Produção da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. São Paulo, Dez. 1998.

LEZANA, Á. G. R., LANZA, N. S. A Personalidade do empreendedor e seus efeitos no ciclo de vida das empresas. **Anais do 2º Congresso Internacional de Engenharia Industrial e 16º Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ENEP**, Florianópolis, 1996.

_____. TONELLI, Alessandra. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). **Empreender:** identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: ENE, 2004.

LEZANA, Alvaro R. **Desarrollo Regional a Través del Estímulo a las Empresas de Pequeña Dimensión.** Uma propuesta para el Diseño y Puesta em Práctica de Programas de Promoción. Tese de Doutorado, UPM-ETSII, Madrid, 1995.

LIMA, Rômulo A. Lei geral de acumulação capitalista e as crises cíclicas. **XXXVII Encontro Nacional de Economia da ANPEC** Área 1 - Escolas do pensamento econômico, metodologia e economia política (2009). Disponível em: <http://www.anpec.org.br/encontro2009/inscricao.on/arquivos/000-7f1bc3aca1037b79e93ec6e0e8bd9ce2.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2011.

LIPIETZ, Alan. **O capital e seu espaço**. S. Paulo: Nobel, 1988.

LONGENECKER, J.G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Editora Makron Books, 1997.

MARCONDES, Reynaldo C., e BERNARDES, Cyro. **Criando empresas para o sucesso.** São Paulo: Saraiva, 2004.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia** – tratado introdutório. v. I. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. (Os economistas).

_____. **Princípios de economia**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1996.

MARX, Karl. **A miséria da filosofia**. Trad. José Paulo Netto. São Paulo: Global, 1985.

_____. **O capital**: critica da economia política - Livro Terceiro. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

_____. **O capital**: crítica da economia política. 15 ed. livro I, v.2. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1982.

MATTHEWS, R. C. O. **O ciclo econômico.** Rio de Janeiro: Zahar Editores (Coleção Manuais de Economia de Cambridge), 1964.

MILES, R. E.; SNOW, C. C. **Organizational strategy, structure and process**. New York: McGraw-Hill, 1978.

MINTZBERG, H. Strategy formation schools of thought. In: FREDRICKSON, J. W. (Ed.). **Perspectives on strategic management**. Boston: Ballinger, 1990, p. 105-235.

_____; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia:** um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MORRIS, M. J. **Iniciando uma pequena empresa com sucesso**. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991.

NAJBERG, Sheila; PUGA, Fernando P.; OLIVEIRA, Paulo André de S. Sobrevivência das firmas no Brasil: dez. 1995 a dez. 1997. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 7. n. 13. p. 33-48, Jun. 2000.

NELSON, R.; WINTER, S. **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge, Massachusetts, and London: The Belknap Press of Harvard University Press, England, 1982, p.72-95.

OECD. Organization for Economic Co-operation and development. Environmental indicators, Paris, 1998.

OLIVEIRA, Gilson B. de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Revista da FAE**, Curitiba, v.5, n 2, p. 41–48, mai./ago. 2002.

OLIVEIRA, Marco A. F. de. **Gestão empresarial e desenvolvimento regional: um modelo de gestão voltado à alavancagem da sustentabilidade das micro, pequenas e médias empresas de base local.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - UNISC, 2009.

PAIVA, C. A. N. Aglomerações, arranjos e sistemas produtivos locais: o que são, como se diferenciam e quais as políticas mais adequadas ao seu desenvolvimento. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 10, n. 3, p. 67–78, 2005.

_____. Modelo dinâmico de integração micro e macro econômica: as teorias do ciclo e da estagnação de Kalecki e Steindl em um sistema analítico de equações especificamente decisionais. In: **www.territoriopaiva.com**, Santa Cruz do Sul: Tecnicorp. Disponível em: <http://www.territoriopaiva.com/ctms/3/37/textos_para_discussao>. Acesso em: 19 mai. 2011.

PECQUEUR, B. Sistemas industriais localizados: o exemplo francês. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, ano 14, n. 1, p. 26-48, 1993.

PEREIRA, Heitor José. **Criando o seu próprio negócio:** como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília: Ed. Sebrae, 1995.

PIORE, Michael J; SABEL, Charles F. **The Second Industrial Divide**. New York: Basic Books, 1984.

PLEITNER, H. J. Strategic behavior in small and medium-sized firms: preliminary considerations. **Journal of small business management**, v. 27, p.70-75, 1989.

POCHMANN, M. **O emprego na globalização**: a nova divisão internacional do trabalho e os caminhos que o Brasil escolheu. São Paulo, Boitempo, 2001. 152 p.

PORTAL DA SUSTENTABILIDADE. Disponível em: <http:\\www.sustentabilidade.org.br/>. Acesso em: 29 jul. 2010.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Tradução de Elisabeth Maria de Pinto Braga. 26. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

_____. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

PORTER, Michael E. Como as forças competitivas moldam à estratégia. In: MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. **Estratégia:** a busca da vantagem competitiva. Trad. Bazán Tecnologia e Linguística. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PORTER, Michael E. **Competição –**On Competition: estratégias competitivas essenciais. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Tradução de Elisabeth Maria de Pinto Braga. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

_____. Quanto menor a empresa mais importante a estratégia. **Revista Qualidade Total**. Mar.1995, p. 12.

PROGEB – Projeto Globalização e Crise na Economia Brasileira (2009). Disponível em: <http://progeb.blogspot.com/2009/07/lei-geral-da-acumulacao-capitalista.html>. Acesso em: 15 mai. 2011.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

RAUSCH, A. & FRESE, M. *Psychological approaches to entrepreneurial success:* a general model and an overview of findings. In: COOPER, C. L.; ROBERTSON, I. T. (Ed.) International Review of Industrial and Organizational Psychology. Chichester: Wiley, 2000. p. 101-142.

RIBAULT, M.; MARTINET, B. & LEBIDOIS, D. *A gestão das tecnologias. Coleção gestão & inovação.* Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1995.

ROCCO, Leandro de A. **Inter-relação entre constituição e extinção de firmas no Brasil.** Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Ceará – UFC. Fortaleza, 2008.

SANTOS, Angela M. M. M.; GUARNERI, Lucimar da S. Características gerais do apoio a arranjos produtivos locais**. BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n.12, p.195-204, set. 2000.

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor.** Tese de doutorado em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 2008.

SATO, A. **Pequenas e médias empresas no pensamento econômico.** Campinas: Unicamp, Dissertação de Mestrado em Economia, 1977.

SCHUMPETER, Joseph A. **História del análisis económico**. Ciudad de Mexico: Fondo de Cultura Económico, 1971.

_____. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Introd. Tom Bottomore. Trad. Sérgio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

_____. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Os Economistas).

SCHUMACHER, E. F. **O negócio é ser pequeno** (small is beautiful). Um estudo de economia que leva em conta as pessoas. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. **Boletim estatístico de micro e pequenas empresas**. Brasília: Sebrae, 2005.

_____. **Conhecendo as MPE's**. Disponível em: <http:www.sebraesp.com.br/conhecendo/mpe/mpenumero/pequenaempresaeconimica>. Acesso em: 10 Ago. 2010

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

_____. Pesquisa: **Taxa de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas.** São Paulo: Ed. Sebrae, 2007.

_____. Taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. **Coleção Estudos e Pesquisas**. Out. 2011. Disponível em: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br>. Acesso em: 27 out. 2011.

SEBRAE/DIEESE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa: 2007**. Brasília, DF: DIEESE, 2007.

SEBRAE-ES. O empreendedor e suas características. **Manual do empresário**. 1. Fascículo. Vitória-ES: SEBRAE/ES, 2005.

SEBRAE-MG. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil.** Relatório de Pesquisa. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.

SEBRAE-SP. **10 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas**. São Paulo: SEBRAE-SP, 2008.

_____.**12 anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas**. São Paulo: SEBRAE-SP, 2010.

_____. **Mortalidade de micro e pequenas empresas paulistas - 2008 e 2009**. Disponível em:<http://www2.sebraesp.com.br/sites/default/files/mortalidade_2008_2009.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2011.

_____. Onde estão as micro e pequenas empresas no Brasil. **Observatório das MPEs**. São Paulo: SEBRAE, 2006.

SENGENBERGER, Werner. ; PIKE, Frank. Distritos industriais e recuperação econômica local: questões de pesquisa e de política. In: URANI, A.; COCCO, G.; GALVÃO, A. P. (Org.). **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos** – o caso da Terceira Itália. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

SERTEK, Paulo. **Empreendedorismo**. 3. ed. rev. e atual. Curitiba: IBPEX, 2006.

SILVA, José A. R.da. **Da globalização aos novos espaços industriais –** o caso da indústria de calçados na Paraíba. Tese de doutorado. Curso de pós-graduação em economia (PIMES). Universidade Federal de Pernambuco, 2002.

SMITH, A. **A riqueza das nações:** investigação sobre sua natureza e suas causas. v. 1. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Os economistas).

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 2009.

STEINDL, Josef. **Pequeno e grande capital** – problemas econômicos do tamanho das empresas. São Paulo: Hucitec, 1990. (com *post-scriptum* de 1972).

_____. **Maturidade e estagnação no capitalismo americano**. Trad. Leda Maria Gonçalves Maia. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

TAVARES, Mauro C.; AMARAL, Luís Alexandre S.; GONÇALVES, Carlos A.Construção do conhecimento em estratégia e em competitividade: uma síntese. In: Encontro de Estudos em Estratégia. **ANPAD** – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Curitiba, 2003.

TEIXEIRA, Altamir O. Mortalidade das pequenas empresas: um estudo levando em consideração a percepção dos contadores**. Revista Contábil e Empresarial FISCOLEGIS**. Disponível em: <http://www.netlegis.com.br/indexRC.jsp?arquivo=detalhesArtigosPublicados.jsp&cod2=2052>. Acesso em: 10 ago. 2010.

TEIXEIRA, Francisco; SOUZA, Camille M. O papel da capacitação e da inovação na consolidação de redes de cooperação inter empresariais. **Revista Gestão e Planejamento**. Salvador, v. 8, N°.1, p. 106-117, jan./jun. 2007.

TIMMONS, J.A. *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21s Century*. Homewood: Irwin, 1999.

TOLEDO, Geraldo L.; OVALLE, Ivo I. **Estatística básica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

VERSIANI, A. F.; GASPAR, R. M. Posicionamento e crescimento de PMEs - um estudo no setor de confecção da Região Metropolitana de Belo Horizonte. In: 24. Encontro Nacional de Pós Graduação em Administração, 2000, Florianópolis. **Anais ENANPAD 2000**. p. 285-292.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** 6. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

WOOD JR, T. & ZUFFO, P. *Supply Chain Management*. **Revista de Administração de empresas - RAE**. São Paulo: FGV,v.38, n.3, p.55-63, Jul./Set. 1998.

ANEXO A – Questionário de Pesquisa aplicado aos Profissionais da Contabilidade

Profissionais da Contabilidade de Santa Maria – RS e de Farroupilha - RS.

1ª Questão: Com que frequência os empresários procuraram assessoria do contador para avaliar a viabilidade da instalação de uma empresa, relativamente ao ramo e ponto de negócio?

0 ( ) nunca
1 ( ) raramente
2 ( ) com moderada frequência
3 ( ) frequentemente
4 ( ) sempre

2ª Questão: Quanto à carga tributária para micro e pequenas empresas nos últimos anos, sua constatação é de que ela:

0 ( ) diminuiu significativamente
1 ( ) vem diminuindo gradativamente
2 ( ) não se alterou significativamente
3 ( ) vem aumentando gradativamente
4 ( ) aumentou significativamente

3ª Questão: As Políticas Públicas direcionadas às MPEs conseguem suprir suas dificuldades e, nos últimos anos, foram decisivas para evitar o seu fechamento prematuro.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

4ª Questão: As falhas gerenciais contribuíram significativamente para o fechamento das MPEs.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende, justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

5ª Questão: No início da atividade, enquanto empresa e produto ainda não possuírem uma referência consolidada, uma possibilidade das MPEs conseguirem conquistar uma fatia de mercado é através de preços baixos.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

6ª Questão: Um investimento expressivo (financeiramente) em publicidade, no momento de maior dificuldade das empresas extintas, teria revertido a tendência de fechamento.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

7ª Questão: Quanto ao volume médio de capital de giro que essas empresas investiram para tentar se manter no mercado (em torno de R$ 20.000,00), você acredita que ele seja:

0 ( ) extremamente baixo
1 ( ) relativamente baixo
2 ( ) suficiente
3 ( ) relativamente alto
4 ( ) muito alto

8ª Questão: A abertura de uma linha de crédito bancário especial para as MPEs, a juros totalmente subsidiados (ou muito baixos), faria com que a maioria dessas MPEs prosperasse em seu negócio.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

9ª Questão: A maioria das MPEs que fechou não teve acesso à fatia de mercado necessária à plena utilização de sua capacidade inicial, nem conseguiu ampliar esta posição ao longo do tempo.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

10ª Questão: Uma pesquisa de mercado junto ao público-alvo, antes da abertura da empresa, traria melhores noções sobre o negócio e, consequentemente, maiores chances de prosperidade para as novas MPEs.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

11ª Questão: Para que uma empresa tenha condições de se fortalecer, é prudente que seja respeitado um certo tempo de maturação, ou seja, enquanto ela não produzir lucro, não poderia permitir retiradas. Em sua opinião, esse tempo de maturação seria de:

0 ( ) três a cinco anos
1 ( ) dois a três anos
2 ( ) um ano seria suficiente
3 ( ) alguns meses
4 ( ) não é necessário tempo de maturação

12ª Questão: Houve no Rio Grande do Sul um movimento patrocinado principalmente pelo Governo Estadual para o lançamento de redes de cooperação, sendo que um dos propósitos foi a redução da taxa de mortalidade. Sua percepção é a de que as redes de cooperação:

0 ( ) garantem a sustentabilidade econômica às empresas que a elas de associam;
1 ( ) apenas ajudam a contornar, pela informação, algumas falhas gerenciais;
2 ( ) proporcionam apenas um fortalecimento temporário; protelam o fechamento;
3 ( ) não se constituem em uma condição para a empresa se manter ativa;
4 ( ) em nada contribuem para o fortalecimento de pequenas empresas.

13ª Questão: Por motivos de burocracia e também de custos, algumas MPEs que encerraram suas atividades não efetuaram a respectiva baixa na Junta Comercial. Após a edição da Lei Complementar nº 123/2006, sua percepção é de que atualmente:

0 ( ) todas as empresas que fecham realizam a baixa formal.
1 ( ) mais empresas que fecham realizam a baixa formal
2 ( ) metade das empresas que fecham realizam a baixa formal
3 ( ) poucas empresas que fecham realizam a baixa formal
4 ( ) nenhuma empresa que fecha realiza a baixa formal

14ª Questão: As empresas que conseguem manter um volume de vendas cujo lucro permita um aumento gradativo do capital de giro, geralmente não apresentam dificuldades com o fisco.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

15ª Questão: O nível de formação do empreendedor é fator determinante para o sucesso ou o fracasso da MPE que atualmente se lança no mercado.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

16ª Questão: As dificuldades no relacionamento entre sócios ou familiares envolvidos no negócio têm contribuído significativamente para o fechamento de MPEs.

0 ( ) concordo totalmente
1 ( ) concordo em parte
2 ( ) depende. Justifique_____
3 ( ) discordo em parte
4 ( ) discordo totalmente

17ª Questão: É comum relacionar-se o fechamento de MPEs às dificuldades na Gestão. Em que proporção esses empresários, ao ingressarem no mercado, sabem exatamente em que consiste uma “Gestão Empresarial”?

0 ( ) todos sabem
1 ( ) a maioria sabe
2 ( ) alguns sabem e outros não
3 ( ) poucos sabem
4 ( ) nenhum sabe

18ª Questão: Ao termo empreendedorismo são associadas duas habilidades profissionais na arte de empreender. A primeira é a **disposição de lançar-se no mercado** e a segunda é a **habilidade de fazer prosperar uma empresa já existente**, elevando seus níveis de eficiência. Escolha uma das alternativas para expressar a sua posição em relação ao grau de importância dessas duas habilidades.

0 ( ) a primeira é, sem dúvida, a mais importante
1 ( ) a primeira é um pouco mais importante que a segunda
2 ( ) as duas têm a mesma importância (se equivalem)
3 ( ) a segunda é um pouco mais importante que a primeira
4 ( ) a segunda é, sem dúvida, a mais importante

19ª Questão: Na sua opinião, no momento do fechamento ou do encerramento das atividades das micro e pequenas empresas, o capital investido no início pelo(s) proprietário(os) encontra-se:

0 ( ) totalmente consumido, além de sobrarem dívidas a pagar
1 ( ) totalmente consumido
2 ( ) parte consumido e parte recuperado
3 ( ) totalmente recuperado
4 ( ) totalmente recuperado, inclusive com algum acréscimo

20ª Questão: Enumere, de acordo com o grau de importância, (1-mais importante a 13-menos importante), os principais motivos, que você acredita, contribuem para o fechamento de micro e pequenas empresas.

	Abertura sem conhecimento do negócio (preços, mercado, concorrência)
	Falta de conhecimento de custos, formação do preço de venda e gerenciamento
	Início da atividade com limitação de recursos financeiros (capital insuficiente)
	Falta de aptidão ou capacitação do empreendedor para a gestão empresarial
	Falta de consultoria e assessoria desde o estudo para abertura da empresa
	Abertura da empresa sem pesquisa de mercado para o ramo (planejamento prévio)
	Dificuldades decorrentes da conjuntura econômica
	Problemas familiares ou relacionamento entre sócios
	Custo financeiro e tributário
	Volume de vendas insuficiente e/ou número escasso de clientes
	Insuficiência de políticas de apoio às MPEs
	Propaganda e marketing inadequados ou inexistentes
	Baixo nível de formação e informação do empresário

ANEXO B – TABELA PROGRESSIVA DE IMPOSTOS PARA MPEs OPTANTES DO SIMPLES NACIONAL - COMÉRCIO

ANEXO I

Partilha do Simples Nacional – Comércio

Receita Bruta em 12 meses (em R$)	ALÍQUOTA	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	ICMS
Até 120.000,00	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,75%	1,25%
De 120.000,01 a 240.000,00	5,47%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	2,75%	1,86%
De 240.000,01 a 360.000,00	6,84%	0,27%	0,31%	0,95%	0,23%	2,75%	2,33%
De 360.000,01 a 480.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%
De 480.000,01 a 600.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
De 600.000,01 a 720.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
De 720.000,01 a 840.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
De 840.000,01 a 960.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
De 960.000,01 a 1.080.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
De 1.080.000,01 a 1.200.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
De 1.200.000,01 a 1.320.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
De 1.320.000,01 a 1.440.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
De 1.440.000,01 a 1.560.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
De 1.560.000,01 a 1.680.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%
De 1.680.000,01 a 1.800.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
De 1.800.000,01 a 1.920.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
De 1.920.000,01 a 2.040.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
De 2.040.000,01 a 2.160.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
De 2.160.000,01 a 2.280.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
De 2.280.000,01 a 2.400.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

ANEXO C - TABELA PROGRESSIVA DE IMPOSTOS PARA MPEs OPTANTES DO SIMPLES NACIONAL - SERVIÇOS

Anexo IV

Partilha do Simples Nacional – Serviços

Receita Bruta em 12 meses (em R$)	ALÍQUOTA	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/ PASEP	ISS
Até 120.000,00	4,50%	0,00%	1,22%	1,28%	0,00%	2,00%
De 120.000,01 a 240.000,00	6,54%	0,00%	1,84%	1,91%	0,00%	2,79%
De 240.000,01 a 360.000,00	7,70%	0,16%	1,85%	1,95%	0,24%	3,50%
De 360.000,01 a 480.000,00	8,49%	0,52%	1,87%	1,99%	0,27%	3,84%
De 480.000,01 a 600.000,00	8,97%	0,89%	1,89%	2,03%	0,29%	3,87%
De 600.000,01 a 720.000,00	9,78%	1,25%	1,91%	2,07%	0,32%	4,23%
De 720.000,01 a 840.000,00	10,26%	1,62%	1,93%	2,11%	0,34%	4,26%
De 840.000,01 a 960.000,00	10,76%	2,00%	1,95%	2,15%	0,35%	4,31%
De 960.000,01 a 1.080.000,00	11,51%	2,37%	1,97%	2,19%	0,37%	4,61%
De 1.080.000,01 a 1.200.000,00	12,00%	2,74%	2,00%	2,23%	0,38%	4,65%
De 1.200.000,01 a 1.320.000,00	12,80%	3,12%	2,01%	2,27%	0,40%	5,00%
De 1.320.000,01 a 1.440.000,00	13,25%	3,49%	2,03%	2,31%	0,42%	5,00%
De 1.440.000,01 a 1.560.000,00	13,70%	3,86%	2,05%	2,35%	0,44%	5,00%
De 1.560.000,01 a 1.680.000,00	14,15%	4,23%	2,07%	2,39%	0,46%	5,00%
De 1.680.000,01 a 1.800.000,00	14,60%	4,60%	2,10%	2,43%	0,47%	5,00%
De 1.800.000,01 a 1.920.000,00	15,05%	4,90%	2,19%	2,47%	0,49%	5,00%
De 1.920.000,01 a 2.040.000,00	15,50%	5,21%	2,27%	2,51%	0,51%	5,00%
De 2.040.000,01 a 2.160.000,00	15,95%	5,51%	2,36%	2,55%	0,53%	5,00%
De 2.160.000,01 a 2.280.000,00	16,40%	5,81%	2,45%	2,59%	0,55%	5,00%
De 2.280.000,01 a 2.400.000,00	16,85%	6,12%	2,53%	2,63%	0,57%	5,00%