

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS**

ANTONIO FERNANDO MAI

**O PERFIL DO EMPREENDEDOR *VERSUS* A MORTALIDADE DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS DO MUNICÍPIO DE
ARACRUZ/ES**

VITÓRIA

2006

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ANTONIO FERNANDO MAI

**O PERFIL DO EMPREENDEDOR *VERSUS* A MORTALIDADE DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS DO MUNICÍPIO DE
ARACRUZ/ES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis – nível Profissionalizante.

Orientador: Dr. Valcemiro Nossa

VITÓRIA

2006

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pelo Setor de Processamento Técnico da Biblioteca da FUCAPE

Mai, Antonio Fernando.

O Perfil do empreendedor *versus* a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES. / Antonio Fernando Mai. Vitória: FUCAPE, 2006.

153 p.

Dissertação – Mestrado.

Inclui bibliografia.

1. Micro e pequenas empresas 2. Empresas comerciais
3. Empreendedorismo I. Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças II.Título.

CDD – 657

Dedico este trabalho à Vera, -
minha parceira há 25 anos - e aos
meus filhos Breno e Estevão que
sempre compreenderam a minha
incessante busca do
conhecimento.

AGRADECIMENTOS

São tantas as pessoas que merecem agradecimentos por terem, de alguma forma, contribuído para que este trabalho fosse concluído, devendo ressaltar:

Primeiramente a Deus, por conceder-me a oportunidade de participar de uma nova etapa de crescimento profissional.

Ao Professor Dr. Aridelmo José Campagnaro Teixeira, pelos desafios impostos durante a realização do mestrado e suas valiosas sugestões no processo de qualificação do projeto.

Ao Professor Dr. Valcemiro Nossa, por sua paciência e compreensão como orientador e por suas valiosas contribuições ao longo da pesquisa.

A Fundação São João Batista e sua Mantida Faculdade de Aracruz, pelo apoio logístico para realização deste e aos colegas de trabalho que souberam compreender meus momentos de angústia.

Aos meus pais, pelos valores e exemplos que, em vida, souberam me dar e que hoje permeiam minha educação e minha vida.

A minha esposa, Vera, e aos meus filhos Breno e Estevão, que durante toda essa caminhada incentivaram-me e apoiaram-me mais uma vez neste novo projeto de minha vida.

Ao Professor, Dr. André C. B. Aquino, pelas valiosas sugestões e lições de humildade dadas durante todo este trajeto. “Tudo que sei é que nada sei” (Sócrates).

Aos Professores e funcionários da FUCAPE – Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças, pelo apoio logístico na condução dos trabalhos.

Aos gestores das Micros e Pequenas Empresas do Município de Aracruz/ES, que se dispuseram a participar da pesquisa.

E, finalmente aos colegas da turma 2004/01, em especial ao Jazan, José Roberto, Paulo, Márcio que nas horas mais difíceis souberam estender-me a mão.

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo identificar o perfil socioeconômico do empreendedor e os fatores que podem indicar o sucesso ou o insucesso (mortalidade) das micro e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz/ES. Além desse ponto focal, o trabalho também procurou estudar, dentro de uma abordagem histórica, as ações empreendedoras e às políticas governamentais de estímulo desenvolvidas em prol das microempresas e empresas de pequeno porte no Brasil. Apesar da baixa sobrevivência, as empresas de menor porte desempenham papel fundamental na geração de riqueza, de emprego e de renda. Os resultados são relatados por meio de análises específicas, apresentando seus aspectos sobre o tamanho da empresa e sua personalidade jurídica, abertura do negócio, caracterização da empresa, perfil do empreendedor, fatores de sucessos, agrupados segundo três categorias comuns a saber: habilidades gerenciais, habilidades empreendedoras e logística operacional, e, também, as medidas de políticas públicas que possam contribuir para a melhoria das condições de sobrevivência desse segmento empresarial. Para alcançar o objetivo foi desenvolvida uma pesquisa de campo, por meio de um formulário estruturado, com os (ex)-empresários selecionados na amostra das empresas comerciais do município de Aracruz/ES. Para auxiliar na análise dos dados, foram utilizadas a estatística descritiva e a regressão logística como ferramentas de apoio. Assim, a pesquisa apresenta aspectos relacionados com a faixa etária e a classe social como fatores que influenciam na probabilidade de uma empresa vir a ter sucesso ou fechar. Além desses dois fatores, a falta de capital de giro, a capacidade de liderança do empresário, os reinvestimentos dos lucros, a conjuntura econômica e o planejamento são fatores que também contribuem para o insucesso das empresas. O resultado do estudo é restrito à amostra investigada e às condições sobre as quais se deram as entrevistas.

ABSTRACT

The present study has the objective of identifying the socioeconomic profile of the entrepreneur and the factors that can indicate the success or failure of micro and small business in the municipality of Aracruz, state of Espírito Santo. Besides that, the research also aimed at studying, in a historical perspective, the entrepreneurial actions and public policies developed in favor of micro and small companies in Brazil. Despite their low rate of survival, small companies play a fundamental role in the generation of wealth, jobs and income. Results are reported by specific analyses presenting aspects related to the size of the company and its juridical personality, the opening of the business, the characterization of the company, the entrepreneur's profile, and factors related to success. These aspects were grouped into three common categories, that is, managerial skills, entrepreneurial skills and business logistics, and also public policies which might contribute for the improvement of the survival conditions of these type of companies. In order to reach our goals, a field research was carried out, using a structured form and entrepreneurs selected from a sample of commercial companies of Aracruz, ES. To help in data collecting, descriptive statistics and logistical regression were used as supporting tools. The research presents aspects related to age group and social class as contributing factors for the success or failure of business. Besides these two factors, lack working capital, the entrepreneur's leadership skills, reinvestments of profits, economic context, and planning are factors that can also contribute to the failure of company. The result of the study is restricted to the sample investigated and to the conditions under which the interviews were carried out.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Fatores condicionantes do sucesso empresarial	15
Tabela 2 -Taxa de Mortalidade por região e Brasil (2000-2002) em (%)	16
Tabela 3 - Causas das dificuldades e razões para o fechamento das empresas.....	16
Tabela 4 - Definição de micro e pequenas empresas	30
Tabela 5 - Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor	42
Tabela 6 - Fatores psico-sociais, ambientais e econômicos da atitude empreendedora de sucesso	46
Tabela 7 - Perfil empreendedor dos micro e pequenos empresários das empresas ativas e inativas da cidade de Maringá-PR.	47
Tabela 8 - Distribuição das empresas pesquisadas conforme CNAE	73
Tabela 9 - Freqüência do ano de fundação pelo tipo de empresa	75
Tabela 10 - Freqüência de legalização das empresas extintas.	75
Tabela 11 - Freqüência jurídica das empresas comerciais pesquisadas.....	76
Tabela 12 - Freqüência das empresas ativas e inativas para efeito de tributação ...	77
Tabela 13 - Freqüência do capital no início das atividades da empresa e atual.....	78
Tabela 14 - Freqüência da origem do capital da empresa.....	78
Tabela 15 - Freqüência das faixas de faturamento das ME e EPP.....	79
Tabela 16 - Freqüência do nº de funcionários ocupados e com remuneração	79
Tabela 17 - Freqüência dos membros da família sem remuneração.....	80
Tabela 18 – Freqüência das condições dos estabelecimentos onde funciona ou funcionava a empresa	80
Tabela 19 - Freqüência do valor do aluguel onde funciona ou funcionava a empresa.....	81
Tabela 20 - Freqüência dos principais clientes das empresas	81
Tabela 21 - Freqüência das principais razões para o fechamento das empresas Pesquisadas	83
Tabela 22 - Características pessoais dos empresários e ex-empresários.....	84
Tabela 23 - Nível de escolaridade.....	86
Tabela 24 - Escola que frequentou.....	87
Tabela 25 - Freqüência da renda familiar por classe social	88

Tabela 26 - Motivação para abertura da empresas <i>versus</i> experiência no ramo.	89
Tabela 27 – Freqüência da assessoria profissional na abertura da empresa	90
Tabela 28 - Freqüência rendimento do empresário	91
Tabela 29 - Freqüência de pessoas que dependem da renda do empresário	92
Tabela 30 - Freqüência da satisfação dos empresários.....	92
Tabela 31 - Atividade exercida antes de empreender	93
Tabela 32 - Atividade que passou a exercer após a extinção da empresa.....	94
Tabela 33 - Educação continuada.....	94
Tabela 34 - Freqüência dos fatores de sucesso.....	97
Tabela 35 - Áreas de conhecimento	98
Tabela 36 - Freqüência da aplicação das áreas de conhecimento na empresa	98
Tabela 37 - Assessorias e/ou incentivos.....	99
Tabela 38 - Assessoria e/ou incentivos - utilizam / utilizavam	99
Tabela 39 - Fatores utilizados na condução dos negócios.....	100
Tabela 40 - Freqüência da aplicação dos instrumentos de controle na empresa...	101
Tabela 41 - Instrumentos de controle na empresa.....	101
Tabela 42 - Medidas de políticas públicas.....	104
Tabela 43 - Variáveis destacadas na primeira iteração dos dados	106
Tabela 44 - Variáveis destacadas na segunda interação dos dados.....	107
Tabela 45 - Variáveis destacadas na terceira iteração dos dados	108
Tabela 46 - Resumo do modelo ajustado	109
Tabela 47 - Teste de qualidade do ajuste de Hosmer e Lameshow.....	110
Tabela 48 - Teste de qualidade de predição do ajuste de Hosmer e Lameshow ...	110
Tabela 49 - Variáveis do modelo e exponencial do beta	111

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fatores que influenciam no processo empreendedor	50
Figura 2 – Ajuste do modelo graficamente	112

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Classificação nacional de atividades econômicas - CNAS.....	130
Anexo 2 – Formulário estruturado para as empresas ativas	140
Anexo 3 – Formulário estruturado para as empresas extintas.....	147

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	13
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	13
1.2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	18
1.3 OBJETIVO DA PESQUISA	19
1.4 JUSTIFICATIVA	19
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	22
CAPÍTULO 2	24
2 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE	24
2.1 A IMPORTÂNCIA DAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL	24
2.2 DEFINIÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE.....	26
2.3 POLÍTICA GOVERNAMENTAL PARA AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE.....	31
2.4 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE COMERCIAIS	34
2.4.1 Empresa comercial sob o enfoque da teoria da empresa	37
CAPÍTULO 3	41
3 O PERFIL DO EMPREENDEDOR DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS	41
3.1 EMPREENDEDORISMO E O PERFIL EMPREENDEDOR	41
3.1.1 Empreendedorismo	41
3.1.2 O perfil do empreendedor.....	43
3.2 O PROCESSO EMPREENDEDOR E O GESTOR DA MICRO E PEQUENA EMPRESA.....	49

3.2.1 O processo empreendedor.....	49
3.2.2 O gestor das micro e pequenas empresas	52
CAPÍTULO 4.....	58
4 METODOLOGIA	58
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	58
4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA.....	60
4.2.1 Definição da população.....	60
4.2.2 O tipo da amostragem.....	63
4.3 TÉCNICAS DA COLETA DE DADOS.....	63
4.3.1 Análise dos dados.....	65
4.3.1.1 Modelo de regressão logística.....	67
4.3.1.2 Estimação do modelo de regressão logística	71
CAPÍTULO 5.....	72
5 ANÁLISE DOS DADOS.....	72
5.1 CARACTERIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS EMPRESAS ATIVAS E EXTINTAS PESQUISADAS	73
5.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DO PROPRIETÁRIO DA EMPRESAS	83
5.3 GESTÃO ESTRATÉGICA DAS EMPRESAS	95
5.4 MEDIDAS DE POLÍTICAS PÚBLICAS	101
5.5 REGRESSÃO LOGÍSTICA	104
5.5.1 Resultado da regressão logística.....	104
5.5.1.1 Primeira iteração dos dados.....	105
5.5.1.2 Segunda iteração dos dados.....	106
5.5.1.3 Terceira iteração dos dados.....	108
5.5.2 Regressão logística para a predição da probabilidade da extinção das empresas pesquisadas	109

6 CONCLUSÕES, SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO	113
6.1 CONCLUSÕES.....	113
6.2 SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	117
6.2.1 Sugestões	117
6.2.2 Limitações do estudo	117
7 REFERÊNCIAS	119

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A abertura de um negócio próprio é o sonho de muitos empreendedores, os quais vêem essa possibilidade como um sinônimo de liberdade, de construir seu próprio futuro. Dentro dessa perspectiva, o campo do empreendedorismo e da abertura de novos negócios tem crescido consideravelmente nos últimos anos, principalmente no Brasil. Assim sendo, este trabalho tem como tema de estudo o perfil do empreendedor *versus* a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES.

O estudo do perfil do empreendedor e, talvez, determinar o sucesso empresarial é uma busca da Administração que atualmente apresenta inúmeros trabalhos científicos. O reconhecimento da importância e da contribuição das micro e pequenas empresas (MPEs) para a economia de uma nação é com frequência destacada na literatura, como Westhead (2003), Longenecker *et al.* (1997) Souza (1995) e Najberg *et al.* (2000). No campo do empreendedorismo, os estudos do comportamento empreendedor e dos fatores sócio-econômicos propulsores ou inibidores do sucesso empresarial ganharam amplitude junto aos pesquisadores, destacando-se Bernardi (2003), Dornelas (2001), Dutra (1982; 2004), Zimmerer e Scarborough (1994).

Para Bernardi (2003, p. 63)

a idéia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. As oportunidades detectadas ou visualizadas, intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a idéia do empreendimento.

Dessa forma, o empreendedorismo e a inovação resultante dele são importantes para firmas grandes e pequenas, bem como para investimentos iniciais, quando essas empresas competirem no cenário mais acirrado do século XXI. Para Reynolds, Hay e Camp (1999) apud Hitt *et al.* (2002, p. 524): “empreendedorismo e inovação são fundamentais para o processo criativo na economia e para promover crescimento, aumentar a produtividade e criar empregos”.

Há pouca divergência sobre o fato de que a revitalização social e econômica estão associadas ao empreendedorismo (MACHMILLIAN *et al.* 1992). O trabalho de Schumpeter (1978) sustenta que, num modelo de economia estacionário, a figura do empresário inovador torna-se fundamental para o desenvolvimento da economia. Halloran (1994) e Drucker (1987) destacam a qualidade inovativa do empreendedor, associando esta à auto-motivação e à auto-realização.

De acordo com o IBGE, em 2002, o número de micro e pequenas empresas no setor formal urbano (excluindo setor governo) somam 4,88 milhões, representando 99,2% do total de 4,92 milhões de empresas. Ainda, no setor formal, as Microempresas - MEs e as Empresas de Pequeno Porte - EPPs empregam 56,1% da força de trabalho que atua no setor formal urbano (excluindo os empregados governamentais). Essa é a realidade das MEs e EPPs no Brasil, legalmente constituídas. Junte-se a elas 9,5 milhões de empresas informais, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2002). E não estão incluídas aí as quatro milhões de pequenas propriedades rurais de agricultura

familiar.

Neste ponto, o Relatório de Pesquisas SEBRAE (2004, p.12-14) aponta três fatores que são: 1) habilidades gerenciais; 2) capacidade empreendedora; e 3) logística operacional. Estes explicam o sucesso nos negócios, ou seja, as condições que, estando presentes na condução do empreendimento, contribuem para diminuir as causas de fracasso nas empresas. Segundo suas características comuns, os fatores de sucesso que servirão de base de dados para melhor fundamentar o trabalho podem ser visualizados na Tabela 1, a seguir:

Tabela 1: Fatores condicionantes do sucesso empresarial

Categorias	Fatores de sucesso	Percentual de Empresários	Comentários sobre os fatores de sucesso
Habilidades Gerenciais	. Bom conhecimento do mercado em que atua.	49%	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 o seu negócio. Esses fatores foram considerados os mais importantes entre todas as indicações dos empresários.
	. Boa estratégia de vendas	48%	
Capacidade Empreendedora	. Criatividade do empresário.	31%	O segundo conjunto de fatores representa uma importante condicionante no sucesso do empresário, aqui reunidos na categoria de Capacidade Empreendedora , formando um grupo de atributos que destaca a criatividade, a perseverança e a coragem de assumir riscos no negócio. Reflete a disposição e a capacidade empresarial para comandar o empreendimento, permitindo, por meio de habilidades naturais, descobrir as melhores oportunidades de negócios, assumir os riscos [...].
	. Aproveitamento das oportunidades de negócio.	29%	
	. Empresário com perseverança.	29%	
	. Capacidade de liderança	25%	
Logística Operacional	. Escolha de um bom administrador.	31%	O terceiro conjunto de fatores determinantes do sucesso representa a Logística Operacional do empresário, fornecendo as bases para a criação, a sustentação e o crescimento da atividade empresarial. Refletem a capacidade do empresário de utilizar de forma eficiente, alguns dos mais importantes fatores de produção utilizados na atividade empresarial, ou seja, capital, trabalho especializado e tecnologia.
	. Uso de capital próprio	29%	
	. Reinvestimento dos lucros na empresa.	23%	
	. Acesso a novas tecnologias	17%	

Fonte: Adaptado com base nos dados do Relatório de Pesquisa SEBRAE (2004).

As MEs e EPPs são, atualmente, o grande fator gerador de ocupação, porque a grande empresa, pela necessidade de aumentar a produtividade, exigência da globalização, automatiza-se cada vez mais e, assim, emprega menos. Por outro lado, vê-se que grande parte das MEs e EPPs que inicia suas atividades morre em

seu primeiro ano de vida, conforme mostra a Tabela 2 do Relatório de Pesquisas SEBRAE (2004).

Tabela 2 -Taxa de Mortalidade por Região e Brasil (2000-2002) em (%)

Ano de Constituição	Região Sudeste	Região Sul	Região Nordeste	Região Norte	Região Centro Oeste	Brasil
2002	48,90	52,90	46,70	47,50	49,40	49,40
2001	56,70	60,10	53,40	51,60	54,60	56,40
2000	61,10	58,90	62,70	53,40	53,90	59,90

Fonte: Relatório de Pesquisa SEBRAE – Agosto/2004

De acordo com o Relatório de Pesquisas SEBRAE – Agosto/2004, as principais causas que levaram os empresários a encerrarem as atividades das empresas podem ser vistas na Tabela 3.

Tabela 3 – Causas das dificuldades e razões para o fechamento das empresas

Categorias	Ranking	Dificuldades/ Razões	Percentual de Empresários que Responderam
Falhas Gerenciais	1º	Falta de capital de giro	42%
	3º	Problemas financeiros	21%
	8º	Ponto / local inadequado	8%
	9º	Falta de conhecimentos gerenciais	7%
Causas Econômicas Conjunturais	2º	Falta de clientes	25%
	4º	Maus pagadores	16%
	6º	Recessão econômica no país	14%
Logística Operacional	12º	Instalações inadequadas	3%
	11º	Falta de mão-de-obra qualificada	5%
Políticas Públicas e arcabouço legal	5º	Falta de crédito bancário	14%
	10º	Problemas com a fiscalização	6%
	13º	Carga tributária elevada	1%
	7º	Outra razão	14%

Fonte: Relatório de Pesquisa SEBRAE (2004)

As conclusões obtidas pelo SEBRAE (2004, p. 15-16) sobre as causas da mortalidade das empresas no Brasil estão fortemente relacionadas:

Em primeiro lugar, as falhas gerenciais na condução dos negócios, segundo pelas causas econômicas conjunturais e tributação. As falhas gerenciais por sua vez podem ser relacionadas à falta de planejamento na abertura do negócio, levando o empresário a não avaliar de forma correta, previamente, dados importantes para o sucesso do empreendimento, como a existência de concorrência, nas proximidades do ponto escolhido, a presença potencial de consumidores, dentre outros fatores.

O que se pode observar é que no Brasil, as organizações de apoio têm buscado proporcionar condições para desenvolver o potencial empreendedor e capacitá-los, dotando-os de conhecimento, técnicas e habilidades. Auxiliando-os com ferramentas para elaboração de planos de negócios, atendendo aos requisitos na busca de investimentos em organizações financeiras, objetivando dar mais consistência e longevidade ao negócio que irá surgir.

Para Marion (1998, p. 27-28) as dificuldades enfrentadas pelas MEs e EPPs são resultantes de tomadas de decisão equivocadas, mencionando que:

[...] com certa frequência várias empresas, principalmente as pequenas, têm falido ou enfrentado sérios problemas de sobrevivência. Ouvimos empresários que criticam a carga tributária, os encargos sociais, a falta de recursos, juros altos etc., fatores estes que, sem dúvida, contribuem para debilitar a empresa. Entretanto, descendo a fundo nas nossas investigações, constatamos que, muitas vezes, a 'célula cancerosa' não repousa naquelas críticas, mas na *má gerência*, nas decisões tomadas sem respaldo, sem dados confiáveis. Por fim observamos, nesses casos, uma contabilidade irreal, distorcida, em consequência de ter sido elaborada única e exclusivamente para atender às exigências fiscais.

Analisando o que diz Marion, percebe-se que, além dos fatores decorrentes de políticas externas das empresas, como carga tributária, encargos sociais, juros altos etc., é necessário que seus gestores procurem respaldar suas decisões em informações geradas pela contabilidade. Por esses motivos, o sistema contábil e a sua estrutura de fluxo de informações financeiras precisam funcionar, gerando informações que atendam a cinco atributos: tempestividade, integralidade, confiabilidade, comparabilidade e compreensibilidade.

Um dos grandes problemas enfrentados pelas MPE.s é como tomar decisão em função das informações geradas pelas empresas, junto aos seus dirigentes. A informação contábil é um dos fatores preponderantes principalmente no que diz respeito à necessidade de se manter e se desenvolver no mercado.

1.2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

Os resultados das pesquisas de Dutra (1982), Dutra e Previdelli (2003), Longenecker *et al.* (1997), Leone (1999), Bedê e Azzoni (1999), Gimenez *et al.* (1998), Bernanrdi (2003), Dornelas (2001), Najberg *et al* (2000) e SEBRAE (2004), dão sustentação teórica para que se investigue o perfil do empreendedor *versus* a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES.

As micro e pequenas empresas têm um papel fundamental no contexto econômico brasileiro. Não obstante essa realidade, os pequenos negócios ainda não têm recebido tratamento compatível com a sua importância econômica e com a sua inegável capacidade de gerar contrapartidas sociais. Os programas governamentais brasileiros e a política adotada ainda são insuficientes para atender esse segmento.

Segundo Dutra (2004, p. 2)

Pode-se observar a busca incessante de fatores ou indicativos que possam auxiliar para que os empreendedores e suas organizações obtenham maior sucesso empresarial. Parece que as obras acerca das características do empreendedor brasileiro já produzidos no Brasil, ainda, não são suficientes e demandam mais estudos, pois, notadamente nos últimos 5 anos, verifica-se substancial incremento na investigação de atitudes e comportamento dos empresários nacionais para determinar um perfil desse empreendedor e de sua gestão na vivência empresarial.

Para Dutra e Previdelli (2003, p. 2),

A associação da mortalidade de micro e pequenos empreendimentos ao perfil do empreendedor mostra-se como rica fonte de dados e informações decisivas sobre as causas da não-sobrevivência, que podem beneficiar os programas de promoção de atividade empreendedora, diminuir a execução de projetos inconsistentes e, conseqüentemente, evitar o desperdício ou desgaste de recursos sociais, econômicos e principalmente individuais.

Assim surgem as seguintes questões problemas desta pesquisa:

Q1. Qual perfil socioeconômico do empreendedor de micros e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz/ES?

Q2. Quais os fatores que indicam o sucesso e/ou insucesso (mortalidade) das micro e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz/ES?

1.3 OBJETIVO DA PESQUISA

Os objetivos principais deste trabalho são: identificar o perfil sócio-econômico do empreendedor e os fatores que indicam o sucesso e/ou insucesso (mortalidade) das micros e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz/ES.

A partir desses objetivos gerais, torna-se possível o estabelecimento dos seguintes objetivos específicos:

- ? Analisar o perfil socioeconômico dos empreendedores do município de Aracruz/ES;
- ? Analisar os fatores que indicam o sucesso e / ou insucesso (mortalidade) das microempresas e empresas de pequeno porte comerciais do município de Aracruz/ES;
- ? Analisar a relação entre o perfil do empreendedor e a mortalidade das microempresas e empresas de pequeno porte comerciais do município de Aracruz/ES.

1.4 JUSTIFICATIVA

O município de Aracruz-ES, conforme fontes do IBGE (2004) possui aproximadamente 72 mil habitantes, com uma área territorial de 1.436 km², situado

a 83 km do Norte de Vitória, capital do Estado do Espírito Santo, terceira arrecadação do Estado com uma receita orçamentária realizada em 2005 de R\$ 170 milhões¹, Produto Interno Bruto – PIB, a preço corrente de 2002 de R\$ 1.301.211 mil. O município tem como base de sua economia a Aracruz Celulose, a maior empresa produtora mundial de celulose de fibra curta e branqueada de eucalipto, matéria-prima para a fabricação de papéis, projetando, assim, o município no Brasil e no Mundo.

Além da Aracruz Celulose, o Parque Industrial existente no município é representado pela Canexen, Degussa (Bragussa - Produção de Peróxido de Hidrogênio) e por diversas indústrias metal-mecânicas e eletrônicas que oferecem suporte às empresas de grande porte e que são reconhecidas nacionalmente pelo nível de qualidade atingido. O município possui também várias jazidas de mármore e granito, com diversidade de cores e de tipos ornamentais.

De acordo com a SEFA/ES (2005), em 05/10/2005, o município possuía 1.027 empresas ativas, entre indústrias, serviços e comércio, em sua maioria, enquadradas como micros e pequenas empresas. Deste total, que atuam no ramo do comércio somam 739 empresas, empregando aproximadamente 4.000 pessoas.

As ações desenvolvidas pela municipalidade através da Secretaria Municipal de Agricultura e o trabalho desenvolvido pela INCAPER - Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural são direcionados, prioritariamente, para pequenos produtores rurais que tenham na agricultura sua principal atividade econômica e uso da força de trabalho familiar, fortalecendo a unidade de produção como centro gerador de produtos, de emprego e de renda, responsável pela

¹ Informação fornecida pela Secretaria de Finanças do Município de Aracruz-ES, em Março/2006.

subsistência e segurança da família e pela permanência produtiva do homem no seu negócio. O café é a principal atividade agrícola, ocupando uma área de 3.600 ha. com 800 produtores explorando a atividade, sendo esta a principal fonte de receita na maioria das propriedades do município. Outra atividade explorada no município é o cultivo de milho, de mandioca, de seringueira e de eucalipto.

O Programa Produtor Florestal da Aracruz Celulose S/A, criado em 1990, atualmente, abrange cerca de 3 mil contratos e alcança 131 municípios, sendo 67 do Espírito Santo, 40 de Minas Gerais, 14 da Bahia e 10 do Rio Grande do Sul. Conta com aproximadamente 71 mil hectares contratados, dos quais 62 mil já plantados com eucalipto, com a área média por contrato de 23,5 hectares (ARACRUZ CELULOSE, 2006).

Com relação à agropecuária, o município concentra-se na bovinocultura de leite e de corte. Possui, também, desenvolvida a fruticultura de mamão, de goiaba, de coco, de banana e de cana-de-açúcar, passando a ser a segunda atividade agrícola de importância econômica para o município de Aracruz/ES.

Segundo Terence (2002, p. 5)

as pequenas empresas são extremamente importantes no contexto sócio-econômico brasileiro por representarem poderoso fator de promoção social, base da estabilidade política e força propulsora do desenvolvimento, dada a sua capacidade de, simultaneamente, gerar empregos e incorporar tecnologia.

Para Hitt *et al.* (2002, p. 543)

entre os fatores responsáveis pelo crescimento da criação de empregos e produtividade econômica nos pequenos negócios e iniciativas empreendedoras contam-se a maior flexibilidade, diligência e agilidade que estas empresas possuem, em comparação com as grandes organizações.

Pinheiro (1996) acredita que as pequenas empresas são mais ágeis e mais enxutas em sua estrutura do que as grandes organizações, e, por isso mesmo, mais flexíveis e capazes de adaptar-se rapidamente a novas situações ambientais e de mercado – nesse caso, por estarem, inclusive, mais próximas da clientela.

No entanto, apesar de essa característica e da flexibilidade, as micro e pequenas empresas encontram dificuldades de sobrevivência no mercado atual, devido à alta competitividade, principalmente com as de melhores características estruturais, como as de grande porte.

Em razão da necessidade de as micros e pequenas empresas melhorarem seu grau de interação com o ambiente, para que suas chances de sobrevivência aumentem, pode-se considerar de grande relevância os estudos sobre o perfil do empreendedor, sobre o sucesso e a mortalidade desse tipo de empreendimento e a forma como são gerenciadas.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho está estruturado em cinco capítulos, além da conclusão. No primeiro trata-se da importância do tema em questão, do problema e do objetivo geral.

No segundo capítulo procura-se evidenciar as bases teóricas que dão sustentação a pesquisa. Aborda-se aspectos relacionados à importância das microempresas e empresas de pequeno porte, as definições sobre ME e EPP e a política governamental para essas empresas.

No terceiro capítulo busca-se evidenciar as bases teóricas que dão

sustentação sobre o perfil do empreendedor das micros e pequenas empresas, evidenciando o resultado de alguns estudos desenvolvidos por pesquisadores brasileiros, como base de sustentação para o desenvolvimento da pesquisa.

No quarto capítulo foi apresentada-se a metodologia da pesquisa enfatizando a população e a amostra pesquisada; o planejamento e as técnicas de coletas de dados e a forma como estes foram tratados.

No quinto capítulo consta a análise dos dados coletados, evidenciando o perfil do empreendedor, os fatores condicionantes para o sucesso e/ou insucesso e as medidas de políticas públicas para as micro e pequenas empresas, bem como, o uso da regressão logística para a predição das empresas que terão a chance de permanecerem ou não no mercado.

Finalmente, na conclusão, são apresentados os principais resultados observados, as limitações e algumas sugestões para novas pesquisas.

Capítulo 2

2 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

2.1 A IMPORTÂNCIA DAS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL

No Brasil, bem como na maioria dos países, as micro e pequenas empresas respondem pela grande maioria das unidades produtivas criadas anualmente. A inserção de novos estabelecimentos é uma dinâmica desejável, na medida em que permite a geração de novos empregos e de oportunidades para mobilidade social, além de contribuir para o aumento da competitividade e da eficiência econômica.

Os grandes e novos fenômenos sócio-econômicos denominados de abertura de mercados, de globalização, de terceirização e outros, fazem com que surja um grande número de micros e pequenas empresas. Presencia-se a todo o momento, empregados desligarem-se de grandes empresas e dedicarem-se a empreender o seu próprio negócio. Entretanto, a atuação desses novos empreendedores tem demonstrado dados estatísticos alarmantes, que apontam taxas altas de mortalidade das empresas até o segundo ano de atividade.

As evidências empíricas de um aumento da importância econômica das empresas de menor porte começaram a surgir desde o início dos anos 80. Em diversos países, essas unidades respondem pela grande maioria das já existentes. São as principais criadoras de postos de trabalho e desempenham um papel relevante na renovação da economia.

De acordo com o Relatório Executivo - Empreendedorismo no Brasil - 2005, publicado em 2006, parceria com Babson College de Boston (EUA) e da London Business Leadership (EUA), o Brasil continuava, em 2005, entre as nações onde mais se criam negócios. O país registrou uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, situando-se na sétima colocação entre os participantes do GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*. Com uma taxa de 10,1%, o Brasil ocupa a 5ª posição neste *ranking* considerando os empreendedores estabelecidos, o que sugere um crescimento dessa taxa desde 2002. Vale ressaltar que a maioria desses negócios no Brasil é razoavelmente madura – aproximadamente 60% deles possuíam entre 10 e 15 anos, em 2005.

O potencial empreendedor do Brasil vem se destacando há algum tempo no cenário internacional. Impulsionados pela mudança no perfil do emprego no país, muitos brasileiros têm optado por desenvolver seu lado empreendedor, arriscando-se em negócios próprios. Nem sempre, no entanto, os resultados têm se mostrado positivo. Segundo o SEBRAE (2004), 59,9% das empresas criadas no ano de 2000 fecharam antes de completar cinco anos.

A existência das micros e pequenas empresas não têm sua importância ligada apenas ao fato delas estarem atreladas às grandes empresas, mas devido ao papel relevante que elas desempenham na economia de um país.

Segundo Najberg e Puga (2000),

Em determinados setores, essas unidades têm demonstrado ser estruturas ágeis e flexíveis, com forte capacidade de responder a uma demanda que prioriza inovações. Por outro lado, as firmas de menor porte enfrentam maiores dificuldades em decorrência de fatores como inexperiência ou falta de planejamento por parte do empresário, incertezas quanto à demanda do produto e baixa capitalização.

Os fatores relacionados por Najberg e Puga fazem com que essas empresas sejam percebidas como bastante vulneráveis a oscilações na economia e, como possuidoras de uma taxa de sobrevivência baixa nos primeiros anos de atividade. Isso acaba por inibir a obtenção de financiamentos, agravando ainda mais seu quadro.

2.2 DEFINIÇÃO DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE

O termo “microempresas e empresas de pequeno porte” é abordado por diversos autores, porém, ainda, não há uma definição clara que estabeleça os parâmetros de maneira coerente e que diferenciem as pequenas empresas das médias. Tampouco dizer que existem esses parâmetros para as grandes empresas. O que se pode afirmar é que em muitos países existem parâmetros fundamentados na média das vendas brutas, no número de empregados, nas tabelas impostas e em outros mecanismos e fórmulas econômicas que permitem categorizar as micro, pequenas e médias empresas de maneira mais coerente e eficiente.

Segundo Palermo (2002),

Foi o direito italiano que melhor sistematizou o capítulo da empresa e mais perfeitamente disciplinou o regime da pequena empresa. A primeira pesquisa no direito italiano visa a esclarecer se a pequena empresa é um conceito meramente de ordem quantitativa, hipótese em que ela só diferirá da empresa normal pelo volume de negócios e de relações jurídicas, ou se a pequena empresa é qualitativamente distinta das demais, conclusão que faria da "*piccola impresa*" uma nova entidade, com regramento próprio e pouca referência à empresa normal.

Para Palermo (2002), a discussão entre os juristas peninsulares, traz os partidários de uma e outra corrente os melhores argumentos, quer de Direito, quer de Economia. A conclusão dominante a que a doutrina chegou, foi no sentido de

sufragar a opinião, segundo a qual a relação entre os artigos 2.082 e 2.083 do Código Civil italiano (de 1942) é de gênero para espécie, pois o conceito de empresa acolhido no Código foi o de atividade, e o termo se presta tanto para caracterizar as relações de uma empresa normal, quanto uma empresa média ou pequena.

Conclui-se então, que são aplicáveis à pequena empresa todas as leis e normas que regulam a atividade das demais, salvo, é lógico, as que tragam uma revogação implícita ou explícita da lei.

Com relação aos precedentes normativos no direito brasileiro, Batalha (1989, p. 45), atesta que as pequenas atividades autônomas foram objeto de cogitação do legislador brasileiro, anteriormente ao Estatuto da Microempresa, Lei n. 7.256, de 27/11/84 (Brasil, 1984), que atualmente foi revogada expressamente pelo novo Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, Lei n. 9.841, de 5/10/99 (BRASIL, 1999).

De acordo com Palermo (2002), a Lei n. 6.586, de 6/11/78, classificou o comerciante ambulante para fins trabalhistas e previdenciários. O Decreto n. 83.290, de 23/03/79 (Brasil, 1979), estabeleceu a classificação de produtos artesanais e a identificação profissional do artesão. O Regulamento do Imposto sobre Produto Industrializado (Dec. 87.981, de 23/12/82) definiu a figura do "mascate". O garimpeiro organizado como empresa foi considerado pelo Parecer Normativo CST n. 23, de 27/09/84 (BRASIL 1984). A Lei n. 6.939, de 9/09/81 (BRASIL, 1981), estabeleceu o regime sumário de registro e arquivamento no Registro do Comércio para as firmas individuais e sociedades mercantis que preencham, cumulativamente, alguns requisitos. O Decreto-Lei n. 1.780, de 14/04/80 (Brasil, 1980), concedeu isenção de imposto sobre a renda em relação às empresas de pequeno porte,

dispensando o cumprimento de obrigações acessórias.

Leone (1991) explica que é possível compreender as pequenas empresas mediante o estudo do seu tamanho, pois é pelo porte que elas se destacam das outras categorias empresariais. A autora acredita que, dependendo do tamanho, as empresas revelam comportamentos econômicos e sociais diferentes e, conseqüentemente, apresentam problemas diferentes, e também recursos distintos para solucioná-los. De maneira semelhante, Almeida (1994) observa que cada empresa, em função de seu tamanho, tem características diferentes e esse, provavelmente, é o principal motivo de se estabelecer o porte como principal fator de classificação das empresas.

No entanto, para Terence (2002, p. 50) estabelecer um padrão de tamanho para caracterizar pequenas empresas é algo obviamente complexo e arbitrário, pois instituições, associações e pesquisadores adotam critérios diferentes para propósitos diferentes. Ademais, é de se considerar que alguns critérios podem ser aplicáveis a todas as áreas, ao passo que outros são relevantes apenas para alguns tipos de negócios.

Para Terence (2002, p. 50-51), geralmente os critérios utilizados para definir o tamanho de uma empresa são de ordem qualitativa ou quantitativa. Os primeiros, embora sejam mais subjetivos e difíceis de definir, uma vez que implicam fatores de difícil mensuração, exprimem com maior veracidade a natureza da empresa, levando em conta, sua definição, aspectos administrativos como, por exemplo: tecnologia empregada, estrutura da organização, nível de especialização da mão-de-obra, relacionamento entre administrador e empregados, tipos de máquinas e ferramentas, utilização de técnicas de administração, entre outros. Já os quantitativos são,

geralmente, de ordem econômica e/ou contábil, sendo definidos com base em aspectos como faturamento bruto anual, número de funcionários, volume de salários, capital social, lucro, patrimônio líquido, produtividade, participação no mercado, entre outros.

O critério quantitativo é o mais utilizado porque facilita a obtenção de informações a respeito das empresas e permite a realização de análises comparativas entre estas. No entanto, o critério utilizado por instituições públicas e privadas difere em relação ao indicador adotado.

No Brasil, vários critérios são utilizados por diferentes instituições públicas e privadas. De acordo com o SEBRAE (2004), o conceito de microempresa e empresa de pequeno porte é diversificado e varia de acordo com a região, o porte econômico-financeiro, o ramo de negócio e a forma jurídica. O SEBRAE adota o critério estabelecido pelo IBGE, que classifica as empresas segundo o número de funcionários combinado com o setor de atuação da empresa. O Governo Federal, para fins de tributação e vigência do SIMPLES – Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições, diferencia a microempresa da empresa de pequeno porte, considerando o faturamento bruto anual, definido pela Lei 9.317/96 (BRASIL, 1996). Além dos critérios comentados, tem-se o critério determinado pela Lei 9.841 de 05/10/99 (Brasil, 1999), que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, porém, com valores diferentes daqueles previstos na Lei 9.317/96 que trata do SIMPLES.

De acordo com o IBGE (2003, p. 17)

não há unanimidade sobre a delimitação do segmento das micro e pequenas empresas. Observa-se, na prática, uma variedade de critérios para a sua definição tanto por parte da legislação específica, como por parte de instituições financeiras oficiais e órgãos representativos do setor, ora

baseando-se no valor do faturamento, ora no número de pessoas ocupadas, ora em ambos. A utilização de conceitos heterogêneos decorre do fato de que a finalidade e os objetivos das instituições que promovem seu enquadramento são distintos (regulamentação, crédito, estudos, etc.).

A Tabela 4 sintetiza os critérios adotados para o enquadramento de micro e pequenas empresas no Brasil.

Tabela 4 – Definição de micro e pequenas empresas

Critérios de Enquadramento	Valor da receita	Número de pessoas ocupadas
Lei 9317/96 de 05/12/1996	Atualizado pela Lei 11.196/05, de 21/11/2005 Alterada pela Lei 9732/98 de 11/09/1998	
Microempresas Empresa de pequeno	Até R\$ 120.000,00 De R\$ 120.001,00 Até R\$ 1.200.000,00	
Lei n.º 9.841 de 05/10/1999	Atualizados pelo Decreto nº 5.028 de 31/03/2004	
Microempresas Empresas de pequeno porte	Até R\$ 433,755,14 De R\$ 433.755,14 até R\$ 2.133.222,00	
SEBRAE		
Comércio/serviços Microempresas Empresas de pequeno porte		Até 9 De 10 a 49
Indústria Microempresas Empresas de pequeno porte		Até 19 De 20 a 99

Fontes: Brasil (1996). Lei 9.317/96 de 05/12/1996; (1998) 9.732/98 de 11/09/1998; (1999) Lei nº 9.841, de 5/10/1999; (1004); Decreto n.º 5.028, de 31/03/2004; (2005). Lei nº. 11.196/2005.

Para fins deste trabalho foi adotado o critério de classificação de microempresa e empresa de pequeno porte, conforme previsto pela Lei 9.317/96 de 05/12/1996, atualizada pela Lei 9.732/98 de 11/09/1998, que considera microempresa a empresa que possui um faturamento anual de até R\$ 120.000,00 e, empresa de pequeno porte a empresa que possui um faturamento anual de R\$ 120.000,01 até R\$ 1.200.000,00. A Lei n.º 11.196, de 21 de novembro de 2005, altera e amplia as faixas para enquadramento das ME que passaram para R\$ 240.000,00 e EPP de R\$ 240.000,01 até R\$ 2.400.000,00, conseqüentemente,

aumentando, também, os percentuais de acordo com as novas faixas. Essa lei entrou em vigor a partir de 01/01/2006, após a realização da pesquisa, por isso não foi contemplada como base de faturamento para efeito deste trabalho.

2.3 POLÍTICA GOVERNAMENTAL PARA AS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE NO BRASIL

É importante lembrar que o mercado tende naturalmente a impor restrições ao bom desempenho das firmas de menor porte. Assim, é essencial a existência de uma ampla e ativa política pública de incentivo a essas unidades produtivas, as quais são fundamentais ao desenvolvimento econômico e social do Brasil.

No Brasil, a primeira medida legal estabelecendo tratamento especial às empresas de pequeno porte foi definida pela Lei 7.256/84, de 27/11/84 (BRASIL, 1984) com a instituição do estatuto da Microempresa, contemplando apoio ao segmento nas áreas administrativas, tributária, previdenciária e trabalhista. A Constituição Federal de 1988 traz em seu art. 170 o tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país. O art. 179, apesar de ser alterado pela Emenda Constitucional nº 6, de 15 de agosto de 1995, versa sobre o tratamento diferenciado dado pela União, pelos Estados, pelo Distrito Federal e pelos Municípios às microempresas e empresas de pequeno porte, visando a incentivá-las para simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou para eliminação ou redução destas por meio de lei.

Em 1994, foi aprovado um segundo estatuto para as micro e pequenas empresas através de Lei 8.864 (BRASIL, 1984). Essa lei trazia a caracterização dessas empresas de acordo com a receita bruta anual. Previa, também, uma escrituração simplificada e a instituição da abreviatura “ME” para Microempresa e “EPP” para Empresas de Pequeno Porte, além da dispensa de algumas obrigações trabalhistas e previdenciárias.

Somente em 1996, ocorreu a implementação de uma medida importante, no campo tributário. Através de ação decisiva do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e das instituições de classe representativas das empresas de pequeno porte junto ao congresso nacional, foi aprovada a Lei 9.317/96, que aprimorou e ampliou o sistema de pagamento de impostos já em vigor para as microempresas, passando a ser conhecido por SIMPLES Federal (Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte) e implantando um mecanismo mais simplificado de recolhimento de impostos, com relativa redução do ônus tributário para as ME e EPP. As bases de enquadramento das MEs e EPP foram alteradas posteriormente pelas leis 9.732/1998 e 11.196/2005, conforme citado anteriormente na Tabela 4.

Em 1999, foi aprovada a Lei 9.841/99, com fundamento nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal, regulamentada pelo Decreto 3.474/2000, recebendo a denominação de Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte em razão de ter recepcionado integralmente a Lei do Simples e, principalmente, por tratar de assuntos diversos de interesse dessas empresas em um só diploma legal. Essa lei estabeleceu diretrizes para a concessão de tratamento diferenciado aos pequenos negócios nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial.

Para Melchor (1999) “com o advento do novo Estatuto, a microempresa e a empresa de pequeno porte continuam a ser regidas por leis distintas, isto porque, a Lei do Simples não foi revogada, estando, portanto em plena vigência”. Assim, o novo Estatuto passa a prever tratamento favorecido às MEs e EPP nos campos não abrangidos pela lei do SIMPLES, o que significa que, enquanto o Estatuto tem por objetivo facilitar a constituição e o funcionamento da microempresa e da empresa de pequeno porte, de modo a assegurar o fortalecimento de sua participação no processo de desenvolvimento econômico e social, o SIMPLES estabelece tratamento diferenciado nos campos dos impostos e das contribuições, conforme menciona.

De acordo com Lages e Falcão (2002)

O tratamento diferenciado de micro e pequenas empresas (MPE), ou de uma forma mais ampla de empreendimentos de pequeno porte, tem sido objeto de políticas públicas e de ações afirmativas dos governos de inúmeros países. Esse tratamento diferenciado deriva sua legitimidade não apenas da constatação da importância socioeconômica desse segmento, mas também do reconhecimento de que o mesmo capacitem para uma inserção competitiva em economias cada vez mais abertas e globalizadas. Trata-se, portanto, do reconhecimento de que esse segmento enquadra-se no desafio da superação das desigualdades sociais e econômicas de cada país.

O Novo Código Civil (Lei nº 10.406, de 10 de janeiro 2002, publicada no D.O.U. de 11.01.2002), que entrou em vigor em 11 de janeiro de 2003, não trouxe mudanças que pudessem favorecer os micro e pequenos empresários, apenas limita-se a assegurar, através do art. 970, “o tratamento favorecido, diferenciado e simplificado ao empresário rural e ao pequeno empresário, quanto à inscrição e aos efeitos daí decorrentes”, e em seu art. 1.179 diz que:

O empresário e a sociedade empresária são obrigados a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de

seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o balanço patrimonial e o de resultado econômico.

[...]

§ 2º é dispensado das exigências deste artigo o pequeno empresário a que se refere o art. 970.

Entretanto, o novo Código Civil não estabelece regras claras e precisas de como o pequeno empresário deverá proceder em tais casos, tão pouco definiu o que é pequeno empresário. Como desfecho, evidencia-se trecho de Dantas (1948), *apud* Spínola (2003) que reflete bem o que pretendem e o que merecem as micro e pequenas empresas de nosso País:

Quanto mais progredem e se organizam as coletividades, maior é o grau de diferenciação a que atinge seu sistema legislativo. A lei raramente colhe no mesmo comando todos os indivíduos, quase sempre atende a diferenças de sexo, de profissão, de atividade, de situação econômica, de posição jurídica, de direito anterior; raramente regula do mesmo modo a situação de todos os bens, quase sempre se distingue conforme a natureza, a utilidade, a raridade, a intensidade de valia que ofereceu a todos; raramente qualifica de um modo único às múltiplas ocorrências de um mesmo fato, quase sempre os distingue conforme as circunstâncias em que se produzem, ou conforme a repercussão que tem no interesse geral.

Certo é que todo e qualquer tratamento favorecido ao segmento das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte é dado com base na Constituição Federal de 1.988. As bases constitucionais do sistema econômico nacional são balizadas pelo Capítulo I, Dos Princípios Gerais da Atividade Econômica, inserido na parte que trata da Ordem Econômica e Financeira, mais precisamente em seus artigos 170 e 179, mencionados anteriormente.

2.4 MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE COMERCIAIS

De acordo com o IBGE (2001), dentre as micro e pequenas empresas que desenvolviam atividades comerciais predominaram as do comércio varejista, que

representavam 93% das empresas, enquanto que as empresas comerciais atacadistas representavam 7%, totalizando 1.252.611 empresas e 4,0 milhões de pessoas empregadas, considerando as empresas comerciais com CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica.

No Estado do Espírito Santo, o total de empresas comerciais somam 20.693 representando 1,65% do total de empresas comerciais varejistas e atacadistas nacionais. Essas unidades representam o comércio tradicional, na maioria comércio de balcão, compreendendo as quitandas, as mercearias, os empórios, os armazéns, os minimercados, as padarias, os açougues etc., e continuam a significar uma importante atividade comercial, que resiste ao crescimento do comércio de gêneros alimentícios em grandes lojas de hiper/supermercados. O pequeno comércio ainda tem uma presença marcante nas cidades do interior e nas localidades de baixa renda pois, além de representarem uma opção rápida e barata para o atendimento das necessidades básicas dos consumidores, também é comum, nessas localidades, o uso de métodos tradicionais facilitadores de venda como a “compra a fiado” e as cadernetas de compra (sistema de financiamento informal).

De acordo com estudos do BANDES (1998),

o comércio é a ponta da cadeia produtiva e é o primeiro a sentir os efeitos do aumento ou redução das atividades econômicas do país. Atento às exigências do consumidor e ao aumento da concorrência extra-preço, o varejo brasileiro segue uma tendência mundial: transferência do poder na cadeia produtiva, da indústria para o varejo e deste para o consumidor.

O novo Código Civil afasta do direito comercial a antiga figura do comerciante, que se caracterizava pela prática habitual de atos de comércio.

Para Martins (2003, p. 61),

entende-se por comerciante a pessoa, natural ou jurídica, que,

profissionalmente, exercita atos de intermediação ou prestação de serviços com intuito de lucro. Os atos praticados pelos comerciantes, no exercício de sua profissão, são denominados atos de comércio por natureza ou subjetivos. A lei reconhece como comerciais outros atos, mesmo praticados por não-comerciantes. Esses atos são de comércio objetivos ou decorrentes da vontade do legislador. A pessoa que os pratica não é considerada comerciante porque, no caso, o ato em si que tem natureza comercial.

Sob o enfoque da teoria da empresa, o enigmático e impreciso conceito de ato de comércio é esquecido, surgindo a empresa (a atividade econômica) como o novo núcleo do direito comercial atual. O art. 966 da Lei n. 10.406/2002 (BRASIL, 2002), na abertura do livro *do direito de empresa* do novo CCB, caracteriza o empresário como "quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços". E como se fosse necessário extremar "outras atividades" (nem econômicas, nem de produção ou de circulação, no conceito corrente, para o qual é indiferente a figura do prestador e do receptor dos serviços), o parágrafo único do art. 966 diz não se considerar empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda que com o concurso de auxiliares ou de colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento da empresa.

Para Nerilo (2002) o cerne da teoria da empresa está nesse ente economicamente organizado que se chama empresa, a qual pode se dedicar tanto a atividades eminentemente comerciais, como a atividades de intermediação de serviços ou de compra e venda de bens imóveis, tradicionalmente excluída do direito comercial por motivos históricos. Para essa teoria, todo empreendimento organizado, economicamente, para a produção ou circulação de bens ou de serviços, está submetido à regulamentação do direito comercial.

Ainda, para a autora, a teoria da empresa é denominada também de conceito subjetivo moderno, porque descolou a incidência do direito comercial de uma

atividade para uma pessoa: o empresário (empreendedor) seja ele pessoa física ou jurídica.

2.4.1 Empresa comercial sob o enfoque da teoria da empresa

Apesar de os juristas se empenharem para estabelecer um conceito jurídico de empresa, separando-o do conceito econômico, Requião (1998, p. 50) afirma “que o conceito jurídico de empresa se assenta no conceito econômico, e que os juristas tem em vão, procurado construir um conceito próprio”.

Para Hentz (2002) a falta de definição legislativa deriva da diversidade das definições de empresa, segundo a multiplicidade de perfis do fenômeno econômico. Boa parte da celeuma decorre do aparente desaparecimento do secular direito comercial, que teria perdido o seu caráter especial ante o ordenamento mais abrangente do direito civil, que comportaria, na Itália, até mesmo o desaparecimento do direito trabalhista. Fechava-se a ciência do direito aos usos e costumes que deram vida ao direito comercial.

Para Mendonça (2000, p. 533-535), apesar de o termo empresa ter seu surgimento no Código Comercial francês de 1807, ao referir-se ao contrato de empresa, ou fornecimento de serviços, dentro da matéria de competência dos tribunais de Comércio, somente no Código Civil italiano de 1942, é que a empresa foi acolhida sob a égide do empresário, do estabelecimento e da atividade. Assim, para Mendonça (2000) a teoria da empresa se assenta sobre três pilares, a empresa, o empresário e o estabelecimento empresarial.

a) Empresa

Para Taddei (2002) em sentido jurídico, empresa corresponde à atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços, surgindo da vontade do empresário, que exerce a atividade econômica a partir da organização dos bens que integram o estabelecimento. Enquanto que, nas palavras de Coelho (2003, p. 18) “sendo uma atividade, a empresa não tem natureza jurídica de sujeito de direito nem de coisa. Em outros termos, não se confunde com o empresário (sujeito) nem com o estabelecimento empresarial (coisa)”. Mais completamente Borba (1998) *apud* Silva (2001, p. 26) define empresa "como sendo a estrutura fundada na organização dos fatores de produção (natureza, capital e trabalho) para criação ou circulação de bens e serviços". Para Chiavenato (2005, p. 40), “uma empresa é o conjunto de pessoas que trabalham juntas no sentido de alcançar objetivos por meio da gestão de recursos humanos, materiais e financeiros”.

A empresa deve abranger a produção ou circulação de bens ou serviços para o mercado. Na produção tem-se a transformação de matéria prima, na circulação tem-se a intermediação na negociação de bens. No que tange aos serviços deve-se abarcar toda atividade em favor de terceiros, apta a satisfazer uma necessidade qualquer, desde que não consistente na simples troca de bem, eles não podem ser objeto de detenção, mas de fruição.

b) Empresário

A conceituação de empresário encontra-se no artigo 966 do Código Civil Brasileiro de 2002, a saber: "considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços".

Se a empresa é a atividade, então o empresário é o sujeito de direito que a exerce, podendo ser pessoa física, na condição de comerciante individual, ou pessoa jurídica, na condição de sociedade empresária, que, atualmente, apresenta-se mais comumente nas formas de sociedade por quotas de responsabilidade limitada e de sociedade anônima (COELHO, 2003, p. 64).

Desta forma, não se pode confundir o sócio da sociedade empresária com o empresário, sujeito de direito, uma vez que empresário é a própria sociedade comercial. Também não se deve confundir a empresa com a sociedade empresária, uma vez que a primeira é a atividade, e a segunda o sujeito de direito que a exerce nos termos do artigo 966 do Código Civil Brasileiro de 2002.

c) O estabelecimento comercial

Juntamente com o empresário, sujeito de direito, e com a empresa, atividade, já conceituados, temos o estabelecimento comercial formando assim o tripé de sustentação da teoria da empresa. No artigo 1.142 do Código Civil Brasileiro de 2002, estabelecimento comercial é "todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária". Então, o estabelecimento, também conhecido como fundo de comércio, pode ser entendido como "o conjunto de bens que o empresário reúne para a exploração de sua atividade econômica" (COELHO, 2003).

Requião (1998, p. 244) afirma que o estabelecimento comercial "é composto dos elementos corpóreos e incorpóreos que o empresário une para o exercício de sua atividade [...]". Já Coelho (2003, p. 98) ressalta que uma sociedade empresária pode ser titular de mais de um estabelecimento comercial, sendo aquele que ela considerar mais importante a sede e, os outros, filiais.

Assim, tem-se claramente a distinção entre o empresário, o sujeito de direito que exerce a atividade econômica, a empresa, atividade econômica organizada, e o estabelecimento comercial, complexo de bens organizados para o exercício da atividade econômica.

Em síntese pode-se observar que as políticas adotadas no Brasil para as micros e as pequenas empresas ainda não são suficientes para que as mesmas possam permanecer no mercado. Há a necessidade de uma revisão, por parte do governo, sobre a carga tributária, sobre as linhas de créditos com taxas de juros mais acessíveis aos empreendedores desse segmento tão importante para o desenvolvimento econômico e social do país.

Capítulo 3

3 O PERFIL DO EMPREENDEDOR DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

3.1 EMPREENDEDORISMO E O PERFIL EMPREENDEDOR

3.1.1 Empreendedorismo

Embora o empreendedorismo tenha merecido maior atenção, somente nos últimos vinte anos, o espírito empreendedor sempre esteve presente na história da humanidade, fazendo com que a cultura empreendedora, cada vez mais, se fortalecesse e se enraizasse na nossa civilização. No atual contexto de desafios e incertezas, o desenvolvimento das organizações e, até mesmo, sua sobrevivência depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócios através de um processo visionário. Depende, também, de que estes indivíduos saibam combinar recursos e habilidades de forma inovadora, para a concretização da idéia e conduzir, de forma eficaz, o empreendimento, objetivando o relacionamento amistoso entre empresa, seus membros e os mercados.

Para Cielo (2001) o empreendedorismo é feito de muitos materiais diferentes e com dosagem também diferente em cada empreendedor, no entanto, acredita-se que existem características, maneiras de agir e pensar que favorecem o surgimento de indivíduos dotados de um maior “espírito empreendedor”. Muitas vezes, esses

indivíduos têm sucesso, em áreas para as quais não se formaram na escola, ou com as quais não estiveram propriamente associados durante a maior parte de suas vidas. Esse diferencial é o denominado potencial empreendedor.

De acordo com Hisrich e Peters (2004, p. 26), o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo “empreendedor”. Para Hisrich (1985), *apud* Hisrich e Peters (2004), a definição de empreendedor evolui com o decorrer do tempo, na medida em que a estrutura econômica mundial mudava e tornava-se mais complexa. Desde seu início, na Idade Média, quando era usada para se referir a ocupações específicas, a noção de empreendedor foi refinada, passando a incluir conceitos relacionados com a pessoa, em vez de com sua ocupação. Os riscos, a inovação e a criação de riqueza são exemplos dos critérios que foram desenvolvidos à medida que evoluía o estudo da criação de novos negócios. A Tabela 5 mostra uma série cronológica dos estudos que contribuíram para o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor.

Tabela 5 : Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor

	<i>Origina-se do francês: significa aquele que está entre ou estar entre.</i>
	<i>Idade Média:</i> Participante e pessoa encarregada de projetos de produção em grande escala.
	<i>Século XVII:</i> Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
1725:	Richard Cantillon – pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803:	Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separados dos lucros de capital.
1876:	Francis Walker – distinguiu os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.
1934:	Joseph Schumpeter – o empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1961:	David McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1964:	Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades.
1975:	Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos, e aceita riscos e fracassos.
1980:	Karl Vesper – o empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983:	Gifford Pichot – o intra-empreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985:	Robert Hisrich - o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: Hisrich e Peters (2004, p. 27).

Schumpeter (1947) amplia o conceito dizendo que, “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos / serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

Assim, autores contemporâneos têm aprofundado seus estudos sobre o tema empreendedorismo, a fim de criar conceitos que possam definir o empreendedor de maneira mais clara e coerente possível. Longenecker, Moore e Petty (1998, p. 3) “o empreendedor é a pessoa que inicia e / ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Chiavenato (2005, p. 5), “o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

Embora cada uma dessas definições veja o empreendedor de uma perspectiva ligeiramente diferente, todas contêm noções semelhantes, como novidade, organização, criação, riqueza e risco. Ainda assim, cada definição é um pouco restritiva, já que os empreendedores são encontrados em todas as profissões – educação, medicina, pesquisa, administração, contabilidade, engenharia, etc. - para incluir todos os tipos de comportamento empreendedor.

3.1.2 O perfil do empreendedor

O estudo do perfil do empreendedor é o tema central de diversas pesquisas e tem sido de grande importância para a área da educação, pois através do estudo das características dos empreendedores é possível ensinar um indivíduo a ser empreendedor ou desenvolver nele tais habilidades.

Presume-se que, se uma pessoa tem características comportamentais e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores bem sucedidos, terá melhores condições para empreender. Por outro lado, apesar de não serem somente as características empreendedoras que garantirão o pleno sucesso, sem elas a pessoa poderá encontrar dificuldades em alcançar o sucesso empresarial. Antes de se iniciar no mundo empresarial é importante que o empreendedor realize uma auto-avaliação, refletindo honesta e objetivamente sobre os aspectos fundamentais de sua personalidade.

De acordo com Greatti (2003, pg. 69) a abordagem comportamentalista dominou o estudo do empreendedorismo por mais ou menos vinte anos e nos anos 80, o empreendedorismo atraiu a atenção de outras ciências, crescendo e espalhando-se por quase todas as áreas de conhecimento.

Para Dutra e Previdelli (2003, p. 3), o empreendedorismo tornou-se um dos raros assuntos que atraem especialistas de grande variedade de disciplinas e tem sido estudado sob diversos aspectos, envolvendo temas os mais variados possíveis. Os economistas, Richard Cantillon (1680-1734) e Jean- Baptiste Say (1767-1832) iniciaram e Joseph A. Schumpeter (1883-1950), desenvolveu o pensamento que associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e à busca de oportunidades. A corrente dos comportamentalistas que se desenvolveu a partir dos estudos de David McClelland (1961) e, nos últimos anos, foi a que mais cresceu com ênfase na criatividade e na intuição, coloca em evidência diversas características psicológicas e sociológicas do perfil do empreendedor.

Manfred Kets de Vries (2001) *apud* Greatti (2003, p. 69) detalha as características únicas e, algumas vezes, aberrantes que formam o empreendedor.

Os autores afirmam que,

os empreendedores parecem ser orientados para a realização, gostam de assumir responsabilidades por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro. Faz uma abordagem aos empreendedores criativos, colocando que eles possuem altos níveis de energia e altos graus de perseverança e imaginação que, combinados com a disposição para correr riscos moderados e calculados, os capacitam a transformar o que freqüentemente começa como uma idéia simples e mal definida em algo concreto. [...] os empreendedores geram um entusiasmo contagiante dentro da organização e transmitem um senso de propósito e determinação. Sabem como liderar uma organização e dar-lhe impulso e, por isso, representam a força motriz da economia, a riqueza de uma nação e seu potencial para gerar empregos.

Algumas características empreendedoras são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios. No entanto, analisar essas características no indivíduo é uma tarefa complicada, afinal muitas delas são características de personalidade e, quando não se conhece o indivíduo pesquisado, tem-se que acreditar na sua auto-análise.

Para Greatti (2003, p. 69-70)

no estágio atual de conhecimento sobre o empreendedorismo, sabe-se que ajudar os empreendedores a identificar as características que devem ser aperfeiçoadas, é um fator muito importante para o desenvolvimento pessoal em busca do sucesso empresarial.

Uma das primeiras e, talvez a mais importante pesquisas das raízes psicológicas sobre o empreendedorismo foi exposta no início dos anos 60 por David McClelland, nela, ele identificou dez características empreendedoras: busca de oportunidades e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigências de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

Para Longenecker, Moore e Petty (1998, p. 9 -11) são três as características

básicas que identificam o espírito empreendedor, a saber: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança.

As pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que enxergam os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. Todavia, nem todo empreendedor busca um novo objetivo ou meta na sua vida. Existem pessoas que entram em negócios para escapar de algum fator ambiental.

Para Dutra e Previdelli (2003), com a diversidade de características observadas pelos autores, constata-se a dificuldade para descrever o perfil exato do empreendedor ou estudar suas atitudes com base na literatura existente. Verificou-se que era possível categorizar estas características em fatores psicológicos e sociológicos, e fatores ambientais ou econômicos, determinantes das ações empreendedoras. Como resultado, o estudo dos autores permitiu a elaboração da Tabela 6, na qual constam os principais fatores destacados na literatura.

Tabela 6: Fatores psico-sociais, ambientais e econômicos da atitude empreendedora de sucesso.

FATORES PSICO-SOCIAIS	FATORES AMBIENTAIS e ECONÔMICOS
? Iniciativa e Independência	? Capacidade de trabalhar grupos de apoio
? Criatividade	? Capacidade de buscar investidores
? Persistência	? Capacidade de superar obstáculos pela conjuntura econômica
? Visão de longo prazo	? Capacidade de trabalhar com escassez financeira
? Autoconfiança e otimismo	? Capacidade de superar obstáculos burocráticos do meio externo
? Comprometimento	? Capacidade para boa escolha da localização
? Padrão de excelência	? Maior utilização da tecnologia
? Persuasão	? Conhecimento do mercado e capacidade de utilizá-lo
? Necessidade de realização	? Construção de Rede de Informação e Capacidade de utilizá-la
? Coletividade	
? Formação	

Fonte: Dutra (2002)

Com base nas dez características empreendedoras de David McClelland, Greatti (2003) desenvolveu sua pesquisa, tomando como base dois grupos de

empreendedores cujas empresas nasceram em 1997, 1998 e 1999 e se extinguiram do mercado com até três anos de atividade e, empreendedores cujas empresas nasceram no mesmo período e conseguiram sobreviver por mais de três anos. Nessa pesquisas pode-se observar que 58% dos empreendedores de empresas ativas pertence ao sexo masculino e 52% às inativas. Com relação à idade dos empreendedores, nas empresas ativas 57% se têm entre 36 e 50 anos e, nas empresas inativas a concentração maior se encontra acima de 46 anos, com 43% dos empreendedores entrevistados. O grau de escolaridade dos empreendedores das empresas ativas é um pouco mais elevado do que o nível dos empreendedores das empresas inativas.

Entre as características empreendedoras analisadas por Greatti (2003), trazendo à tona a base comportamental, verificou-se que os empreendedores de empresas ativas possuem características empreendedoras mais desenvolvidas que os empreendedores das empresas inativas, conforme Tabela 7 a seguir.

Tabela 7: Perfil empreendedor dos micro e pequenos empresários das empresas ativas e inativas da cidade de Maringá-PR.

Características empreendedoras analisadas no estudo	Empresas Ativas (%)	Empresas Inativas (%)
Busca de oportunidade de negócio	74	6
Capacidade de reação a frustrações (persistência).	95	78
Exigência de qualidade no produto	99	96
Exigência de eficiência no serviço dos funcionários	97	87
Comprometimento e dedicação	84	66
Busca de informação	65	14
Estabelecimento de metas	53	3
Planejamento inicial (plano de negócios)	54	8
Monitoramento	50	11
Persuasão e rede de contatos	63	8
Independência	19	10
Possuem ambiente de relação empreendedor	76	41
Experiência empresarial	73	63
Conhecimento do ramo de atividade	66	41
Introdução de inovações	74	29
Delegação de autoridade	63	38
Realização com o empreendimento	91	53

Fonte: Greatti (2003)

Greatti (2003) ao mostrar a relação do perfil empreendedor como o sucesso ou o fracasso do empreendimento, o fez comparando as empresas ativas com as inativas. Desta forma, pode-se dizer que praticamente todas as características analisadas, incluindo a dos empreendedores das empresas em atividades foram apresentadas em proporções maiores do que as dos empreendedores das empresas extintas.

Conforme pesquisa desenvolvida pelo SEBRAE (2004), o proprietário / administrador das empresas ativas e extintas, no Brasil, apresenta o seguinte perfil: 62% dos proprietários das empresas ativas são do sexo masculino e 38% do sexo feminino. Com relação às empresas extintas, 63% dos proprietários são do sexo masculino e, 37% do sexo feminino. Segundo a faixa etária, 66% dos proprietários das empresas ativas se encontram entre 30 a 49 anos, é, pois, a maior concentração, 37% na faixa etária de 30 a 39 anos. Com relação às empresas inativas, o percentual é de 61% mantendo-se equiparada à faixa etária entre 30 a 39 anos com 30% e dos 40 a 49 com 31%. No tocante à escolaridade dos proprietários das empresas ativas e extintas, a pesquisa aponta que 46% possuem do colegial completo até o superior incompleto e, 29% com curso superior completo ou mais. Outro fator importante que a pesquisa apresenta é com relação às atividades exercidas pelos proprietários das empresas ativas e extintas. Nos dois casos, a maioria, ou foi funcionário de empresa privada, 30% e 34% ou autônomo 25% e 24% respectivamente. Com relação aos motivos que levaram os empresários a constituir ou a participar da sociedade, os que mais se destacaram foram: desejo de ter o próprio negócio – 41% pertenciam às empresas ativas e, 38% às empresas extinta. Estavam desempregado, 20% e 16% respectivamente. Outros identificaram uma oportunidade de negócio, 19% e 15% nas empresas ativas e nas inativas.

Entretanto, para Teixeira (2002, p. 104 -108), o perfil socioeconômico e cultural dos decisores das médias e pequenas empresas industriais do Espírito Santo, apresentam em média 47 anos de idade, destes 97% são do sexo masculino, a maioria deles – 80% é casada e tem em média 2 filhos. Para 43% dos pesquisados, a família é dependente da renda por eles auferida. Quanto ao salário, 33% dos pesquisados encontra-se na faixa de R\$ 4 a 6 mil , seguidos de perto, 28% pelos que ganham acima de R\$ 10 mil. Com relação à moradia, 89% dos pesquisados residem em bairros classificados de classe A e B. Quanto à formação intelectual, 80% dos pesquisados possuem formação superior, 13% formação em nível de segundo grau e, 7% formação igual ou inferior ao primeiro grau. Outro ponto importante na pesquisa de Teixeira (2002) é que 40% dos pesquisados indicaram que construíram a empresa e evoluíram com ela.

Conforme se observa nos resultados das pesquisas feitas por Greatti (2003), SEBRAE (2004) e Teixeira (2002), cada um com seu foco específico, o perfil do empreendedor não se difere muito entre si.

3.2 O PROCESSO EMPREENDEDOR E O GESTOR DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

3.2.1 O processo empreendedor

A decisão de criar uma nova oportunidade de negócio, geralmente não ocorre do dia para noite. Para Dornelas (2001, p. 29),

essa decisão ocorre devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou a um somatório de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento de uma nova empresa. O processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio.

A regulamentação das empresas é hoje um dos maiores problemas para os empreendedores do Brasil, afirmou Michael Klei (2005), vice-presidente para o Desenvolvimento do Setor Privado do Banco Mundial (Bird), publicado no Jornal Estado de São Paulo. Para mudar esse cenário, o Bird está estudando e fechando parcerias com os governos municipais das grandes cidades brasileiras. São acordos e projetos para facilitar a abertura e a instalação de negócios, ou seja, a desburocratização do processo, que leva até cinco meses no Brasil.

A Figura 1 exemplifica alguns fatores que mais influenciam esse processo durante cada fase da aventura empreendedora.

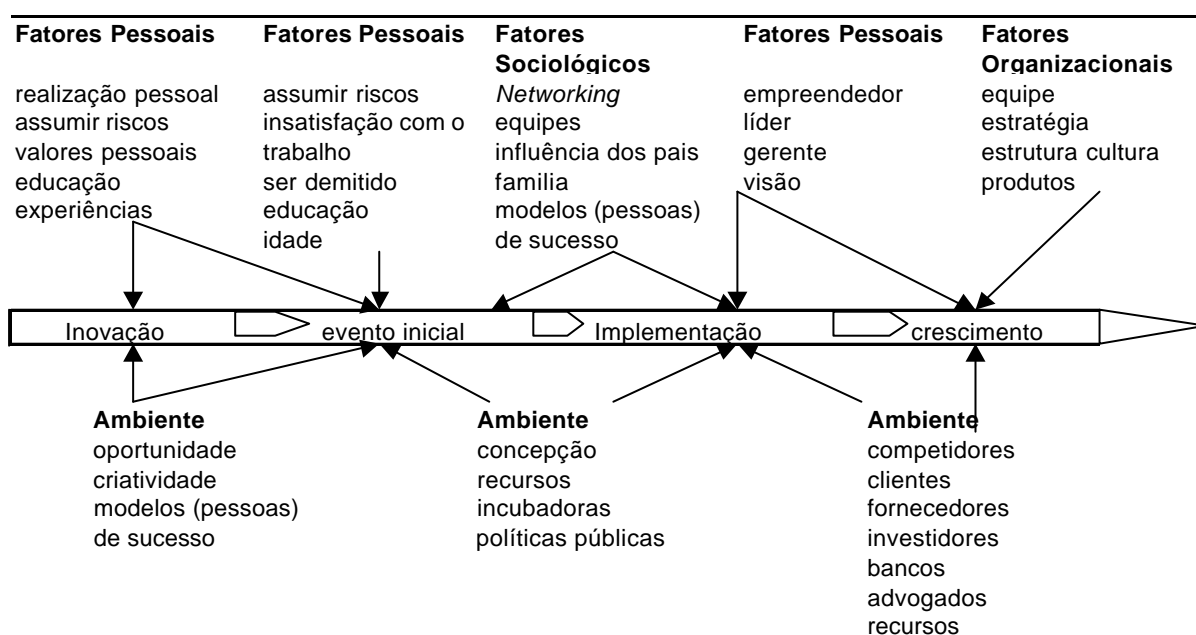


Figura 1: fatores que influenciam no processo empreendedor

Fonte: Dornelas (2001, p. 40)

A inovação pode ser considerada a semente do processo empreendedor e o diferencial do desenvolvimento econômico mundial. De acordo com Tornatzky *et al* (1996), o desenvolvimento econômico depende primeiramente do talento empreendedor que resulta da percepção, da direção, da dedicação e de muito trabalho, pois acredita-se que onde existe talento, há oportunidades de crescimento

e desenvolvimento de novos negócios. O segundo fator é a somatória do talento com a tecnologia, seguido da necessidade de capital, essencial para a concretização do empreendimento. O último componente é o *know-how*, ou seja, o conhecimento e habilidade de conseguir convergir em um mesmo ambiente o talento, a tecnologia e o capital para fazer a empresa crescer.

Segundo Dertouzos (1999) *apud* Dornelas, (2001, p. 41) a inovação tecnológica possui quatro pilares, os quais estão de acordo com os fatores anteriormente apresentados:

1. Investimentos de capital de risco.
2. Infra-estrutura de alta tecnologia.
3. Idéias criativas.
4. Cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio.

Porém, o autor menciona que inovações tecnológicas não ocorrem de modo estanque, na verdade são frutos de uma busca desenfreada por pesquisas tecnológicas inovadoras, que agregadas ao processo ou produto de um empreendimento promovem a inovação tecnológica.

De acordo com Birley e Muzika (2001), qualquer que seja a forma de organização que surja, indiferente do caminho tomado pelo mercado, o estudo da capacidade empreendedora é o estudo do processo, por meio de identificação e desenvolvimento de uma oportunidade, na forma de uma visão: a capacidade empreendedora que é a capacidade de explorar e de capturar o valor das oportunidades de negócios. Para os autores, os empreendedores existem para explorar oportunidades, não podendo ser considerados empreendedores até o

momento que não tenham identificado ou ao menos começado a identificar uma oportunidade.

Entretanto, a dificuldade reside em identificar o que faz uma oportunidade ser boa e torna-se de igual dificuldade generalizar o local onde os empreendedores encontram as oportunidades.

Segundo Oliveira (1995), os empreendedores não são frutos unicamente de suas habilidades e de talentos pessoais: em contextos sociais, econômicos e políticos nos quais as oportunidades para empreender rareiam, empreendedores simplesmente não irão aparecer. Igualmente, muitos empreendedores não desenvolveriam personalidades voltadas para empreender se não houvesse condições para o fazer, ditadas pela sociedade em que se inserem. Além disso, dificilmente teriam como depurar e pôr em prática, talentos pessoais, não houvesse no contexto social condições para tanto. Assim, empreendedores são fenômenos sociais antes de serem um fenômeno psicológico.

3.2.2 O gestor das micro e pequenas empresas

A rápida modernização das organizações exige que o gestor de hoje seja mais completo e atuante do que aquele de alguns anos atrás. Seu modo de agir e de pensar deve se adaptar ao contexto atual, que agrega um mercado cada vez mais competitivo, sempre com o foco no crescimento da empresa.

Segundo Motta (2000, p. 75-76), a perspectiva contemporânea enfatiza a sensibilidade empresarial a mutações e pressões externas como o fator primordial do progresso. A causa disso, segundo Motta, pode ser pela:

- a) maior velocidade e impacto das mudanças sociais, econômicas, políticas e tecnológicas – já não cabem estratégias com base na perspectiva de continuidade e adaptação natural da organização ao seu ambiente; e
- b) complexidade interna atingida pelas organizações modernas, dificultando sua sensibilidade aos problemas externos.

Devido à sua complexidade, as organizações tendem à inflexibilidade e à lentidão, incompatibilizando-se com a velocidade das demandas e tornando-se insensíveis a valores sociais externos. Assim, recomenda-se, como um elemento indispensável à mudança, a análise profunda e sistemática da ambiência na qual a empresa opera. Atualmente, o êxito de qualquer instituição depende da sua capacidade de perceber alterações em valores ambientais e incorporá-los aos objetivos organizacionais. Em outras palavras, é preciso aprender a pensar estrategicamente, considerando as variações ambientais e seus efeitos sobre a missão da empresa.

Na administração das pequenas empresas, Longenecker *et al.* (1997, p. 420) afirmam que, uma das restrições ao gerenciamento é que “as empresas pequenas não têm dinheiro suficiente nem pessoas suficientemente talentosas. Precisam enfrentar a dura realidade das pequenas contas bancárias e o *staff* gerencial limitado”.

Por outro lado, Resnik (1990, p. 3) destaca que, “a boa administração é responsável pelo sucesso da pequena empresa”. Explica que a má administração e não a economia, a concorrência, a inconstância dos clientes ou o azar é o fator que determina o fracasso. Verifica-se que a garantia da sobrevivência e da

competitividade dessas empresas está nas mãos dos dirigentes que devem conduzir a organização para seus objetivos.

Conforme Bassi (2000, p. 28), “em pesquisa realizada pelo SEBRAE/SP em conjunto com a FIPE, em 1999, 56 de cada grupo de 100 empresas micro e médias fecharam as portas antes de atingir três anos de operação”. Portanto, observa-se a necessidade dos gestores adotarem instrumentos de controle que garantam a competitividade e a sobrevivência dessas empresas dentro de uma abordagem sistêmica. É necessário que visualizem o ambiente interno, em suas atividades operacionais, e seu desempenho junto às exigências impostas pelo ambiente externo onde estão inseridas.

Nesse sentido, Drucker (1973, p. 171) menciona que há muito tempo já considerava que um dos objetivos de sobrevivência da empresa provém da sua existência em uma sociedade e economia e, que apenas garantirá sua efetividade enquanto essa mesma sociedade e economia acreditar que ela cumpre uma função necessária, útil e produtiva. Percebe-se que na velocidade com que as transformações acontecem na sociedade em função das tecnologias emergentes, as empresas que não corresponderem aos anseios do mercado, podem estar fadadas a fechar, restando apenas aquelas que se renovam constantemente.

Para sobreviver num ambiente competitivo e inovador, o sistema empresa necessita de um processo de gestão, também inovador, para que possa atingir seus objetivos e cumprir sua missão.

De acordo com Reis (2001, p. 11) “a gestão é um esforço de liderança para integrar e usar efetivamente uma variedade de recursos para cumprir um objetivo. Isto aplica-se a todas as organizações, quer sejam de negócios, hospitais ou

entidades políticas.” Para Rezende e Abreu (2000) o conceito de gestão envolve a atuação com: pessoas ou recursos humanos; processos e/ou atividades; além de recursos diversos, tais como tecnológicos, financeiros, materiais, etc.

Com relação ao processo de gestão nas pequenas empresas, Resnik (1990, p. 8-9) afirma que “a administração de uma pequena empresa é a arte do essencial”. É tirar o máximo do mínimo. Ressalta que, uma pequena empresa deve se preocupar especialmente com a eficiência interna, por seus recursos serem tão limitados. Ao contrário das grandes, não há espaço para custos inúteis e infundados, que dissipem as suas poucas disponibilidades e bens.

Na administração dessas empresas o poder de decisão normalmente é centralizado no gestor, muitas vezes, o proprietário, que assume total responsabilidade pelo seu sucesso ou fracasso, e de alguma forma, utiliza instrumentos como planejamento e controle. No entanto, Resnik (1990, p.15) cita que “o proprietário-gerente da pequena empresa pode mostrar uma aversão perigosa aos processos básicos de administração”. Os processos básicos referidos pelo autor são:

- a) avaliar a empresa analítica e criativamente;
- b) projetar controles gerenciais básicos;
- c) planejar a venda de mercadorias;
- d) criar uma equipe própria;
- e) estar atento para as necessidades de caixa; e
- f) desenvolver planos de ação específicos para satisfazer objetivos prioritários.

Esses são alguns dos processos básicos, mas que são essenciais para uma boa administração. A eficiência interna da empresa é um fator a ser considerado

para um bom relacionamento com o ambiente externo e para a garantia da competitividade.

Após a identificação dos processos essenciais à sobrevivência e à adaptabilidade da empresa com o seu ambiente, é preciso administrá-los. Além disso, é preciso certificar-se de que estão de acordo com os objetivos propostos pelos gestores, através da implantação de controles, de acordo com as necessidades e recursos de cada empresa.

O controle é imprescindível para que uma empresa possa competir no mercado, pois sem a capacidade de avaliar o desempenho de suas atividades e reverter um processo inadequado, qualquer empresa estará em desvantagem competitiva em relação a seus concorrentes e às exigências do mercado. Gomes e Salas (1999, p. 22) afirmam que “o controle, seja muito ou pouco formalizado, é fundamental para assegurar que as atividades de uma empresa se realizem da forma desejada pelos membros da organização e contribuam para a manutenção e melhoria da posição competitiva”.

Motta (2000, p. xv-xvi) afirma que:

gerenciar uma empresa é gerenciar a mudança: enfrentar alterações rápidas e complexas; confrontar-se com ambigüidades; compreender a necessidade de novos produtos e serviços; garantir um sentido de direção em meio ao caos e à vulnerabilidade; e manter a calma diante da perda de significado daquilo que se ajudou a construir.

Assim, em situação de intranqüilidade e um futuro de incertezas, poucos dirigentes e gestores se sentirão confortáveis com o *status quo*. A maioria perseguirá a inovação como alternativa de sobrevivência.

Em resumo, o estudo do perfil do empreendedor é o tema central de

pesquisas de diversos autores, como já citado anteriormente – Dutra e Previdelli (2003), Longenecker, Moore e Petty (1998), Dutra (2002), Teixeira (2002) SEBRAE (2004) e tem sido de grande valia a busca do conhecimento das características que deve ter um empreendedor de forma a reduzir, substancialmente, o fechamento precoce das micros e pequenas empresas antes mesmo de completarem seu primeiro ano de existência. Presume-se que, se uma pessoa tem características comportamentais e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores bem sucedidos, terá melhores condições para empreender. Por outro lado, apesar de não serem somente as características empreendedoras que garantirão o pleno sucesso, sem elas a pessoa poderá encontrar dificuldades em alcançar o sucesso empresarial. Antes de se iniciar no mundo empresarial é importante que o empreendedor realize uma auto-avaliação, refletindo honesta e objetivamente sobre aspectos fundamentais de sua personalidade. Algumas características empreendedoras são decisivas para quem pretende se aventurar pelo mundo dos negócios. No entanto, analisar essas características no indivíduo é uma tarefa complicada, afinal muitas delas são características de personalidade e, quando não se conhece o indivíduo pesquisado, tem-se que acreditar na sua auto-análise.

Capítulo 4

4 METODOLOGIA

A metodologia orienta o processo de investigação, propondo métodos e formas de abordagem para a efetivação da pesquisa.

Para Andrade (1997, p. 109), “metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento”. De outra forma, para Thiollent (1983) *apud* Motta (2000, p. 105) é a avaliação de técnicas de pesquisa com a geração ou a experimentação de novos métodos que dizem respeito tanto à observação quanto a projeção. Na visão do autor, a metodologia não deve limitar-se apenas ao levantamento de dados e, sim, desenvolver a formulação de hipóteses, a conceituação teórica, a avaliação e a verificação. Assim, este capítulo desenvolverá os seguintes tópicos:

- ? Caracterização da pesquisa
- ? População e amostra da pesquisa
- ? Técnicas de coletas de dados
- ? Técnicas de análise dos dados

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para viabilizar a pesquisa dentro dos limites de tempo e de recursos disponíveis para a sua realização, o universo da pesquisa compreendeu as micro e

pequenas empresas comerciais ativas, inativas e/ou extintas no município de Aracruz/ES.

Para efeito deste trabalho, caracterizou-se a situação jurídica das empresas da seguinte forma:

Empresa comercial ativa

É aquela empresa que permanece no mercado exercendo o seu objeto social para a qual foi legalmente constituída.

Empresa comercial inativa

É aquela que paralisou suas atividades para a qual foi constituída, sem no entanto, efetivar a sua baixa junto aos órgãos legais competentes. Neste caso, perante a lei, a empresa continua tendo suas obrigações.

Empresa comercial extinta

Entende-se como sendo aquela empresa que legalmente deixou de exercer suas atividades, que realizam o ativo e pagam o passivo, para chegar à *extinção*, em que se deu o completo desaparecimento da sociedade, inclusive, com as baixas necessárias nos órgãos competentes terminando a personalidade jurídica.

Assim, a partir dessas definições, para efeito deste trabalho, serão consideradas apenas duas denominações: empresa comercial ativa e empresa comercial extinta, subentendendo que junto com as empresas extintas estão as empresas comerciais inativas.

Definido o tipo de empresa que será pesquisada, faz-se necessário definir a

metodologia apropriada à natureza e ao objetivo da pesquisa. A metodologia escolhida foi à pesquisa exploratória e descritiva.

Para Gil (1995, p. 44 - 45) “a pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, com vistas à formulação de problemas mais precisos ou hipótese, pesquisáveis para estudos posteriores”, enquanto que “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Portanto, o estudo desenvolvido foi exploratório e descritivo, no sentido de permitir um melhor conhecimento em torno do perfil do empreendedor, e buscando identificar os fatores que levam as empresas comerciais a obter sucesso e/ou insucesso nos primeiros anos de sua existência.

4.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

4.2.1 Definição da população

A unidade de pesquisa no estudo das micro e pequenas empresas é a empresa, definida como sendo a unidade jurídica caracterizada por uma firma ou razão social, que engloba o conjunto de atividades econômicas exercidas em uma ou mais unidades locais (IBGE, 2001).

Assim, definido a unidade de estudo, procurou-se identificar a população e a respectiva amostra das empresas a serem estudadas.

De acordo com Stevenson (1981, p. 159)

os termos 'população' e 'amostra' se referem a um conjunto específico de circunstâncias. Ou seja, em determinado caso os alunos de uma sala de aula podem ser considerados como uma população, da qual iremos extrair amostras para análise. Já em outra situação, aqueles mesmos alunos podem ser considerados como uma amostra de todos os alunos do colégio, ou de toda a universidade. Como o propósito da amostragem é fazer generalizações sobre a população básica, é axiomático que a população alvo seja estabelecida de modo que se possam fazer generalizações válidas.

Portanto, elegeram-se, como população objeto de estudo, todas as micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz, Estado do Espírito Santo, dentre as quais foi retirada uma amostra significativa. Para identificar a população a ser estudada, optou-se pela relação das empresas comerciais ativas e registradas na SEFA – Secretaria de Estado da Fazenda do Estado do Espírito Santo, Departamento de Informações Econômico-Fiscais, Catálogo de Contribuintes por Município. Do relatório denominado “catálogo de contribuintes” com 1.027 empresas, foram selecionadas 739 micros e pequenas empresas comerciais que se enquadram no grupo com CNAE 50 a 52, conforme segue:

a) Possuir o registro no Cadastro Central de Empresas da Junta Comercial do Estado do Espírito Santo.

Estiver enquadrada como atividade comercial previsto na Seção G, divisão 50 a 52, grupos 501 a 524, e classes 5010-3 a 5249-3, da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE. O detalhamento das classes do CNAE, encontra-se no Anexo 1.

b) Estar sujeita ao regime jurídico das entidades empresariais, excluindo-se, portanto, órgãos da Administração Pública Direta e Instituições Privadas sem fins lucrativos.

Assim, das 739 empresas comerciais ativas, foi retirada uma amostra de 40 empresas. A fórmula utilizada para a definição da amostra das empresas ativas foi:

$$n = \frac{[z^2 p(1-p)N]}{[e^2(N-1) + z^2 p(1-p)]} \quad (1)$$

$$n = \frac{[1,64^2 \times 0,50 \times (1 - 0,50) \times 739]}{[0,126^2 \times (739 - 1) + 1,64^2 \times 0,50(1 - 0,50)]}$$

$$n = 40$$

Onde:

N = 739 empresas – população;

Z = 1,64 – valor crítico tabulado para distribuições normais de probabilidade;

e = 12,6% (0,126) margem de erro da pesquisa;

p = 50,0% (0,50) proporção estimada de empresas que satisfazem ao objetivo da pesquisa;

n = número de elementos da amostra.

Com relação às empresas comerciais inativas e / ou extintas, não foi possível conseguir junto a Secretaria da Fazenda do Estado do Espírito Santo, a Junta Comercial do Estado do Espírito Santo e ao Setor de Crédito Mobiliário da Prefeitura Municipal de Aracruz, pois, esses órgãos não dispunha destas informações em forma de relatório, somente através de consulta individualizada com o uso do CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, o que tornaria a pesquisa muito complexa.

Assim, diante da falta de informações sobre as micro e pequenas empresas extintas, junto aos órgãos competentes, a alternativa encontrada para obter tais informações foi através de pesquisas junto a 2 (duas) grandes Empresas de Contabilidade do Município de Aracruz/ES, que disponibilizaram a documentação necessária, apurando dessa forma uma população de 30 empresas comerciais

extintas, sobre as quais foi desenvolvida a pesquisa. Os demais escritórios de contabilidade não se sentiram confortáveis para disponibilizar tais documentos para pesquisa.

4.2.2 O tipo da amostragem

A amostragem das empresas ativas é probabilística, por se desejar manter critérios rigorosamente científicos e classifica-se como amostragem aleatória simples, sem reposição, considerada o primeiro e mais básico planejamento de amostragem.

Segundo Megliorini *et al* (2004, p. 19), “a finalidade da amostragem é permitir inferências e generalizações acerca de características de uma população com base na análise de apenas alguns de seus elementos”. Para Mattar (1996, p. 132) “amostragem probabilística é aquela em que cada elemento da população tem uma chance conhecida e diferente de zero de ser selecionado para compor a amostra”.

Tratando-se de um universo finito de microempresas e empresas de pequeno porte comercial ativas, constantes no relatório denominado de “catálogo de contribuinte por município”, fornecido pela SEFA/ES, optou-se, na determinação do tamanho da amostra, trabalhar com um nível de confiança dos resultados de 90%. Com relação às empresas comerciais extintas foi considerada a população total.

4.3 TÉCNICAS DA COLETA DE DADOS

Uma vez identificada a população e extraída a amostra base da pesquisa, deu-se início ao processo de coleta de dados que foi realizado por meio de um

formulário, cuja ordem e redação das perguntas permaneceu invariável para todos os entrevistados.

Para Gil (1996, p. 90) “o formulário pode ser definido como a técnica de coleta de dados em que o pesquisador formula questões previamente elaboradas e anota as respostas”.

Inicialmente foram feitas 3 (três) entrevistas com proprietários de empresas comerciais ativas e 3 (três) com ex-proprietários de empresas inativas, com o objetivo de validarem os instrumentos de pesquisa, no que tange a sua aplicabilidade, utilidade e eficácia na coleta de informações.

Validado o instrumento de coleta de dados, o formulário foi aplicado ao restante da amostra, pelo próprio pesquisador, por meio de visitas às empresas ativas e aos ex-proprietários das empresas extintas, após agendamento. Do total de 40 empresas comerciais ativas selecionadas para o desenvolvimento da pesquisa, somente 34 dos empresários responderam ao formulário, representando 85% da amostra, e, com relação às empresas comerciais extintas, do total de 30 empresas, somente 21 ex-proprietários aceitaram responder à entrevista, representando 70% da população. Desse universo, apenas 6 empresas ativas e 9 empresas extintas não responderam ao formulário.

As entrevistas duraram em média 40 (quarenta) minutos cada uma. Os entrevistados marcavam suas questões e, no caso de dúvidas, procuravam esclarecê-las com o pesquisador. Observou-se que os empresários com maior grau de instrução respondiam mais facilmente às perguntas.

De acordo com Pereira (2003, p. 98),

Questões mais técnicas podem ter sido interpretadas de forma incorreta por alguns empresários por falta de conhecimento do assunto. De modo geral, em toda e qualquer pesquisa, que depende da participação de respondentes, existe o fator sinceridade, que não pode ser medido, o que pode ser considerado um limitador.

O trabalho de campo foi desenvolvido entre o período de 26/10/2005 a 06/12/2005, período em que foi possível levantar os dados necessários para a continuidade do estudo.

As entrevistas foram feitas com os micro e pequenos empresários da área do comércio do município de Aracruz/ES, através de formulários divididas em quatro blocos. O bloco I refere-se aos dados de identificação da empresa que ajudam a caracterizá-la quanto à estrutura organizacional. O bloco II trata da caracterização do perfil do proprietário da empresa, seus dados pessoais, formação, experiências e classe social. O bloco III trata do levantamento de dados que possibilitaram identificar o processo de gestão estratégica da empresa, os fatores de sucesso e/ou insucesso, as áreas de conhecimento utilizadas no gerenciamento da empresa, bem como, o tipo de assessoria / auxílio utilizados pela empresa. O bloco IV teve como objetivo obter informações sobre as medidas de políticas públicas de apoio às micros e pequenas empresas. Os formulários estruturados utilizados nas entrevistas encontram-se nos Anexos 2 e 3.

4.3.1 Técnicas de Análise dos dados

Concluído o trabalho de campo, iniciou-se a tabulação dos dados coletados, que redundaram na elaboração de 42 tabelas e uma figura identificadas no capítulo 5. A pesquisa desenvolvida caracteriza-se como quantitativa e, por esta razão, a análise foi feita a partir da interpretação dos dados coletados através da pesquisa de

campo, com o uso da estatística descritiva, nome dado ao conjunto de técnicas analíticas utilizado para resumir o conjunto de todos os dados coletados numa dada investigação, envolvendo basicamente testes de aderência, distribuição de freqüência, medidas de tendência central e medidas de dispersão, e o modelo de regressão logística descrito no item 4.3.1.1.

O fato de não ter sido utilizada a Análise Discriminante está relacionada à construção da técnica. A análise discriminante para poder discriminar uma determinada observação calcula a razão das funções de densidade de probabilidade das duas populações, supondo que as observações são oriundas de uma distribuição normal, conforme abaixo:

$$f(x) = \frac{\frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma_1^2}} \exp\left[-\frac{1}{2\sigma_1^2}(x-\mu_1)^2\right]}{\frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma_2^2}} \exp\left[-\frac{1}{2\sigma_2^2}(x-\mu_2)^2\right]}$$

sendo, $\frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma_1^2}} \exp\left[-\frac{1}{2\sigma_1^2}(x-\mu_1)^2\right]$ a função de densidade de x na população 1, com média μ_1 . Análogo para a segunda população.

Para um valor fixo de x , quando $f(x) > 1$, o valor da função densidade da população 1 calculada para o respectivo valor de x é maior do que aquele obtido usando-se a distribuição da população 2. Assim, pelo princípio da maior probabilidade (máxima verossimilhança), se $f(x) > 1$, seria razoável classificar a observação como pertencente a primeira população. Análogo caso contrário.

A partir disso, essa regra pode ser estendida para o caso em que temos p variáveis, ou seja, várias medidas para discriminar dois grupos. Daí, passará a ter

um vetor de variáveis $x = (x_1, x_2, \dots, x_p)'$ e a matriz de covariância Σ_1 da primeira população e Σ_2 da segunda. A razão das funções de densidade de probabilidade das duas populações generalizada é:

$$f(x) = \frac{\frac{1}{(2\pi)^{p/2} |\Sigma_1|^{1/2}} \exp\left\{-\frac{1}{2} (x - \mu_1)' \Sigma_1^{-1} (x - \mu_1)\right\}}{\frac{1}{(2\pi)^{p/2} |\Sigma_2|^{1/2}} \exp\left\{-\frac{1}{2} (x - \mu_2)' \Sigma_2^{-1} (x - \mu_2)\right\}}$$

Nesse caso o vetor de variáveis $x = (x_1, x_2, \dots, x_p)'$ deve seguir uma distribuição normal p-variada. O que não ocorre em nosso caso de estudo, no qual o vetor é composto de variáveis categóricas, ou seja, jamais seguiram uma distribuição normal que é contínua.

Assim, optou-se pelo modelo de regressão logística que é mais flexível, podendo optar em utilizar variáveis contínuas e categóricas e, ainda, obter uma melhor informação sobre a probabilidade de falência da empresa.

4.3.1.1 Modelo de regressão logística

A regressão logística é utilizada nas mais diversas áreas. Esse modelo, assim como as regressões linear e múltipla, estuda a relação entre uma variável resposta e uma ou mais variáveis independentes.

Em 1980, Ohlson *apud* Castro Júnior (2003, p 54-55) desenvolveu uma estimativa de falência probabilística por meio de um modelo de Regressão Logística (RL). O modelo logístico foi adotado para estudos de problemas dessa natureza em virtude, principalmente, da Análise Discriminante Multivariada (ADL) impor às variáveis independentes condições do tipo: serem normalmente distribuídas e terem

suas matrizes de variância-covariância iguais entre os dois grupos de empresas, com e sem problemas financeiros. Outro aspecto importante, também motivo de crítica ao método da ADL é que o resultado da expressão discriminante fornece um escore, que possui pouca interpretação intuitiva. Como afirma Ohlson (1980, p.112), esse escore é basicamente um dispositivo (discriminatório) de classificação ordinal, não tendo embutido nenhum aspecto probabilístico na medida. A crítica imposta por Ohlson foi com relação aos critérios de emparelhamento utilizados até então pelos pesquisadores do método da ADL. Na visão de Ohlson, os critérios adotados eram arbitrários e não se sabe ao certo quais os ganhos e as perdas associados com o uso de diferentes critérios de emparelhamento.

Segundo Norius (1993) o modelo de regressão logística requer bem menos suposições que a análise discriminante e, mesmo quando as suposições requeridas para a análise discriminante são satisfeitas, a regressão logística continua apresentando bons resultados. Para Judge et al.(1985) o modelo *logit* (regressão logística) é um modelo de resposta qualitativa, pois é utilizado com o propósito de modelar o comportamento de um tomador de decisão que deve escolher entre as variáveis possíveis um conjunto finito de alternativas. Esses modelos são aplicáveis a um conjunto mais extenso de situações de pesquisa que a análise discriminante. Exemplos de situações nas quais esses modelos têm sido usados incluem a decisão de um indivíduo entre comprar ou alugar uma casa, a decisão de um senador se vota sim ou não na votação de uma determinada lei, a decisão do proprietário de uma empresa mantê-la ativa ou extingui-la.

A análise discriminante e a regressão logística têm ampla aplicação em situações nas quais o principal objetivo é identificar o grupo ao qual um objeto, neste caso, uma empresa, pertence. São as técnicas apropriadas

quando a variável dependente é do tipo categórica e as variáveis dependentes são numéricas. (HAIR et al, 1998).

Para Janot (2001, p. 9), embora a análise discriminante e os modelos de resposta qualitativa possam ser utilizados de modo trocável, as motivações no uso dos dois modelos são bem diferentes. O modelo de análise discriminante especifica uma distribuição conjunta da variável dependente (Y_i) e das variáveis independentes (x_i), não apenas a distribuição condicional de Y_i dado x . Nos modelos de resposta qualitativa, a determinação de x_i claramente precede a de Y_i ; dessa forma, é importante especificar $\Pr(Y_i = 1 / X)$, enquanto a especificação da distribuição de X pode ser ignorada. Ao contrário, no modelo de análise discriminante, a afirmativa Y_i precede a determinação de X . Em síntese, a análise discriminante é meramente uma técnica de classificação, enquanto o modelo de regressão logística analisa uma relação causal. Como o foco do trabalho não é apenas o interesse numa classificação dicotômica das micro e pequenas empresas comerciais, mas também na estimação dos coeficientes das variáveis independentes e, conseqüentemente, na determinação da probabilidade de ocorrência da mortalidade ou não das empresas; o modelo logístico é o mais apropriado a este estudo.

Assim, de acordo com Gujarati (2000, p. 559 - 561) a formulação geral para a representação probabilística é dada por:

$$P_i = E(Y = 1 / X_i) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_1 + \beta_2 X_i)}} \quad (3)$$

Sendo assim, P_i é representado pela seguinte função distribuição logística:

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} \quad (4)$$

em que $Z_i = \beta_1 + \beta_2 X_i$.

Portanto, enquanto Z_i varia de -8 a 8, P_i varia entre 0 e 1 e P_i não se relaciona linearmente com Z_i (isto é, X_i), satisfazendo, assim, os dois requisitos considerados anteriormente. Se P_i , a probabilidade de uma empresa manter-se ativa é dada $P_i = 1 / (1 + e^{-Z_i})$, então $(1 - P_i)$, a probabilidade de uma empresa não se manter ativa, é

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{Z_i}} \quad (5)$$

Logo, pode-se escrever,

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{e^{Z_i}}{1} = e^{Z_i} \quad (6)$$

Agora, $P_i / (1 - P_i)$ é a razão de probabilidades em favor de manter a empresa – razão entre a probabilidade de uma empresa continuar ativa e a probabilidade de ela fechar.

Se utilizar o log natural de (6) obtém-se um resultado bastante interessante, qual seja,

$$L_i = \ln \left(\frac{P_i}{1 - P_i} \right) = Z_i \quad (7)$$

Ou seja, L , o log da razão de probabilidade é não somente linear em X , mas também, do ponto de vista da estimativa, é linear nos parâmetros. L é chamado de *logit*.

Desta forma, conforme P vai de 0 a 1 (isto é, conforme Z varia -8 a +8), o *logit* L vai de -8 a +8. Ou seja, embora as probabilidades se situem entre 0 e 1, os *logits* não se restringem a esses limites.

A interpretação do modelo logístico, segundo Gujarati (2000), é como segue: β_2 , a inclinação, mede a variação em L para uma mudança unitária em X , ou seja, diz

como a chance em log em favor de possuir um bem varia conforme a renda e varia em uma unidade, por exemplo \$1.000. O intercepto β_1 é o valor da chance em log em favor de possui um bem se a renda for zero.

4.3.1.2 Estimação do modelo de regressão logística

As estimações dos modelos são conduzidas inicialmente a partir do modelo geral (considera todas as características das empresas) e passam por um processo de redução, baseado na eliminação sucessiva das variáveis não relevantes do modelo (*backward stepwise selection*). A seleção de variáveis a serem eliminadas é realizada a partir da estimação seqüencial de testes de razão de verossimilhança.

Para Castro Junior (2003, p. 89-91) ao contrário da regressão múltipla a regressão logística não usa o método dos mínimos quadrados na determinação dos coeficientes da regressão. A natureza não linear da transformação logística requer que um outro procedimento, o da máxima verossimilhança, seja usado de uma maneira iterativa para encontrar as estimativas mais prováveis para seus coeficientes.

As estatísticas de razão de verossimilhança (LR) rejeitam a hipótese nula de que todos os coeficientes de inclinação sejam iguais a zero em um nível de significância de 1%. A qualidade do ajustamento dos modelos pode ser observada nas classificações baseadas na probabilidade esperada e pelas estatísticas de R_2 de Cox & Snel e de R_2 de Nagelkerk, que indicam que as variáveis selecionadas produzem uma melhora na predição da probabilidade da empresa ser inovadora.

Capítulo 5

5 ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo contempla a descrição e análise dos dados obtidos na pesquisa de campo, realizada no período de 26/10/2005 a 06/12/2005, sobre o perfil do empreendedor *versus* a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais ativa e extinta do município de Aracruz – ES.

Visando impossibilitar a identificação das empresas, seus proprietários e/ou respectivos administradores, quando necessários fazer alusão a comentários de alguns dos respondentes, estes serão identificados como proprietários das empresas ativas e ex-proprietários das empresas extintas.

A análise foi desenvolvida por itens, conforme apresentado nos formulários de pesquisas, com o uso da estatística descritiva. Primeiro faz-se uma incursão sobre os dados históricos relevantes do município de Aracruz/ES de modo a obter um panorama econômico-social do município, para facilitar o entendimento dos resultados obtidos através da pesquisa. A seguir, são caracterizadas as empresas que compreenderam a amostra pesquisada, denominado de Grupo 1. Na seqüência apresenta-se o perfil das empresas respondentes à caracterização e o perfil dos empresários e aos ex-empresários pesquisados, Grupo 2. Os fatores condicionantes do sucesso e/ou insucesso empresarial, segundo suas características comuns, Grupo 3. E finalmente, busca-se conhecer a visão dos entrevistados sobre as medidas de políticas públicas de apoio às micros e pequenas empresas, Grupo 4.

5.1 CARACTERIZAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO DAS EMPRESAS ATIVAS E EXTINTAS PESQUISADAS

A pesquisa desenvolvida procurou focar as informações sobre a estrutura do segmento empresarial do comércio no município de Aracruz/ES de 34 micros e pequenas empresas comerciais ativas e 21 micros e pequenas empresas extintas, com Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, a saber: comércio de veículos e peças, comércio por atacado e comércio varejista de artigos de uso pessoal e doméstico, agropecuário, vestuário, alimentício, farmacêutico, cosmético material de construção, entre outros, distribuídos entre os grupos, 501 a 524, conforme Tabela 8. Nessa tabela, observa-se que a maior concentração de empresas comerciais se encontra nos grupos 523 (comércio varejista de tecidos, artigos de armarinho, vestuário e calçados), e no 524 (material de construção, farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, perfumaria, cosméticos e de uso doméstico e pessoal), representando 70,8% das empresas ativas e 76,1% das empresas extintas.

Deve-se destacar as diferenças entre estes segmentos. O varejo caracteriza-se por um número elevado de estabelecimentos, a maioria de pequeno porte, cujas vendas são destinadas ao consumidor final. As empresas atacadistas funcionam como distribuidoras no processo produtivo com estrutura de comercialização diferente do varejo.

Tabela 8 – Distribuição das empresas pesquisadas conforme CNAE

CNAE Grupo	Denominação	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
		Quant.	%	Quant.	%
501	Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores	1	2,9	0	0
503	Comércio a varejo e por atacado de peças e acessórios para veículos automotores	1	2,9	0	0

514	Comércio atacadista de artigos de uso pessoal e doméstico	1	2,9	0	0
515	Comércio atacadista de produtos não agropecuário, resíduos ou sucatas – revendedor de gasolina etc.	0	0	1	4,8
519	Comércio atacadista de mercadorias em geral ou não compreendidas nos grupos anteriores	1	2,9	0	0
521	Comércio varejista não especializado	0	0	1	4,8
522	Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo	6	17,6	3	14,3
523	Comércio varejista de tecidos, artigos de armarinho, vestuário e calçados.	8	23,5	8	42,8
524	Comércio varejista de outros produtos (Material de construção, farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, perfumaria, cosméticos e de uso doméstico e pessoal)	16	47,3	7	33,3
	Total	34	100	21	100

Na estrutura do comércio atacadista, predominam empresas de maior porte com elevado volume de vendas, cujas operações têm marcada influência na formação de preços da economia. O comércio de veículos e peças é tratado isoladamente na CNAE, pois as empresas que o compõe atuam tanto no segmento atacadista quanto no varejista, e ainda podem ofertar serviços. Isto torna mais difícil a separação da parte da produção correspondente aos diferentes segmentos da atividade econômica. Outra peculiaridade é o tipo de mercadoria vendida, que são bens duráveis de alto valor médio.

Em relação ao ano de início das atividades das empresas pesquisadas, não houve um corte no tempo de funcionamento das mesmas, ou seja, toda empresa selecionada na amostra foi pesquisada, porém, a maior concentração está entre o ano de 2000 a 2005, com 44,1% e empresas com mais de 10 anos no mercado, com 41,2% das empresas ativas pesquisadas. Com relação as empresas extintas pesquisadas, 28,6% permaneceram no mercado mais de 10 anos, 28,6% entre 6 e 9 anos e 42,8% até 5 anos, conforme mostra a Tabela 9.

Tabela 9 - Frequências do Ano de Fundação pelo Tipo da Empresa.

Tempo de permanência no mercado	Empresas ativas		Empresas Extintas	
	Quant.	%	Quant	%
Acima de 10 anos	14	41,2	6	28,6
De 6 a 9 anos	5	14,7	6	28,6
Até 5 anos	15	44,1	9	42,8
Total	34	100	21	100

O percentual de empresas que paralisam suas atividades antes dos 5 anos é equivalente aos resultados publicados pelo SEBRAE (2004), no qual a média nacional é de aproximadamente 49,40%.

Conforme Tabela 10, do total de 21 empresas extintas, 57% efetuaram a baixa de seus registros na Junta Comercial, Receita Estadual, Receita Federal e na Prefeitura do município onde estavam instaladas, 43% simplesmente paralisaram as atividades sem dar baixa nos órgãos competentes. As principais justificativas dadas pelos ex-proprietários foram: possuir dívidas referentes a impostos; falta de recursos financeiros para quitar às obrigações junto aos governos municipal, estadual e federal; falta de informações sobre os procedimentos para encerramento da empresa, conjugado com as altas taxas para proceder à baixa da empresas extinta.

Tabela 10 – Frequência de legalização das empresas extintas

Legalização junto aos órgãos competentes	Empresas Extintas	
	Quant.	%
Legalizaram a baixa	12	57,0%
Não legalizaram a baixa	9	43,0%
Total	21	100

Baixa = situação da empresa junto a Receita Federal, estadual e municipal.

Conforme Tabela 11, 55,88% das empresas ativas são Firms Individuais, classificadas de acordo com o novo Código Civil de “Empresário”. Nas empresas comerciais extintas 57,1% também são Firms Individuais. Notadamente, as Firms Individuais – Empresário, fecham na mesma proporção em que são abertas.

Tabela 11 - Frequência jurídica das empresas comerciais pesquisadas

Denominação Jurídica	Empresas ativas		Empresas Extintas	
	Quant.	%	Quant	%
Empresário - Firma Individual	19	55,88	12	57,1
Sociedade Empresária Limitada	15	44,12	9	42,9
Total	34	100	21	100

Em relação à forma de enquadramento para efeitos tributários das empresas comerciais ativas, percebe-se que a maioria das Microempresas opta pelo SIMPLES Federal e pelo ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços por estimativa estadual, ambos com 38,2%, conforme mostra a Tabela 12. O mesmo ocorre com as empresas comerciais inativas e/ou extintas com 38,1% e 28,6%. As empresas optantes pelo SIMPLES Federal são as que, de acordo com a Lei 9317/96, estão aptas a se enquadrarem como Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Pagam os impostos unificados, com percentual correspondente ao faturamento bruto da empresa, a saber: Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas; Contribuição para o Programa de Integração Social – PIS; Contribuição Sobre o Lucro Líquido – CSLL; Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS; Imposto sobre Produto Industrializado – IPI. A contribuição para seguridade social está a cargo da pessoa jurídica de que trata a Lei 9.732, de 11/12/1998, que altera dispositivos das leis 8.212 e 8.213 de 24/07/1991, que dispõe sobre as contribuições patronais devidas pelas empresas, em geral, à Previdência Social.

Conforme a Lei 7.000/2001, de 27 de dezembro de 2001, o regime de estimativa para o ICMS é obrigatório para os estabelecimentos comerciais que deverão observar todas as regras dispostas na legislação pertinente. Entretanto, o contribuinte que se sentir prejudicado, poderá, por meio de processo contraditório, provar que o regime de débito e crédito lhe é mais vantajoso.

De acordo com o regime de estimativa inerente às MEE (Microempresa Estadual) e EPPE (Empresa de Pequeno Porte Estadual) há um tratamento diferenciado, em função do porte da empresa, pois o imposto é calculado por estimativa, assegurando, ao sujeito passivo, o direito de impugnação e instauração de processo contraditório.

Para a Lei 7.000/2001, art. 156, a pessoa jurídica ou firma individual, contribuinte do imposto, será considerada microempresa, quando o valor total de suas saídas, decorrentes de operações de circulação de mercadorias, no ano-calendário, não exceder a 880.000 (oitocentos e oitenta mil) Valores de Referência Tesouro Estadual – VRTEs, ressalvadas as vedações do art. 159. O valor das VRTE's do mês de dezembro de 2005 era de R\$ 1, 6918.

Tabela 12 – Frequência das empresas ativas e inativas para efeito de tributação

Enquadramento para efeitos tributários	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Microempresas optante pelo SIMPLES Federal	13	38,2	8	38,1
Microempresas optante pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual	13	38,2	6	28,6
Microempresas não optante pelo SIMPLES Federal	0	0	0	0
Empresa de Pequeno Porte optante pelo SIMPLES Federal	1	2,9	1	4,8
Empresa de Pequeno Porte optante pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual	1	2,9	3	14,3
Empresa de Pequeno Porte não optante pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual	1	2,9	0	0
Não pode optar	1	2,9	3	14,2
Não sabe	4	12,0	0	0
Total empresas pesquisadas	34	100	21	100

Quanto ao capital inicial e ao capital atual, vê-se na Tabela 13, que a maior parte das empresas, tanto as ativas quanto as extintas, possuem seu capital concentrado até os R\$ 20.000,00, característica bastante comum para esse tipo de empresa.

Tabela 13 – Frequência do capital no início das atividades das empresas e atual

Capital da Empresa	Empresas Ativas				Empresas Extintas			
	Cap. Inicial		Cap. Atual		Cap. Inicial		Cap. Atual	
	Quant	%	Quant	%	Quant	%	Quant	%
Até R\$ 10.000,00	20	58,8	13	38,2	10	47,6	11	52,4
De R\$ 10.001,00 até R\$ 20.000,00	9	26,5	7	20,6	4	19,0	4	19,0
DE R\$ 20.001,00 até R\$ 30.000,00	0	0	5	14,7	1	4,8	0	0
De R\$ 30.001,00 até R\$ 40.000,00	1	2,9	2	5,9	1	4,8	0	0
De R\$ 40.001,00 até R\$ 50.000,00	1	2,9	2	5,9	0	0	2	9,5
Acima de R\$ 50.001,00	3	8,9	5	14,7	0	0	0	0
Não souberam responder	0	0	0	0	5	23,8	4	19,1
Total	34	100	34	100	21	100	21	100

Obs.: Valores atualizados de acordo como valor presente do INPC até Outubro de 2005.

Das empresas pesquisadas, ativas e extintas, observa-se na Tabela 14, que 94,1% e 95,2%, respectivamente, iniciaram suas atividades com capital próprio. Nota-se, também, que essa situação é constante, tanto para as empresas comerciais ativas quanto para as empresas comerciais que já paralisaram suas atividades.

Tabela 14 – Frequência origem do capital da empresa

Origem do capital utilizado na abertura da empresas	Empresas Ativas	Empresas Extintas
	%	%
100% capital próprio	94,1	95,2
100% capital de terceiros	2,9	4,8
50% capital próprio – 50% capital terceiros	2,9	0
Total	100	100

A partir do critério de porte de empresa adotado pelo SIMPLES, a Tabela 15 apresenta a distribuição das faixas de faturamento bruto anual das empresas ativas e inativas e ou extintas. Observa-se que 47,2% e 61,9%, respectivamente, das empresas ativas e extintas informaram que o faturamento bruto da empresa está na primeira faixa de classificação, ou seja, R\$ 60.000,00.

Outro ponto importante detectado na pesquisa foi a percepção de alguns empresários quanto à mudança de ME para EPP através do aumento do faturamento da empresa. Em alguns casos os empresários das empresas ativas

preferem criar outra empresa (filial) para pagarem menos impostos a mudarem de faixa de contribuição, ou ainda, para não perderem a condição de ME e EPP. Isso ocorre principalmente com as EPPs.

Tabela 15 – Frequência das faixas de faturamento das ME e EPP

Valor do faturamento anual da empresa (contábil)	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Até R\$ 60.000,00	16	47,2	13	61,9
De R\$ 60.001,00 até R\$ 90.000,00	4	11,8	4	19,0
De R\$ 90.001,00 até R\$ 120.000,00	4	11,8	2	9,5
De R\$ 120.001,00 até R\$ 240.000,00	5	14,7	0	0
De R\$ 240.001,00 até R\$ 360.000,00	0	0	0	0
De R\$ 360.001,00 até R\$ 480.000,00	1	2,9	0	0
De R\$ 480.001,00 até R\$ 600.000,00	1	2,9	0	0
De R\$ 600.001,00 até R\$ 720.000,00	1	2,9	0	0
De R\$ 720.001,00 até R\$ 840.000,00	1	2,9	1	4,8
De R\$ 840.001,00 até R\$ 960.000,00	0	0	0	0
De R\$ 960.001,00 até R\$ 1.080.000,00	0	0	0	0
De R\$ 1.080.001,00 até R\$ 1.200.000,00	1	2,9	0	0
Acima de R\$ 1.200.000,00	0	0	1	4,8
Total	34	100	21	100

Obs.: Valores bases conforme Lei 9317/96.

Quanto ao número de funcionários, percebe-se que a maior parte, 55,9% e 76,2%, respectivamente, encontram-se na faixa de até 5 funcionários, conforme indicado na Tabela 16. Se comparado com os dados apresentados pelo relatório IBGE (2001), no qual as micro e pequenas empresas, com até 5 funcionários, representam 40,5% do contingente de 7,3 milhões de empresa, o resultado apresenta um diferencial bastante significativo.

Tabela 16 - Frequência do nº de funcionários ocupados e com remuneração

Nº funcionários com remuneração	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Até 5 funcionários	19	55,9	16	76,2
De 6 a 10 funcionários	5	14,7	3	14,4
De 11 a 15 funcionários	4	11,8	1	4,7
De 16 a 20 funcionários	1	2,9	0	0
De 21 a 25 funcionários	0	0	1	4,7
Não possui funcionários com remuneração	5	14,7	0	0
Total	34	100	21	100

Com relação à remuneração dos membros da família que trabalham nas empresas ativas pesquisadas, 44,1% dos empresários afirmaram que possuem membros da família atuando na empresa sem remuneração, enquanto que nas empresas extintas esse percentual é reduzido para 19,1%, conforme Tabela 17. Em média, nas empresas comerciais ativas, os membros da família que trabalham sem remuneração são dois, enquanto que nas empresas inativas a média cai para 01 membro da família.

Tabela 17 – Freqüência dos membros da família sem remuneração

Possui membros da família sem remuneração na empresa	Empresas Ativas	Empresas Extintas
	%	%
Sim	44,1	19,1
Não	55,9	80,9
Total	100	100

Quanto às empresas ativas, 55,9% responderam que o imóvel onde funciona é alugado e as extintas o percentual é 52,4%, conforme Tabela 18.

Tabela 18 – Freqüência da condição do estabelecimento onde funciona ou funcionava a empresa

O estabelecimento onde funciona / funcionava a empresa era:	Empresas Ativas	Empresas Extintas
	%	%
Próprio	44,1	47,6
Alugado	55,9	52,4
Total	100	100

Com o objetivo de melhor compreender essa situação foi perguntado aos entrevistados, qual o valor do aluguel pago no caso dos estabelecimentos que declararam que a empresa funciona em local alugado, neste caso o valor do aluguel das empresas ativas e das extintas, na maioria, 42,1% e 54,5%, respectivamente está próximo dos R\$ 500,00. Segundo os empresários, o valor é relativamente baixo,

pois, trata-se de contratos antigos e, que, na maioria das vezes, não refletem os valores atuais praticados no mercado. Ver Tabela 19.

Tabela 19 - Frequência do valor do aluguel onde funciona ou funcionava a empresa

Se alugado, qual era o valor do aluguel?	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Até R\$ 500,00	8	42,1	6	54,5
De R\$ 501,00 até 1.000,00	3	15,8	4	36,4
De R\$ 1.001,0 até 1.500,00	3	15,8	1	9,1
De R\$ 1.501,00 até 2.000,00	3	15,8	0	0
Acima de R\$ 2.000,00	2	10,5	0	0
Total	19	100	11	100

Com o resultado da pesquisa, vê-se na Tabela 20, que os principais clientes das empresas comerciais ativas são clientes de balcão, representando 83,3% do total das empresas pesquisadas e, em seguida, com um percentual bem reduzido, está a venda para as empresas privadas. Quanto às empresas extintas 91,4% delas possuem as mesmas características das empresas ativas. Essa é uma característica das próprias micro e pequenas empresas comerciais, que possuem seu maior foco nos clientes pessoas físicas.

Tabela 20 – Frequência dos principais clientes das empresas

Principais clientes da empresa	Empresas Ativas	Empresas Extintas
	%	%
Clientes de balcão	83,3	91,4
Empresas privadas	16,7	4,3
Lojas de departamento	0	0
Órgão público	0	4,3
Total	100	100

A pesquisa também verificou se as empresas comerciais participam ou participavam de algum tipo de rede associativa. Verificou-se, então que, na sua totalidade, não participavam.

Quanto às empresas extintas, as principais causas de seu fechamento

(mortalidade), segundo os ex-proprietários / administradores, conforme apresenta a Tabela 21, em ordem decrescente de importância, são: a falta de capital de giro, o principal motivo, indicando desequilíbrio nas entradas e saídas dos recursos na empresa. É interessante verificar que a elevada carga tributária, os problemas financeiros e a falta de crédito bancário apresentam praticamente os mesmos percentuais. Como já mencionado, às dificuldades financeiras podem estar relacionadas ao desequilíbrio das entradas e saídas dos recursos na empresa. A falta de crédito bancário é outro fato que já se discute em todas as instâncias, cabendo ao governo buscar novas alternativas.

Segundo Koteski (2004),

As micro e pequenas empresas têm um papel fundamental no contexto econômico brasileiro. Não obstante essa realidade, os pequenos negócios ainda não têm recebido tratamento compatível com a sua importância econômica e com a sua inegável capacidade de gerar contrapartidas sociais. Os programas governamentais brasileiros e a política adotada ainda são insuficientes para atender esse segmento.

Para Koteski, se o governo não rever a política econômica / tributária para as micro e pequenas empresas, pouco mudará no cenário nos próximos anos. As estatísticas continuam mostrando a mortalidade dessas empresas e na maioria das vezes pelos mesmos fatores.

Os pontos apresentados na Tabela 21 foram calculados de acordo com o método de escalonamento desenvolvido por Rensis Likert.

De acordo com Martins e Lintz (2000, p. 46), esse método consiste em um “conjunto de itens apresentados em forma de afirmações, ou juízos, ante os quais se pede aos sujeitos que externem suas reações, escolhendo um dos cinco, ou sete pontos de uma escala. A cada ponto, associa-se a um valor numérico”.

Tabela 21- Frequência das principais razões para o fechamento das empresas pesquisadas

Principais razões para o fechamento da empresa	Empresas Extintas	
	Pontos	%
Falta de capital de giro	182	86,6
Carga tributária elevada	166	79,0
Problemas financeiros	159	75,7
Falta de crédito bancário	153	72,9
Falta de clientes	133	63,3
Falta de conhecimentos gerenciais	116	55,2
Recessão econômica	102	48,5
Oportunidade de emprego	71	33,8

5.2 Caracterização do perfil do proprietário da empresa

Após tabulação dos dados da pesquisa efetuada junto aos proprietários das empresas comerciais ativas e aos ex-proprietários das empresas extintas, buscou-se analisar as respostas obtidas de forma a apresentar o perfil socioeconômico e cultural dos empresários. Para melhor entendimento e acompanhamento optou-se por apresentar os resultados através de tabelas, comentando os principais indicadores.

Assim, com relação às características pessoais dos 34 empresários entrevistados, que ainda mantêm suas empresas em atividade, conforme Tabela 22, 50% são de procedência do interior (meio rural) e os outros 50% da própria cidade. O maior fluxo de migração do meio rural para a cidade ocorreu entre a faixa etária de 11 aos 20 anos, com 52,9%. Do total dos entrevistados 67,6% são do sexo masculino, 82,4% são casados e têm em média 2 filhos. A faixa etária dos empresários está bem distribuída, porém com maior concentração – 26,5%, entre 25 a 29 anos; e 29,4% entre 30 e 39 anos. Também há que se considerar que acima

dos 40 anos têm-se 41,2% se somado as duas faixas etárias. Os pesquisados foram questionados quanto à função que exercem dentro da empresa, quase a totalidade deles informou que exerce a função de proprietário / administrador.

Analisando os dados com as características dos 21 ex-proprietários das empresas extintas, temos: 71,4% são originários do interior (meio rural). O maior fluxo de migração do meio rural para a cidade ocorreu entre a faixa etária de 11 aos 20 anos, com 83,3%. Quanto ao sexo, 71,4% são masculino, 47,6% são casados e possuem em média 2,5 filhos, 47,6% estão entre a faixa etária de 40 a 49 anos. O que chama a atenção é que 28,6% dos ex-proprietários das empresas extintas são desquitados, o que segundo alguns entrevistados, contribuiu para a paralisação da empresa.

Tabela 22 – Características pessoais dos empresários e ex-empresários

Procedência do empresário	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant.	%	Quant.	%
Cidade	17	50	15	71,4
Interior	17	50	6	28,6
Total	34	100	21	100
Idade em que passou a residir na cidade	Quant	%	Quant	%
Antes dos 10 anos de idade	4	23,5	0	0
Dos 11 aos 20 anos de idade	9	52,9	5	83,3
Dos 21 aos 30 anos de idade	3	17,6	1	16,7
Dos 31 aos 40 anos de idade	1	6,0	0	0
Acima dos 40 anos de idade	0	0	0	0
Total	17	100	6	100
Sexo	Quant	%	Quant	%
Masculino	23	67,6	15	71,4
Feminino	11	32,4	6	28,6
Total	34	100	21	100
Estado Civil	Quant	%	Quant	%
Solteiro	6	17,6	5	23,8
Casado	28	82,4	10	47,6
Outro (desquitado, viúvo, etc)	0	0	6	28,6
Total	34	100	21	100
Faixa etária atual dos (ex)- proprietários	Quant	%	Quant	%
De 18 a 24 anos	1	2,9	0	0
De 25 a 39 anos	9	26,5	0	0

De 30 a 39 anos	10	29,4	5	23,8
De 40 a 49 anos	7	20,6	10	47,6
Acima de 50 anos	7	20,6	6	28,6
Total	34	100	21	100
Nº de Filhos	Quant	%	Quant	%
Possui um filho	6	17,6	1	4,8
Possui dois filhos	15	44,1	7	33,3
Possui 3 filhos	3	8,9	6	28,6
Possui 4 filhos	2	5,9	1	4,8
Não possui filhos	8	23,5	6	28,5
Total	34	100	21	100

Os pesquisados foram questionados quanto à função que exercem dentro da empresa, destes quase a totalidade informou que exerce a função de gerente/administrador.

Com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre o meio social dos 34 pesquisados, uma das perguntas constante no formulário diz respeito à formação escolar dos proprietários das empresas comerciais ativas. Como resultado, as Tabelas 23 e 24, mostram que 32,3% possuem o 3º grau completo, destes 02 são pedagogos, 03 bacharéis em Ciências Contábeis, 03 bacharéis em Direito, 01 bacharel em Farmácia e 02 bacharéis em Administração de empresas. Quanto ao 2º grau 26,5% o possuem completo e 11,8% com formação técnica, 14,7% com formação completa e / ou incompleta do 1º grau. Somando o percentual dos pesquisados com 2º grau completo, formação técnica e superior incompleto, temos 47,1%. Outro fator importante é que 85,3% dos entrevistados estudaram em escolas públicas enquanto cursavam o 1º grau. Com relação ao 2º grau 63,3% o fizeram em escolas públicas e no 3º grau a posição se inverte totalmente, 93,7% dos empresários com curso superior o fizeram em escola particular. A trajetória quanto ao tipo de escola cursada pode ser traduzida na Tabela 23. Se levada em consideração a história do município de Aracruz/ES e a idade dos entrevistados, é

justificável que 85,3% tenham estudado em escolas públicas, uma vez que o município naquela época, não tinha o ensino privado. O que ocorreu, mais tarde, no início da década de 90. Com relação à formação superior, ocorreu um fenômeno inverso. A maioria dos empresários que possui curso superior, o fez em faculdades particulares, em decorrência da necessidade de trabalhar e de não ter podido se preparar para concorrer a vagas em Universidade Pública.

Quanto ao resultado da pesquisa realizada com os ex-proprietários das empresas extintas, este não se difere muito do apresentado pela pesquisa realizada com os proprietários das empresas ativas. Assim, dos 21 ex-proprietários entrevistados, 14,3% possuem formação superior – 01 em Direito, 01 em Ciências Contábeis e 01 em Economia. Outros 33,3% possuem o 2º grau completo e 38,1% com formação completa e / ou incompleta do 1º grau.

Tabela 23 – Nível de escolaridade

Nível de escolaridade	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
1º Grau incompleto	4	11,8	3	14,3
1º Grau completo	0	0	4	19,0
2º Grau incompleto	1	2,9	1	4,8
2º Grau completo	9	26,5	7	33,3
Formação Técnica	4	11,8	0	0
3º Grau incompleto	3	8,8	1	4,8
3º Grau completo	11	32,3	3	14,3
Pós-graduação.	2	5,9	2	9,5
Total	34	100	21	100

Com relação ao tipo de escola que freqüentou, 100% iniciaram e/ou concluíram o 1º grau em escolas públicas, 85,7% que cursaram o 2º grau o fizeram em escolas públicas e 66,6% dos que possuem curso superior o fizeram em Faculdades particulares. Nesse caso se aplica a mesma justificativa dada pelos

empresários das empresas ativas. A trajetória quanto ao tipo de escola cursada pode ser traduzida na Tabela 24.

As principais justificativas, tanto por parte dos empresários das empresas ativas, quanto por parte dos ex-empresários das empresas extintas, com relação aos estudos primários e secundários, estes foram realizados em escolas públicas do município por não existirem, naquela época escolas particulares. Quando se tratava de família com mais posse, geralmente, os filhos eram enviados para estudar em colégio de Vitória/ES.

Tabela 24 – Escola que freqüentou.

Escola que freqüentou		Empresa			
		Ativa		Extinta	
		Número	%	Número	%
1º Grau	Pública	29	85,29	21	100,00
	Privada	5	14,71	-	-
2º Grau	Pública	18	62,07	12	85,71
	Privada	11	37,93	2	14,29
3º Grau	Pública	1	5,88	2	66,66
	Privada	16	94,12	3	33,34

Quanto à renda média mensal por classe dos proprietários das empresas comerciais ativas, conforme critério de Classificação Econômica Brasil, de acordo com ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas (2003), pode-se observar, através da Tabela 25, que grande parte dos proprietários entrevistados encontram-se entre as classes sociais de A1 a B2, totalizando 79,4% dos pesquisados.

Analisando a renda média familiar com a escolaridade dos empresários entrevistados, conclui-se que 59,2% dos que se enquadram entre as classes A1 a B2 possuem formação superior ou estão cursando.

Com relação aos resultados da pesquisa realizada com os ex-proprietários de

empresas comerciais extintas, observa-se que a maior concentração está entre as classes A1 e a classe B1, com 67,6% dos entrevistados.

Analisando a renda média familiar com a escolaridade dos ex-empresários entrevistados, conclui-se que 78,6% dos que se enquadram entre as classes B2 e C cursaram, no máximo, até o 2º grau, divergindo do resultado obtido através da pesquisa analisada com os proprietários das empresas ativas que representam 47,1%.

Tabela 25 - Frequência da renda familiar por classe social

Classe social – renda média familiar	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Classe A1 - Superior a R\$ 7.793,00	3	8,8	2	9,5
Classe A2 – De R\$ 4.648,00 até R\$ 7.793,00	13	38,2	2	9,5
Classe B1 – DE R\$ 2.804,00 até R\$ 4.647,00	7	20,6	1	4,9
Classe B2 – De R\$ 1.669,00 até R\$ 2.803,00	4	11,8	7	33,3
Classe C – De R\$ 937,00 até R\$ 1.668,00	7	20,6	7	33,3
Classe D – De R\$ 424,00 até R\$ 936,00	0	0	2	9,5
Total	34	100	21	100

Obs.: valores atualizados até 2003.

A Tabela 26 apresenta os principais motivos que levaram os empresários a constituir a empresa e se possuíam experiência no ramo do comércio. Com relação às empresas ativas, observa-se que 29,4% dos entrevistados iniciaram suas atividades empresariais ao identificar uma oportunidade de negócio e pelo desejo de ter seu próprio negócio, representando 58,8%, enquanto que 11,8% estavam insatisfeitos com o seu emprego. Para os ex-proprietários das empresas extintas, a maior motivação para a abertura da empresa foi o fator desemprego, com 39,2%, seguido da identificação de uma oportunidade de negócio e porque já era da família, ambos com 17,4%. Segundo os ex-proprietários, a opção pela abertura da empresa foi o desemprego e não a identificação de uma boa oportunidade de negócio. Isso caracteriza o desespero pela falta de uma fonte de renda do desempregado e a

abertura de uma atividade comercial foi a que pareceu melhor naquele momento.

Analisando essa questão e verificando o que foi apresentado na tabela 14, constante no item 5.1, verifica-se que existe um conflito nos resultados da entrevista, pois, 92,6% dos proprietários das empresas ativas responderam que o capital inicial, utilizado para constituição da empresa era próprio. Entretanto nesse mesmo item, o empresário afirma que, com a experiência adquirida, se tivesse disponibilidade de capital de giro, o aplicaria em outra atividade, mesmo no comércio. O mesmo acontece com os ex-proprietários de empresas extintas. Argüidos os empresários e os ex-empresários das empresas comerciais ativas e extintas se possuíam experiências no ramo do comércio, 29,4% e 33,3% respectivamente, responderam que alguém da família possuía um negócio similar, passando a ser esse um fator importante para a abertura da empresa.

Tabela 26 – Motivação para abertura da empresas *versus* experiência no ramo

Motivação para abertura da empresa	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Identificou uma oportunidade de negócio	10	29,4	4	17,4
Já era da família	3	8,8	4	17,4
Estava insatisfeito com o emprego	4	11,8	2	8,7
Estava desempregado	2	5,9	9	39,2
Tinha tempo disponível	2	5,9	0	0
Por convite de outra pessoa	2	5,9	1	4,3
Disponibilidade de capital de giro	1	2,9	1	4,3
Desejo de ter o próprio negócio	10	29,4	2	8,7
Total	34	100	23	100
Possuía algum tipo de experiência no ramo?	Quant	%	Quant	%
Alguém da família tinha um negócio similar	10	29,4	7	33,3
Funcionário de outra empresa	6	17,6	1	4,8
Trabalhava como autônomo no ramo	5	14,7	2	9,5
Trabalhava como autônomo em outra atividade	3	8,8	3	14,3
Sócio / proprietário de outra empresa	3	8,8	3	14,3
Diretor / gerente de outra empresa	1	3,0	0	0
Outra	6	17,7	5	23,8
Total	34	100	21	100

Obs. A questão permitia respostas múltiplas

Com relação ao assessoramento de profissionais para a abertura das empresas ativas, conforme Tabela 27, dos 38,2% de empresários que responderam sim, 53,8% buscaram assessoria junto a pessoas que conheciam o ramo do comércio e 38,5% junto ao contador. Perguntado aos empresários por que eles não utilizaram a assessoria de profissionais especializados na área financeira, em marketing ou em outras, para abrir a empresa, responderam que “pouca diferença faria e ainda estariam economizando recursos, preferindo, dessa forma, utilizar apenas o contador para preparar a documentação necessária para registro das empresas nos órgãos competentes”. Mesmo não sendo o foco do trabalho, foi questionado aos entrevistados por que eles tinham essa visão sobre o profissional de contabilidade, uma vez que o mesmo poderia fazer o papel do assessor / consultor? A resposta foi bastante interessante: “primeiro porque meu contador nunca me disse qual é seu verdadeiro papel como profissional da contabilidade, segundo porque ele só se preocupa com as questões fiscais da empresa”.

Com relação a empresas extintas há uma inversão, pois 76,2% responderam que sim e, o assessoramento foi feito pelo contador somente no momento da abertura das empresas.

Tabela 27 – Frequência da assessoria profissional na abertura da empresa

Teve assessoria de algum profissional na abertura de sua empresa?	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Sim	13	38,2	16	76,2
Não	21	61,8	5	23,8
Se afirmativo, quem o assessorou?	Quant	%	Quant	%
Pessoas que conheciam o ramo	7	53,8	0	0
Empresas de consultoria ou consultor	0	0	0	0
Contador	5	38,5	16	100
SEBRAE	0	0	0	0
Outro. Dos pais que possuem exp. administr.	1	7,7	0	0
Total	13	100	16	100

Obs.: A questão permitia respostas múltiplas

Quanto à renda mensal decorrente da atividade empresarial nas empresas ativas, a distribuição é apresentada na Tabela 28. Observa-se que 70,6% dos empresários entrevistados responderam que a atividade comercial lhes rende até R\$ 4.000,00 e 26,5% se encontram no intervalo de renda de R\$ 4.001,00 até R\$ 6.000,00. Perguntado aos empresários se os mesmos possuem outra renda além da atividade empresarial, 47,1% responderam que sim, enquanto 52,9% dependem exclusivamente da atividade empresarial. Dos que responderam que sim, 33,3% possuem um rendimento de até R\$ 1.500,00 e 53,3% que seu rendimento se encontra no intervalo de renda de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00.

Com relação às empresas comerciais extintas, 95,2% responderam que a renda mensal obtida através da atividade comercial que explorava, chegava até R\$ 4.000,00. Quanto aos ex-proprietários das empresas comerciais extintas 61,9% responderam que não possuíam outra renda, a não ser a decorrente da atividade comercial. Dos 38,1% que responderam que sim, 25% possuem um rendimento de até R\$ 1.500,00 e 37,5% se encontravam no intervalo de renda de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00. Por questões particulares, um empresário, embora tenha dito que sim, não quantificou.

Tabela 28 – Frequência do rendimento do empresário

Renda mensal decorrente da atividade empresarial	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Até R\$ 4.000,00	24	70,6	20	95,2
De R\$ 4.001,00 até R\$ 6.000,00	9	26,5	1	4,8
Acima de R\$ 6.000,00	1	2,9	0	0
Total	34	100	21	100
Possui outro tipo de remuneração, além da empresa?	Quant	%	Quant	%
Sim	16	47,1	8	38,1
Não	18	52,9	13	61,9
Total	34	100	21	100
Se sim, qual a renda média mensal?	Quant	%	Quant	%
Até R\$ 1.500,00	5	33,3	2	25,0

De R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00	8	53,3	3	37,5
De R\$ 3.001,00 até R\$ 4.500,00	0	0	1	12,5
De R\$ 5.501,00 até R\$6.000,00	2	13,4	1	12,5
Acima de R\$ 6.000,00	0	0	1	12,5
Total	15	100	8	100

Analisando, a Tabela 29, a situação financeira dos proprietários das empresas comerciais ativas e dos ex-proprietários das empresas comerciais extintas, percebe-se que a maioria, 97,1% e 71,4%, respectivamente, possuem até 3 pessoas que dependem do seu rendimento para sobreviver.

Tabela 29 – Frequência de pessoas da família que dependem da renda do empresário

Pessoas dependentes da renda do empresário	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Até 3 pessoas	33	97,1	15	71,4
De 4 a 6 pessoas	1	2,9	5	23,8
De 7 a 9 pessoas	0	0	1	4,8
Acima de 9 pessoas	0	0	0	0
Total	34	100	21	100

A Tabela 30 mostra a satisfação dos empresários em relação à renda auferida com a atividade comercial. Consideram-se satisfeitos, 64,7% mas, 35% responderam que não, citando como motivo: a carga tributária muito elevada, a instabilidade econômica e a concorrência acirrada no ramo de comércio.

Tabela 30 – Frequência de satisfação dos empresários

Financeiramente você está satisfeito com sua renda	Empresas Ativas	
	Quant	%
Sim	22	64,7
Não	12	35,3
Total	34	100
Se não. Por que?	%	
Carga tributária muito elevada	50,0	
Instabilidade e concorrência acirrada no ramo	16,7	
Devido à queda nos lucros	16,7	
Não atingi meu objetivo/meta	8,3	
A expectativa era maior	8,3	
Total	100	

Com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre as atividades exercidas pelos empresários antes de empreender, observa-se, na Tabela 31, que, tanto os proprietários das empresas comerciais ativas quanto os ex-proprietários das empresas comerciais extintas, a maioria deles, 64,7% e 80,9%, respectivamente, eram funcionários de empresas privadas e/ou autônomos.

Tabela 31 – Atividade exercida antes de empreender

Atividade exercida antes e empreender	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Funcionário público	4	11,8	1	4,8
Funcionário de empresa privada	15	44,1	13	61,9
Autônomo	7	20,6	4	19,0
Empresário	0	0	2	9,5
Dona de casa	1	2,9	1	4,8
Estudante	6	17,7	0	0
Outra.: Continua empregado empresa privada	1	2,9	0	0
Total	34	100	21	100

A trajetória, quanto às atividades que os ex-empresários passaram a exercer após o encerramento das atividades empresariais, pode ser traduzida através dos dados da Tabela 32.

É interessante notar que somente 33,3% dos ex-proprietários retornaram ao mercado de trabalho, enquanto que os demais passaram a exercer atividades autônomas, sem vínculo empregatício. Dois dos ex-proprietários, retornaram à antiga atividade de vendedor ambulante, alegando que a carga tributária, a burocracia, as despesas administrativas eram elevadas, enquanto que, como vendedor ambulante não teriam essas despesas. Outros quatro dos 21 entrevistados não informaram que tipo de atividade passou a exercer após o encerramento das atividades comerciais. É importante frisar que muitos dos ex-empresários que retornaram às empresas privadas para trabalhar como empregado, o fizeram com remuneração abaixo do

que recebiam antes de empreender.

Tabela 32 – Atividade que passou a exercer após a extinção da empresas

Atividade que passou a exercer após o encerramento das atividades empresariais	Empresas Extintas	
	Quant	%
Retornou a mercado de trabalho	7	33,3
Passou a explorar atividade imobiliária - corretor	2	9,5
Continuou exercendo atividade na empresa matriz	2	9,5
Tornou-se vendedor ambulante	2	9,5
Dona de casa	1	4,8
Atividades de comércio em outro município	1	4,8
Passou a atuar na área de educação privada e órgão público	1	4,8
Aposentou	1	4,8
Não responderam	4	19,0
Total	21	100

Quanto à participação em cursos e/ou treinamentos, os resultados da pesquisa podem ser verificados na Tabela 33. É interessante observar que boa parte dos empresários das empresas ativas e os ex-empresários das empresas extintas nunca se interessaram em participar de cursos e/ou lhes faltava oportunidade. Por outro lado, temos 48,5% e 28,7% respectivamente, que participaram de vários cursos, tais como: Técnicas de vendas, administração financeira, atendimento ao cliente, contabilidade para não contadores, recursos humanos. Além destes, outros 5 participaram do EMPRETEC – SEBRAE. Das empresas inativas somente um participou do EMPRETEC. Cabe ressaltar que um ex-proprietário das empresas ativas não respondeu essa questão.

Tabela 33 - Educação continuada

Participação em cursos/ treinamento	Empresas Ativas		Empresas Extintas	
	Quant	%	Quant	%
Nunca me interessou	10	30,3	9	42,8
Nunca participei por falta de oportunidade	7	21,2	4	19,0
Participei uma vez.	0	0	2	9,5
Participei várias vezes	16	48,5	6	28,7
Total	33	100	21	100

5.3 Gestão estratégica da empresas

A importância das microempresas e empresas de pequeno porte no Brasil é inegável, porém, mesmo assim,, estas enfrentam uma árdua luta pela sobrevivência, haja vista suas altas taxas de rotatividade. Estas ocorrem em função do alto índice de mortalidade (fechamentos) e da natalidade (aberturas).

A alta taxa de mortalidade das micro e pequenas empresas não significa a extinção dessa categoria, mas evidencia uma característica desse segmento – rotatividade. Assim, segundo Ferreira (1995), as pequenas empresas, apesar da alta taxa de mortalidade, não estão fadadas e condenadas a desaparecer, pois outras surgem e crescem desempenhando novas e diferentes funções.

O empreendedor amplia suas chances de sucesso se, antes de iniciar o seu negócio, procurar conhecer o mercado de seu interesse, buscar alguma experiência na área, dispor de algum recurso financeiro e possuir uma boa concepção de seu negócio e dos riscos envolvidos. A empresa deve direcionar seu foco para o cliente e o mercado, sem, evidentemente, se esquecer de aspectos organizacionais, e buscar o apoio de profissionais e entidades capacitadas na solução de seus problemas.

Assim, a pesquisa buscou conhecer os fatores, que estando presentes na condução do empreendimento, explicam seu sucesso e contribuem para diminuir as causas de fracasso das empresas.

Para melhor entendimento, e seguindo os critérios adotados pelo SEBRAE (2004), os fatores de sucesso foram agrupados segundo três categorias comuns: a) habilidades gerenciais; b) capacidade empreendedora; e c) logística operacional.

- a) Categoria – habilidades gerenciais – é composta pelos fatores: bom conhecimento do mercado onde atua e boa estratégia de vendas, que refletem a preparação do empresário para interagir com o mercado em que atua e a competência para conduzir seu negócio.
- b) Categoria – habilidades empreendedoras – vem acompanhada de conjunto de um fatores, que representa uma condicionante essencial no sucesso do empresário. Aqui destaca-se a criatividade, a perseverança, a capacidade de assumir riscos e a liderança por parte do empresário, fatores, segundo a pesquisa, considerados, tanto pelos proprietários quanto pelos ex-proprietários como muito importantes para o sucesso da empresa. Nesse caso, há uma visão diferenciada para os ex-empresários de empresas extintas que no item “capacidade do empresário para assumir riscos” que o considera pouco importante e sem importância. Assumir riscos envolvidos no investimento de recursos financeiros e humanos em uma nova empresa e conduzir os negócios em meio a adversidades e a dificuldades que surgem no dia-a-dia empresarial, é primordial para os proprietários / administradores das empresas.
- c) Categoria – logística operacional - esse conjunto de fatores representa a logística operacional do empresário, pois fornece as bases para a criação, a sustentação e o crescimento da atividade empresarial. Ter um bom administrador, ter capital próprio para a implementação da empresa, ter reinvestimentos dos lucros e ter acesso a novas tecnologias contribuem significativamente para a obtenção de melhores resultados na empresa. Com relação ao resultado da pesquisa, pode-se observar que os empresários das empresas ativas afirmam que o conjunto de fatores relacionados à categoria

de logística empresarial é **muito importante** para a empresa enquanto que para os ex-empresários esse conjunto de fatores se caracteriza mais como **importante**. A Tabela 34 mostra os resultados da pesquisa por categoria.

Tabela 34 – Freqüência dos fatores de sucesso

Fatores de sucesso	Empresa Ativa %					Empresa Extinta %				
	MI	IMP	MEI	PI	SI	MI	IMP	MEI	PI	SI
Categoria – habilidades gerenciais										
Bom conhecimento do mercado onde atua	94	6	0	0	0	57	38	0	5	0
Boa estratégia de vendas	73	21	6	0	0	24	62	14	0	0
Categoria – habilidades empreendedoras										
Aproveitamento das oportunidades de negócios	58	36	6	0	0	19	62	14	0	5
Empresário com persistência / perseverança	70	30	0	0	0	43	47	5	5	0
Capacidade de liderança do empresário	59	41	0	0	0	24	57	14	0	5
Capacidade do empresário para assumir riscos	38	50	12	0	0	0	0	10	43	47
Categoria – Logística operacional										
Ter um bom administrador	66	31	3	0	0	24	52	14	5	5
Uso de capital próprio	39	33	28	0	0	14	62	10	10	4
Reinvestimento dos lucros na própria empresa	64	30	6	0	0	24	62	10	0	4
Ter acesso a novas tecnologias	36	45	15	4	0	19	24	10	33	14

Classificação de acordo com a escala Likert.

Legenda: **MI** = Muito importante; **IMP** = Importante; **MEI** = Média importância; **PI** = Pouca importância; **SI** = Sem importância.

Em síntese, com os resultados das respostas às três categorias de fatores considerados importantes para o sucesso e/ou insucesso dos negócios, pode-se concluir que os fatores relacionados a habilidades gerenciais estão mais presentes, 94% e 73% respectivamente, entre os condicionantes do sucesso empresarial. E, com relação à categoria de habilidades empreendedoras, os empresários persistentes e perseverantes são os que se sobressaem em seus empreendimentos. Quanto às áreas de conhecimentos, a pesquisa identificou sua importância para o sucesso dos negócios e se os empresários aplicam-na ou aplicavam-na em suas empresas, conforme Tabelas 35 e 36. Assim, para os empresários, o planejamento e o controle com 79%, as vendas com 75% e as relações humanas com 61% são as áreas de conhecimento classificadas como muito importantes para os negócios da empresa, enquanto que, para os ex-empresários das empresas extintas, somente o item

planejamento e controle com 71% e as vendas com 52% são indicados como muito importantes, os demais itens estão dispersos entre importante, média importância, pouca importância e sem importância.

Tabela 35 – Áreas de conhecimentos

Áreas de conhecimento	Empresa Ativa %					Empresa Extinta %				
	MI	IMP	MEI	PI	SI	MI	IMP	MEI	PI	SI
Planejamento e controle	79	18	3	0	0	71	19	5	0	5
Vendas	75	22	3	0	0	52	43	5	0	0
Marketing e propaganda	33	43	15	3	6	19	24	29	24	4
Organização empresarial	53	38	9	0	0	19	48	29	4	0
Análise financeira	53	41	6	0	0	24	67	5	0	5
Relações humanas	61	24	12	0	3	19	14	29	33	5
Conjuntura econômica	28	50	19	3	0	5	14	19	43	19
Informática	33	52	9	0	6	14	14	5	52	15

Classificação de acordo com a escala Likert.

Perguntado aos empresários e ex-empresários se aplicam ou aplicavam em suas empresas os itens relacionados nas áreas de conhecimento, a maioria com empresas em atividades respondeu que sim, enquanto que para maioria dos ex-empresários esses instrumentos eram pouco utilizados em suas empresas.

Tabela 36 - Frequência da aplicação das áreas de conhecimento na empresa

Áreas de conhecimento – Aplica(va) na empresas?	Empresa Ativa %			Empresa Extinta %		
	SIM	NÃO	NR	SIM	NÃO	NR
Planejamento e controle	64,7	26,5	8,8	28,6	71,4	0
Vendas	67,6	20,6	11,8	61,9	38,1	0
Marketing e propaganda	58,8	32,3	8,9	23,8	76,2	0
Organização empresarial	61,8	26,5	11,8	23,8	76,2	0
Análise financeira	52,9	38,2	5,9	19,0	81,0	0
Relações humanas	50,0	41,1	5,9	28,6	71,4	0
Conjuntura econômica	41,1	50	5,9	9,5	90,5	0
Informática	55,9	35,3	8,8	19,0	81,0	0

Classificação de acordo com a escala Likert.

Legenda: **NR** = não responderam

Dos tipos de assessorias e/ou incentivos listados nas Tabelas 37 e 38, buscou-se conhecer, através dos empresários das empresas comerciais ativas e dos ex-empresários das empresas comerciais extintas, qual a importância de cada um

dos itens relacionados para a condução e/ou gerenciamento das dificuldades da empresas e se os utilizam ou utilizavam em suas empresas? O que se pode observar é que na visão da maioria dos empresários das empresas ativas, todos os tipos de assessorias são **muito importante** ou **importante**.

Tabela 37 - Assessorias e ou incentivos

Tipos de assessoria / incentivo	Empresa Ativa %					Empresa Extinta %				
	MI	IMP	MEI	PI	SI	MI	IMP	MEI	PI	SI
Área financeira	50	22	25	3	0	71	24	0	5	0
Área de qualidade	50	38	9	3	0	38	10	33	14	5
Apoio do Sebrae	16	34	38	3	9	19	5	33	38	5
Área contábil	50	41	9	0	0	66	24	5	0	5
Área de org. empresarial	28	57	9	6	0	19	38	33	10	0
Treinamento e capacitação mão-de-obra	41	44	9	3	3	29	10	43	14	4
Linha de crédito c/ juros mais baixos	28	50	13	6	3	76	10	5	9	0
Incentivo governamental	38	28	13	6	15	52	24	5	19	0

Classificação de acordo com a escala Likert.

Com relação à utilização desse tipo de assessoria e/ou de incentivo nas empresas, percebe-se que, a maioria dos casos, não as utilizam ou as utilizam pouco. De acordo com os empresários pesquisados, a assessoria do contador, apesar de existir, só é utilizada para atender às exigências legais e não como um instrumento balizador do empreendimento.

Tabela 38 - Assessorias e/ou incentivos – utilizam / utilizavam

Tipos de assessoria / incentivo – utilizam(vam) na empresa?	Empresa Ativa %			Empresa Extinta %		
	SIM	NÃO	NR	SIM	NÃO	NR
Área financeira	35,3	52,9	11,8	42,8	57,2	0
Área de qualidade	32,4	52,9	14,7	28,6	71,4	0
Apoio do Sebrae	14,7	70,6	14,7	9,5	90,5	0
Área contábil	67,7	20,5	11,8	76,0	24,0	0
Área de organização empresarial	29,4	58,8	11,8	14,2	85,8	0
Trein. profissional. e capac. mão-de-obra	47,1	41,1	11,8	28,5	71,5	0
Linha de crédito com juros mais baixos	29,4	58,8	11,8	28,6	71,4	0
Incentivo governamental	14,7	73,5	11,8	4,8	95,2	0

Classificação de acordo com a escala Likert.

No conjunto das micro e pequenas empresas comerciais ativas e extintas,

analisadas sobre os fatores utilizados para direcionar as ações administrativas da empresas, Tabela 39, percebe-se que 51,5% das empresas ativas indicaram que as informações contábeis são **muito utilizadas** para auxiliar o processo decisório da empresa, a experiência também possui lugar de destaque no processo decisório com 75,8% dos entrevistados respondendo que esse indicador é **muito utilizado**.

Para as empresas extintas, os ex-proprietários apontaram com 85,7% afirmando que as informações contábeis são **pouco utilizadas** no processo decisório da empresa, prevalecendo mais à experiência do ex-proprietário, com 61,9%.

De acordo com informações complementares fornecidas pelos entrevistados, o que se pode concluir, através dos dados contidos na Tabela 39, é que os proprietários das empresas ativas procuram conjugar os dados fornecidos pela contabilidade com a experiência deles antes de tomar decisões na empresas,. Nas extintas, existe uma dissociação das informações contábeis com a experiência do ex-proprietário, prevalecendo esta e não as informações contábeis em seus processos de gestão.

Tabela 39: Fatores utilizados na condução dos negócios

Fatores utilizados para direcionar as ações administrativas da empresa	Empresa Ativa %			Empresa Extinta %		
	MU	U	PU	MU	U	PU
Informações contábeis	51,5	33,3	15,2	4,8	9,5	85,7
Intuição	12,1	54,5	33,4	42,9	52,4	4,7
Experiência	75,8	21,2	3,0	61,9	38,1	0

Legenda: **MU** = muito utilizado; **U** = utilizado; **PU** = pouco utilizado.

Argüido aos entrevistados sobre o grau de importância dos controles indicados na Tabela 40 percebe-se que a maioria os julgam **muito importantes** e/ou **importantes** para as empresas ativas e as extintas.

Tabela 40 - Frequência de aplicação dos instrumentos de controle na empresa

Grau de importância dos controles	Empresa Ativa %					Empresa Extinta %				
	MI	IMP	MEI	PI	SI	MI	IMP	MEI	PI	SI
Controle de contas a receber	82	15	0	3	0	86	10	4	0	0
Controle de contas a pagar	85	15	0	0	0	81	14	5	0	0
Controle de estoques	70	27	3	0	0	62	29	9	0	0
Controle de caixa	76	24	0	0	0	76	14	5	5	0
Controle de custos	76	21	3	0	0	24	62	9	5	0
Controle despesas	76	18	3	0	3	24	57	14	5	0
Incentivo governamental	33	43	9	6	9	19	10	14	38	19

Classificação de acordo com a escala Likert.

Analisando a Tabela 41, percebe-se que a maioria dos empresários, além de acharem que os controles são muito importantes e/ou importante, também, os aplicam em suas empresas. Para os ex-proprietários das empresas extintas, a maioria não efetuava controle de estoques, controle das despesas e de custos. A pesquisa mostra que o maior interesse para esses empresários era apenas o controle das contas a receber, das contas a pagar e do fluxo de caixa.

Tabela 41 - Instrumentos de controles na empresa

Grau de importância dos controles: aplica(va) na empresa?	Empresa Ativa %			Empresa Extinta %		
	SIM	NÃO	NR	SIM	NÃO	NR
Controle de contas a receber	85,3	5,9	8,8	85,7	14,3	0
Controle de contas a pagar	88,2	2,9	8,8	76,2	23,8	0
Controle de estoques	70,6	20,6	8,8	28,5	71,5	0
Controle de caixa	88,2	2,9	8,8	95,2	4,8	0
Controle de custos	76,5	14,7	8,8	23,8	76,2	0
Controle despesas	73,5	17,7	8,8	19,1	80,9	0
Incentivo governamental	23,5	64,7	8,8	4,8	95,2	0

Classificação de acordo com a escala Likert.

5.4 Medidas de políticas públicas

As ME e EPP são, hoje, em todo o mundo e, muito fortemente, no Brasil, segmento importante de inclusão econômica e social. O setor tem destacada

participação no acesso às oportunidades de emprego e desenvolvimento econômico do país. Por gerar grande parte dos postos de trabalho e das oportunidades de geração de renda, as micro e pequenas empresas tornam-se o principal sustentáculo da livre iniciativa e da democracia no Brasil.

O segmento se destaca pela capilaridade, fácil adequação às mudanças econômicas e políticas e às peculiaridades regionais, exercendo também um relevante papel nos avanços tecnológicos alcançados pelo país, no estímulo ao empreendedorismo e na promoção do desenvolvimento local sustentável. Essa característica se dá a partir da identificação e exploração de oportunidades e das vocações locais, da mobilização de pequenas poupanças e capital social, da assunção de risco e do exercício da competição em torno de suas atividades.

A despeito de importantes avanços obtidos pelos pequenos negócios brasileiros no campo das políticas públicas, a realidade enfrentada pelo segmento é crítica. Isso porque inexiste uma relação equilibrada entre a micro e a pequena empresa e as grandes empresas, o que se reflete na competitividade do setor. A situação atinge, principalmente, aquelas empresas que estão diretamente expostas à competição desleal e predatória das empresas que operam na informalidade, sendo que a maioria não tem fluxo econômico suficiente para suportar o peso da carga tributária e o custo burocrático da formalização.

A proposta de um desenvolvimento com justiça social, como se pretende, deve necessariamente valorizar o papel das micro e pequenas empresas. São as que mais contribuem para a geração de emprego e para distribuição da renda, além de muito contribuírem para o desenvolvimento local.

As micro e pequenas empresas (MPE) promovem maior inclusão social por meio da combinação de mais crescimento econômico e mais equidade. Entretanto, a prática de uma carga tributária excessiva e o complexo conjunto de exigências burocráticas, fiscais e administrativas têm se constituído em fator impeditivo ao florescimento e desenvolvimento das MPE.

Ao racionalizar a carga tributária que incide sobre os pequenos negócios terá um papel relevante tanto para os contribuintes como para os agentes fiscais, o que resultaria em:

- aumento de competitividade das pequenas empresas;
- ampliação da capacidade produtiva do setor;
- perfeita visibilidade no acompanhamento dos resultados das políticas públicas envolvidas.

Assim, buscando conhecer os anseios dos empresários e ex-empresários, solicitou-se a estes que indicassem as medidas de políticas públicas de apoio as micro e pequenas empresas que poderiam contribuir para a melhoria das condições de sobrevivência desse segmento empresarial. Na Tabela 42, pode-se verificar que, em primeiro lugar, vem a linha de créditos preferenciais (juros e prazos) com 65,6% dos entrevistados das empresas ativas e 87,7% para as empresas extintas e, em segundo lugar, vem a desburocratização de registros / baixa de empresas, com 61,1% dos MEP clamando por esta melhoria. No Brasil, de acordo com o relatório *Doing Business in Brazil* (2006), o prazo para abrir uma empresa varia de 29 dias em Minas Gerais para 152 dias em São Paulo, enquanto que em países como a Austrália leva-se em média 2 dias e nos Estados Unidos 5 dias.

Por si só a Tabela 42 oferece um panorama interessante sobre as medidas de políticas públicas com que os governantes deveriam se preocupar, para que o país não continue com 49,4% das micro e pequenas empresas tendo que paralisar suas atividades antes dos 2 anos de existência, 56,4% com até 3 anos e 59,9% com até 4 anos de existência, conforme mostra a pesquisa realizada pelo SEBRAE(2004).

Tabela 42 - Medidas de políticas públicas

Medidas de políticas públicas	Empresas Ativas		Empresas Inativas	
	Pontos	%	Pontos	%
Crédito preferencial (juros e prazos)	223	65,6	183	87,7
Desburocratização de registros / baixa de empresas	208	61,1	181	86,2
Disponibilização de informações de mercado	183	53,8	117	55,7
Programa de treinamento pessoal	194	57,1	119	56,6
Tratamento tributário diferenciado	210	61,7	159	75,7
Programa de cooperativismo	133	39,1	84	40,0
Acesso às compras governamentais	133	39,1	73	34,7

Classificação de acordo com a escala Likert

5.5 REGRESSÃO LOGÍSTICA

5.5.1 Resultados da Regressão Logística

A estimativa de um modelo de regressão logística (*logit*) para a probabilidade de uma empresa vir a “morrer” é realizada a fim de se captar numericamente a influência líquida de cada uma das características dessas empresas.

Neste estudo apresenta-se os resultados da modelagem da regressão logística. Mesmo com muitas variáveis independentes sugeridas na incorporação do modelo, utilizou-se o método de *backward* que, inicialmente, considera todas as variáveis independentes e, em seguida, vai excluindo as que possuem menor

significância estatística até chegar a um modelo no qual restam apenas as variáveis independentes que são estatisticamente significantes. As variáveis dependentes trabalhadas foram: empresa comercial ativa e empresa comercial extinta.

O modelo de regressão logística não suporta uma grande quantidade de variáveis, pois depende da quantidade de dados analisados, por isso este estudo comporta apenas 55 empresas (34 ativas e 21 extintas). Por esse motivo, optou-se por aplicar separadamente o método de *backward*. Primeiramente, para as variáveis do grupo 1 ao grupo 2, segundo para o questionário, e, posteriormente, para as variáveis do grupo 3.

Do resultado obtido em ambas iterações, foram selecionadas as variáveis independentes que se destacaram e, realizado, pela terceira vez, o procedimento de *backward* para, assim, pelos resultados obtidos realizar-se uma nova modelagem. Por isso, pode-se ver a relação de razão de chances de cada categoria das variáveis do modelo. Entretanto as variáveis independentes do grupo 3 do questionário não se ajustaram bem ao modelo como as do grupo 1 e 2. Então, optou-se em adotar apenas as variáveis da primeira iteração².

5.5.1.1 Primeira iteração dos dados

Na primeira iteração dos dados, as variáveis independentes consideradas foram as seguintes:

- ? VAR 1.10 O Capital inicial utilizado - próprio %
- ? VAR 1.12 Valor faturamento anual da empresa
- ? VAR 2.5 Faixa etária

² Repetir, tornar a fazer.

- ? VAR 2.8 Nível de escolaridade
- ? VAR 2.10 Classe social a que pertence
- ? VAR 2.15 Qual é a renda mensal decorrente da atividade empresarial

A Tabela 43 apresenta o resultado das variáveis que restaram como as estatisticamente mais significantes para o modelo.

Tabela 43- Variáveis destacadas na primeira iteração dos dados.

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 5 ^a	VAR 2.5	,739	,336	4,848	1	,028	2,094
	VAR 2.10	,622	,235	7,011	1	,008	1,863
	Constant	-5,322	1,628	10,683	1	,001	,005

a. Variable(s) entered on step 1: VAR1.10, VAR1.12T, VAR2.5, VAR2.8, VAR2.10, VAR2.15.

As variáveis VAR 2.5, faixa etária e a VAR 2.10, classe social foram as que obtiveram melhores resultados no modelo, oferecendo evidências de que essas variáveis estão relacionadas ao sucesso do empreendedor das empresas comerciais. Quanto maior a estatística de *Wald*, mais significativa, estatisticamente, será o coeficiente estimado.

5.5.1.2 Segunda iteração dos dados

Na segunda iteração dos dados, as variáveis independentes consideradas foram as seguintes:

- ? VAR 3.1.1 Fator sucesso: Bom conhecimento no mercado onde atua
- ? VAR 3.1.2 Fator sucesso: Boa estratégia de vendas
- ? VAR 3.1.3 Fator sucesso: Ter um bom administrador
- ? VAR 3.1.4 Fator sucesso: Aproveitamento das oportunidades de negócios
- ? VAR 3.1.5 Fator sucesso: Uso de capital próprio

- ? VAR 3.1.6 Fator sucesso: Empresário com persistência / perseverança
- ? VAR 3.1.7 Fator sucesso: Capacidade de liderança do empresário
- ? VAR 3.1.8 Fator sucesso: Reinvestimento dos lucros na própria empresa
- ? VAR 3.1.9 Fator sucesso: Ter acesso a novas tecnologias
- ? VAR 3.1.10 Fator sucesso: Capacidade do empresário para assumir riscos
- ? VAR 3.1.11 Fator sucesso: Terceirização das atividades meio da empresa
- ? VAR 3.2.1 Área conhecimento: Planejamento e controle
- ? VAR 3.2.2 Área conhecimento: Vendas
- ? VAR 3.2.3 Área conhecimento: Marketing / Propaganda
- ? VAR 3.2.4 Área conhecimento: Organização empresarial
- ? VAR 3.2.5 Área conhecimento: Análise financeira
- ? VAR 3.2.6 Área conhecimento: Relações humanas
- ? VAR 3.2.7 Área conhecimento: Conjuntura econômica
- ? VAR 3.2.8 Área conhecimento: Informática

A Tabela 44 apresenta o resultado das variáveis independentes que restaram como as, estatisticamente, mais significantes para o modelo.

Tabela 44. Variáveis destacadas na segunda iteração dos dados

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 16	VAR 3.1.7	10,809	7923,615	,000	1	,999	49458,573
	VAR 3.1.8	-1,610	,806	3,991	1	,046	,200
	VAR 3.1.11	1,377	,776	3,148	1	,076	3,964
	VAR 3.2.7	2,124	,595	12,737	1	,000	8,361
	Constant	-17,173	7923,615	,000	1	,998	,000

a.

As VAR 3.1.7 - capacidade de liderança do empresário, VAR 3.1.8 - reinvestimento dos lucros na própria empresa, VAR 3.1.11 - terceirização das atividades meio da empresa e a VAR 3.2.7 - conjuntura econômica foram as

variáveis independentes que se destacaram no modelo, oferecendo evidências que elas estão relacionadas ao sucesso do empreendedor das empresas e sua probabilidade de permanecerem no mercado.

5.5.1.3 Terceira iteração dos dados

Na terceira iteração dos dados, as variáveis independentes consideradas foram as seguintes:

- ? VAR 2.5 Faixa Etária
- ? VAR 2.10 Classe social a que pertence
- ? VAR 3.1.7 Fator sucesso: Capacidade de liderança do empresário
- ? VAR 3.1.8 Fator sucesso: Reinvestimento dos lucros na própria empresa
- ? VAR 3.1.11 Fator sucesso: Terceirização das atividades meio da empresa
- ? VAR 3.2.7 Área conhecimento: Conjuntura econômica

A Tabela 45 apresenta o resultado das variáveis independentes que restaram como as estatisticamente mais significantes para o modelo.

Tabela 45 - Variáveis destacadas na terceira iteração dos dados.

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 3 ^a	VAR 3.1.7	10,844	8066,756	,000	1	,999	51226,384
	VAR 3.1.8	-1,257	,723	3,019	1	,082	,285
	VAR 3.1.11	1,101	,680	2,618	1	,106	3,007
	VAR 3.2.7	1,786	,482	13,750	1	,000	5,963
	Constant	-16,426	8066,757	,000	1	,998	,000

a. Variable(s) entered on step 1: VAR00010, VAR00011, VAR00014, VAR00021, VAR2.5T, VAR2.10T.

As variáveis independentes que se destacaram no modelo foram as mesmas da segunda iteração, ou seja, foram descartadas, pelo processo de *backward*, a faixa etária e a classe social. Entretanto, ainda assim, pode-se verificar que apenas

a variável 3.2.7, apresentou-se, estatisticamente, significativa no modelo, no nível de 5%. Nesse caso, preferiu-se ficar com as variáveis que resultaram da primeira iteração, conforme demonstrado na tabela 42, pois elas são, estatisticamente, significantes para o modelo.

Procurando-se verificar se a variável Escolaridade possui alguma relação com a variável Faixa Etária dos empresários foi desenvolvida uma nova iteração com essas variáveis, porém, o seu resultado não se apresentou, estatisticamente, significativo no nível de 5%. Assim essa ocorrência foi desprezada para efeito desse estudo.

5.5.2 Regressão logística para a predição da probabilidade da extinção as pequenas empresas de Aracruz/ES

Na Tabela 46 são apresentados os resultados obtidos da regressão logística para a predição da probabilidade de “morte” das micro e pequenas empresas comerciais estudadas do município de Aracruz/ES.

Tabela 46 - Resumo do modelo ajustado.

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	60,439	,206	,280

Uma alternativa para o cálculo do R^2 para a regressão logística é dada por Cox & Snell e Nagelkerke, cujos resultados foram 0,206 e 0,280, respectivamente. Isso indica que a maior parte dos resultados está sendo explicada pelos erros.

Entretanto, podemos avaliar a qualidade do ajuste dos dados por outros pontos, conforme Tabela 47, que mostra os resultados encontrados pelo uso de dois

testes de adequação do modelo logístico (Qui-quadrado e o teste de Hosmer-Lemeshow) e os resultados preditos corretamente alcançados tanto pela amostra de classificação como para a amostra de validação do modelo.

Tabela 47 - Teste de qualidade do ajuste de Hosmer e Lemeshow.

Step	Chi-square	df	Sig.
1	1,610	4	,807

Esse teste tem a hipótese nula que os dados estão bem ajustados, então o interesse é não rejeitar essa hipótese. Baseado nisso, para o resultado do teste, quanto mais próximo de 1 indica que os dados estão bem ajustados. Neste trabalho os resultados obtiveram ótimo desempenho com *p-value* igual a 0,807.

A seguir verificar-se-á como o modelo está respondendo ao ajuste. A tabela 48 a seguir considera que, depois do modelo ajustado, os resultados são testados para os dados que ajudaram na contribuição do próprio modelo. Considerando que a probabilidade predita acima de 50%, a empresa é classificada como extinta, os resultados estão apresentados na Tabela 48.

Tabela 48 - Teste de qualidade predição do ajuste de Hosmer e Lemeshow.

Observado		Predito		
		Tipo da Empresa		Porcentagem correta
		Ativa	Extinta	
Tipo da Empresa	Ativa	27	7	79,4
	Extinta	9	12	57,1
Porcentagem geral				70,9

Pode-se verificar na, Tabela 48, que o modelo está acertando 70,9% dos casos. Sendo que a maior capacidade de acerto do modelo é para as empresa que continuarão ativas, 79,4%. As empresas extintas foram acertadas em 57,1%.

Tabela 49 - Variáveis do modelo e exponencial de beta .

	Beta	Erro padrão	Wald	gl	Sig.	Exp (Beta)	Intervalo de confiança de 95,0% para EXP(B)	
							Limite inferior	Limite superior
Faixa etária > 40 anos	1,617	,662	5,974	1	,015	5,040	1,378	18,438
Classe social			5,310	2	,070			
Classe social B	1,422	,786	3,275	1	,070	4,147	,889	19,352
Classe social C e D	1,752	,800	4,799	1	,028	5,768	1,203	27,660
Constant	-2,492	,768	10,528	1	,001	,083		

A Tabela 49 demonstra os resultados encontrados para cada categoria em relação a *baseline* escolhida, que é a categoria determinada para servir de base na comparação das outras.

Pode-se verificar que a variável faixa etária foi, estatisticamente, significativa, no nível de 5%, *p-value* 0,015. Sua exponencial de beta indica que as empresas que possuem seus empresários acima dos quarenta anos possuem cerca de 5,04 vezes mais chance de irem à falência que as que possuem empresários abaixo dessa idade. Ainda, empresas onde os empresários são da classe B possuem cerca de 4,15 vezes mais chance de fecharem que as que possuem empresários da classe social A.

Entretanto, esse resultado não é conclusivo, pois verifica-se que o intervalo de confiança para essa medida, está entre 0,89 e 19,35, logo, compreende-se, que o valor um está contido nesse intervalo, levando-nos à conclusão que as empresas que possuem empresários da classe B têm a mesma chance de fecharem do que os da classe A. Já, para os empresários da classe social C e D pode-se inferir que possuem 5,77 vezes mais chance de suas empresas fecharem que os da classe social A.

A Figura 2 apresenta graficamente como o modelo prediz os resultados.

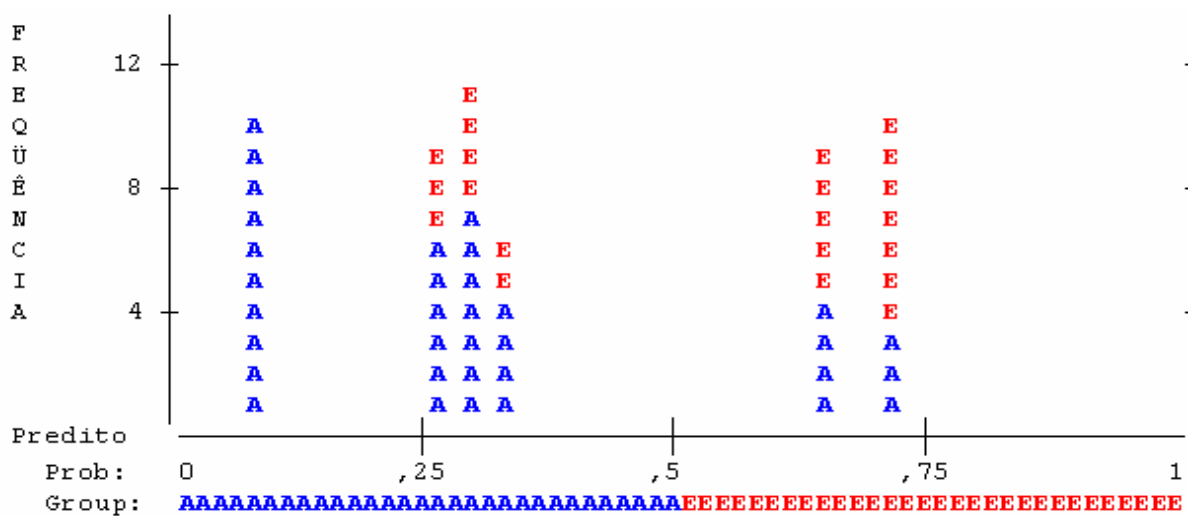


Figura 2 - Ajuste de modelo graficamente.

A Figura 2 apresenta os resultados preditos pelo modelo *versus* os valores observados. Como não se dispõe do ponto de corte para a probabilidade da empresa tornar-se extinta, adota-se 50%, ou seja, se o modelo apresentar resultado estimado acima de 50%, significa que estamos considerando que ela será extinta. Logo, a letra “E” posta anterior a 0,5, é o erro do modelo no qual considerou que as empresas são extintas como ativas. Analogamente, para as empresas ativas “A” acima de 0,5.

6 CONCLUSÕES, SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

6.1 CONCLUSÕES

As microempresas e as empresas de pequeno porte são um poderoso fator de promoção econômico-social de uma nação. No caso brasileiro, a atuação das micro e pequenas empresas no mercado significa geração de empregos, impostos, tecnologia, conhecimento, renda e desenvolvimento social.

A retomada do crescimento econômico do país passa necessariamente pelo fortalecimento das micro e pequenas empresas e pela alavancagem do espírito empreendedor daqueles que desejam transformar o sonho do negócio na realidade da empresa. Sabe-se que o clima socioeconômico influencia, significativamente, o surgimento de empreendedores e da atividade empreendedora.

Esse estado de coisas fez surgir o objetivo geral desta pesquisa, o de identificar o perfil sócio-econômico do empreendedor e os fatores que podem indicar o sucesso e/ou a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz /ES.

Assim, por meio do uso da estatística descritiva, os resultados da pesquisa realizada sobre o perfil socioeconômico do empreendedor de micros e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz /ES (questão Q1), apresentaram as seguintes conclusões:

a) O resultado da pesquisa apresenta coerência com diversos estudos já desenvolvidas sobre o assunto, conforme autores citados anteriormente;

b) A maioria das micro e pequenas empresas comerciais pesquisadas são(eram) firmas individuais – Empresário, optantes pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual, constituída com capital inicial de no máximo R\$ 20.000,00 e, em sua maioria, o faturamento anual oscila(va) entre as três primeiras faixas da ME que vai até R\$ 120.000,00, e no máximo empregam(vam) até 5 funcionários;

c) Os principais motivos para o fechamento das empresas comerciais foram: falta de capital de giro, carga tributária elevada e problemas financeiros, giro dos estoques, podendo inferir, nese caso a falta de planejamento.

d) A maioria dos empresários é do sexo masculino, casado, faixa etária oscilando entre os 25 até 39 anos, possui em média 2 filhos. Possui o 2º grau e/ou o 3º grau completo. Com relação às empresas extintas esse indicador se apresenta de forma invertida, com maior concentração no 1º e 2º graus. Em ambos os casos, os empresários cursaram o 1º ou 2º graus em escolas públicas e se possuem o 3º grau, o fizeram em faculdades particulares.

e) A renda familiar está concentrada entre a classe A1 (R\$ 7.793,00) e a classe B1 (R\$ 2.804,00), possuindo em média até 3 pessoas que dependem de sua renda. A maioria dos empresários que continuam no mercado estão satisfeitos com sua renda. Enquanto que os ex-empresários possuíam a freqüência de sua renda entre a classe B2 (R\$ 2.803,00) e a classe C (R\$ 937,00).

f) O ingresso dos empresários no ramo do comércio foi em decorrência de terem identificado uma oportunidade de negócio e o desejo de ter o próprio negócio. Iniciaram suas atividades sem assessoria de profissionais da área e utilizaram o conhecimento do profissional de contabilidade somente para legalizar a empresas. Com relação aos ex-empresários o motivo foi, em sua maioria, por estarem

desempregados e/ou identificaram uma oportunidade de negócio. Iniciaram sua atividade com assessoria do contador, porém, não obtiveram sucesso com o empreendimento, vindo a fechar a empresa. Nos dois casos, empresários das empresas ativas e ex-empresários, antes de iniciarem seus empreendimentos eram empregados de empresas privadas.

g) No caso do, ex-empresários, em sua maioria, retornaram para o mercado de trabalho após fecharem seus estabelecimentos comerciais.

A questão Q2 buscou conhecer os fatores que podem contribuir para o sucesso e / ou insucesso (mortalidade) das micro e pequenas empresas comerciais do Município de Aracruz/ES. Sobre a ótica dos empresários das empresas comerciais ativas, conclui-se que os fatores que mais se destacam e contribuem para o sucesso da empresa são:

a) Ter bom conhecimento do mercado onde atua, boa estratégia de vendas, ser persistente e perseverante, reinvestir os lucros, ter capacidade de liderança e aproveitamento das oportunidades de negócios.

b) Com relação às áreas de conhecimentos, planejamento e controle, vendas, marketing, organização operacional, análise financeira, relações humanas, conjuntura econômica e informática, conjugadas com assessorias financeiras, qualidade e contábil, são as que oferecem maior probabilidade para o sucesso do empreendedor.

c) Dos fatores utilizados para direcionar as ações administrativas da empresa, aparece em primeiro lugar à experiência dos empresários com 75,8% vindo em segundo lugar as informações contábeis com 51,5%.

d) E, como elementos de controles nas empresas tais como: contas a receber, pagar, fluxo de caixa, custos, despesas, 62,2% os consideram muito importantes, e 63,2% os têm em suas empresas.

Sob a ótica dos ex-empresários das empresas comerciais extintas, a pesquisa mostra que os resultados obtidos com os empresários das empresas ativas são bastante coerentes com o resultado obtido com a pesquisa com os ex-empresários.

Após análise efetuada por meio da estatística descritiva, os dados foram processados com o uso do software SPSS for Windows.¹¹ empregando o modelo de regressão logística de forma a verificar quais das variáveis utilizadas na pesquisa oferecem melhores condições de prever a probabilidade de uma empresa se manter no mercado ou vir a fechar. O resultado apresentado pelo modelo é o seguinte:

a) Empresas que possuem empresários acima de 40 anos possuem 5,04 vezes mais chances de irem à falência do que empresas que possuem empresários com a faixa etária menor que 40 anos.

b) Empresários que pertencem à classe C e D possuem 5,77 vezes mais chance de fecharem que as empresas que possuem empresários da classe B.

E, por fim, das medidas de políticas públicas, as consideradas de maior importância para o sucesso das micro e pequenas empresas são: crédito preferencial, desburocratização do processo de registros (abertura) das empresas, e tratamento tributário diferenciado.

6.2 SUGESTÕES E LIMITAÇÕES DO ESTUDO

6.2.1 SUGESTÕES

Sugere-se, para trabalhos futuros sobre as microempresas e as empresas de pequeno porte, o desenvolvimento de pesquisas que abordem a escolaridade *versus* a idade e a classe social a que pertencem os empreendedores, pois, estas são as particularidades que indicam maior influência para sucesso e/ou mortalidade das micros e pequenas empresas, apresentadas pela regressão logística. Espera-se, também, reaplicar a pesquisa com uma amostra mais robusta com os micros e pequenos empresários de forma a confirmar ou não pressupostos apresentados nesta pesquisa. Outra sugestão é o desenvolvimento de pesquisas de forma a comprovar se a falta de capital de giro, a carga tributária elevada e os problemas financeiros são os principais fatores para insucesso das micros e pequenas empresas ou se é a falta de planejamento estratégico que contribui para um melhor delineamento desse segmento de empresas a se manterem no mercado.

6.2.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A pesquisa desenvolvida apresenta algumas limitações que devem ser consideradas, a saber:

- ? A primeira delas diz respeito ao fato de se considerar somente os empreendedores do município de Aracruz/ES, por se tratar da terceira maior arrecadação do Estado do Espírito Santo e possuir características diferenciadas em relação aos municípios vizinhos.

- ? O segundo fator limitante é a representatividade da amostra, que não é tão significativa para que a regressão logística possa estar tão confortável. Neste estudo foram consideradas apenas 34 empresas que estão em plena atividade e 21 extintas, sem delimitar um corte no ano de criação das empresas no momento da realização da pesquisa.
- ? O estudo considera apenas os aspectos relacionados ao perfil empreendedor e a mortalidade das micro e pequenas empresas, desconsiderando demais aspectos relevantes ao sucesso de empreendimentos, como o plano de negócios, o planejamento estratégico e a pesquisa de mercado.

Enfim, este estudo não teve a pretensão de esgotar todos os pontos pertinentes ao perfil do empreendedor *versus* a mortalidade das micros e pequenas empresas, mas de contribuir para uma melhor compreensão desse processo, acreditando que, através do desenvolvimento de outros estudos mais aprofundados acerca do tema, seja possível encontrar elementos que venham a contribuir para a redução da mortalidade das micros e pequenas empresas nos primeiros 5 anos de vida.

7 REFERÊNCIAS

ABEP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISAS. Critérios de classificação econômica Brasil. 2003. Disponível em: www.abep.org. Acesso em 21/08/2005.

ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. **Desenvolvimento de um modelo de planejamento estratégico para grupos de pequenas empresas.** Tese de Doutorado. São Paulo, FEA/USP, 1994.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Atlas, 1997.

ARACRUZ CELULOSE. **Programa produtor florestal.** 2005. Disponível em: www.produtorflorestal.com.br/. Acesso em 05/02/2006.

BANDES. **Desempenho recente do comércio varejista.** Publicado pela Gerência setorial de comércio e serviços. Data: Dezembro/98 Nº 20. Disponível em: www.bndes.gov.br/conhecimento/setorial/get2is20. Acesso em 18/11/2005.

BARBOSA, Jenny D.; TEIXEIRA, Rivanda Miranda. **Apesar dos pesares, vale a pena ser pequeno empresário?** Traçando o perfil e descobrindo motivos. In: Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2001, Londrina. Anais[...] Londrina, 2001. p.14-30.

BASSI, Eduardo. **Empresas locais e globalização:** guia de oportunidades estratégicas para o dirigente nacional. São Paulo: Cultura, 2000.

BATALHA, Wilson de Souza Campos. **Estatuto da microempresa.** Rio de Janeiro: Forense, 1989.

BEDÊ, Marco Aurélio.; AZZONI, Carlos Roberto. (Coords). **Estudo da mortalidade das empresas paulistas.** São Paulo, 1999. Pesquisa realizada no Estado de São Paulo entre 1998 e 1999. Disponível em? <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em 13 jun. 2005.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

BIRLEY, Sue, MUZIKA, Daniel. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BRANDÃO, Claudinei Terra e ROZO, José Danúbio. Análise discriminante. In: CORRAR, Luiz J. E THEÓPLILO, Carlos Renato, (coordenadores). **Pesquisas operacional para decisão em contabilidade e administração**. Contabilometria. São Paulo: Atlas, 2004.

BRASIL. **Lei n. 6.586, de 6.11.78**. Classifica o comerciante ambulante para fins trabalhistas e previdenciários. Publicado no D.O.U. de 7.11.1978.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição [da] República Federativa do Brasil**. 17 ed. Brasília. Câmara dos Deputados, Coordenação de publicações, 2001.

BRASIL. **Lei 8.864, de 28 de Março de 1994**. Estabelece normas para as Microempresas e empresas de pequeno porte. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em 28 de outubro de 2005.

BRASIL: **Lei 7.256, de 27 de novembro de 1984**. Estabelece normas integrantes do Estatuto da Microempresa. Disponível em www.receita.fazenda.gov.br. Acesso em 28/10/2005.

BRASIL. Lei n.º 9.317, de 05 de dezembro de 1996. **D.O.U. de 06/12/1996, pg. 25.973/7**. Disponível em: www.receita.fazenda.gov.br. Acesso em 22 de julho de 2005.

BRASIL. **Emenda Constitucional n.º 6, de 15 de agosto de 1995**. altera o inciso IX do art. 170, o art. 171 e o § 1º do art. 176 da Constituição Federal.

BRASIL. **Lei n. 9.732, de 11 de dezembro de 1998**. Altera dispositivos das Leis nºs 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e dá outras providências. Publicada no D.O.U. em 14/12/1998.

BRASIL. **Lei n.º 9.841, de 05 de outubro de 1999**. Estatuto da microempresa e empresa de pequeno porte. Disponível em: www.soleis.adv.br. Acesso em 22 de Julho 2005.

BRASIL. **Decreto Nº 3.474, de 19 de Maio de 2000.** Regulamenta a Lei nº 9.841, de 5 de outubro de 1999, que institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, e dá outras providências. Publicado no DOU de 22/05/2000.

BRASIL. **Lei n.º 10.406, de 10 de Janeiro de 2002.** Aprova o Novo Código Civil Brasileiro. Publicado no D.O.U, de 10/01/2003.

BRASIL. **Lei n.º 11.296, de 21 de novembro de 2005.** Altera os artigos 2º e 15 da lei 9317/96. Publicado D.O.U de 22/11/2005.

BULGARELLI, Waldirio. **Sociedades comerciais: empresa e estabelecimento.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1993.

BUENO, Valmor de Fátima Ferreira. **Avaliação de risco na concessão de crédito bancário para Micros e Pequenas Empresas.** 2004. 187f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2003.

CARVALHO, Kristiane Cera. **Gestão das informações sobre o ambiente na pequena empresa:** estudo comparativo de casos sobre o processo estratégico no setor de serviços (hoteleiro) da região de Brotas – SP. Tese de Mestrado. São Paulo: USP - São Carlos, 2004.

CASTRO JUNIOR, Francisco H. F. de. **Previsão de insolvência de empresas brasileiras usando análise discriminante, regressão logística e redes neurais.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: FEA/USP, 2003.

CAVALCANTE, Marly; FARAH, Osvaldo E; MELLO, Álvaro A. A. **Diagnóstico organizacional:** uma metodologia para pequenas e médias empresas. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

CIELO, Ivanete Daga. **Perfil do pequeno empreendedor:** uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Dissertação (mestrado em Engenharia de produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2001.

CHER, Rogério. **A gerência das pequenas e médias empresas:** o que saber para

administrá-las. 2. ed. São Paulo: Maltese, 1991.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

COELHO, Fábio U. **Curso de direito comercial**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando C. **O segredo de Luísa**: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editora Associados, 1999a.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 10 tiragem. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

_____, Empreendedorismo corporativo: conceitos e aplicações. In: **Revista de Negócios**. Edição Especial sobre Empreendedorismo. Universidade Regional de Blumenau – FURB – Blumenau. V. 9, n. 2, abril/junho 2004.

DRUCKER, Peter F. **Tecnologia, gerência e sociedade**. 2 ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 1973.

_____, **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

DUTRA, Ivan de Souza. **Ambiente empreendedor e a mortalidade empresarial**: estudo do perfil do empreendedor da micro e pequena empresa no norte do Paraná. Disponível em: www.anpad.org.br/enanpad/2004/html/enanpad2004-ece-2957, 2004. Acesso em 06/07/2005.

_____, **O perfil do empreendedor e a mortalidade de micro e pequenas empresas londrinenses**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração das Universidade Estadual de Londrina e Universidade Estadual de Maringá consorciadas. Londrina 2002.

_____, **Identificação de necessidades e utilização dos instrumentos de marketing na micro e pequena empresa**. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de

Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1982.

DUTRA Ivan de Souza, PREVIDELLI José J. **Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas**: Estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. Disponível - www.anpad.org.br/enanpad/2003/htm/enanpad2003-ece-1813, 2003. Acesso em 06/07/2005.

DOING BUSINESS IN BRASIL. International Bank for reconstruction and development / the World Bank. Washington, 2006.

ESTADO DO ESPÍRITO SANTO. **Lei N.º 7.000, de 27 de dezembro de 2001**. Dispõe sobre o Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS, e dá outras providências. Publicada no DOE 31/12/01.

FEDERAÇÃO E CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO – FIESP/CIESP. **Informativo digital do setor tributário**. Nº 06, de 24 de agosto de 2004. Porto Alegre. Disponível em: www.vencer-rs.com.br/portal/tributos/ Acesso em 13/11/2005.

FERREIRA, Alex Luiz. **Contexto atual**: a viabilidade no âmbito das pequenas e microempresas. Monografia – Instituto de Economia – Universidade de Campinas, 1995.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisas social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIMENEZ, F. A. P. *et al.* A mulher empreendedora: um estudo de caso no setor de confecções. In: BUSINESS ASSOCIATION OF LATIN AMERICAN STUDIES, 1998, Texas. **Anais...** Texas: Balas, 1998. v.1, p.311-322.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil - 2005**: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2006.

GOMES, Josir Simeone e SALAS, Joan M. Amat. **Controle de gestão**: uma abordagem contextual e organizacional. São Paulo: Atlas, 1999.

GREATTI, Ligia. **Perfis Empreendedores**: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial, no município de Maringá-PR. 2003. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração UEM/UEL. Maringá, 2003.

GUJARATI, Damodar N. **Econometria básica**. Tradução de Ernesto Yoshida. 3 ed. São Paulo : Makron Books, 2000.

HAIR, Joseph F., ANDERSON Rolph E., TATHAN Ronald L., *et al.* **Multivariate data analysis**. 5. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1998.

HALLORAN, James W. **Porque os empreendedores falham**. São Paulo: Makron Books, 1994.

HENTZ, Luiz Antonio Soares. **A teoria da empresa no novo Direito de Empresa**. Jus Navigandi, Teresina, a. 6, n. 58, ago. 2002. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=3085>>. Acesso em: 27 nov. 2005.

HISRICH, Robert D. e PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HITT, A. Michael; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração financeira**. Trad. José Carlos Barbosa dos Santos e Luiz Antonio Pedroso Rafael. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **As micro e pequenas empresas comerciais e prestadoras de serviços no Brasil 2001**. Estudos & Pesquisas Informação Econômica Número 1. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em www.ibge.gov.br. Acesso em 16/07/2004.

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Resultados da Amostra do Censo Demográfico 2000 - Malha municipal digital do Brasil: **situação em 2001**. Rio de Janeiro: IBGE, 2004. Disponível em www.ibge.gov.br/cidadesrt - Acesso em 09/01/2006.

JANOT, Marcio Magalhães. **Modelos de previsão de insolvência bancária no Brasil**. Trabalho para discussão 13. Banco Central do Brasil. Departamento de Estudos e Pesquisas. Brasília, março/2001.

JUDGE, George G. *et al.* **The Theory and Practice of Econometrics**, New York: John Wiley & Sons, Inc. 1985

LAGES, Vinícius; FALCÃO, José de Moraes. Desafios estruturais para o Brasil. **Revista SEBRAE, N.6 – Set/Out –2002.**

LEONE, Nilda M.C.P. **A dimensão física das pequenas e médias empresas: à procura de um critério homogeneizador**. Revista de Administração –RAUSP, São Paulo: FEA/USP, V. 31, nº 2, p. 91-94 abr/jun.1991

_____ **As especificidades das pequenas e médias empresas. Revista de Administração de Empresas**. São Paulo. V. 34, nº 2, p. 91-94, abr/jun. 1999.

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, j. William. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1998.

KLEI, Michael. Bird dá apoio a empreendedores. **Jornal de São Paulo**, 25 de outubro de 2005.

KOTESKI, Marcos Antonio. **As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro**. Revista FAE BUSINESS, nº 8, maio 2004.

MACMILLIAN, I.C.; MCGRATH, R.G.; SCHEINBERG, S. **Elitists, Risk-Takers and Rugged Individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non- entrepreneurs. Journal of Business Venturing**, v.7, n.2, p.115-135, 1992.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MÁRIO, Pouri do Carmo. **Contribuição ao estudo da solvência empresarial: uma análise de modelos de previsão – estudo exploratório aplicado em empresas mineiras**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Departamento de Contabilidade Atuarial. USP – São Paulo, 2002.

MARTINS, Franco. **Curso de direito comercial**. 28. ed. Atualizado por Jorge Lobo. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

MARTINS, Gilberto de Andrade e LINTZ, Alexandre. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2000.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

MEGLIORINI, Evandir, WEFFORT, Eliomar F. J; HOLANDA, Victor B. de. Amostragem. In: CORRAR, Luiz J. E THEÓPLILO, Carlos Renato, (coordenadores). **Pesquisas operacional para decisão em contabilidade e administração**. Contabilometria. São Paulo: Atlas, 2004.

MELCHOR, Paulo. **Leis da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte e o novo estatuto (Lei 9841/99)**. Jus Navigandi, Teresina, a. 4, n. 37, dez. 1999. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=751>>. Acesso em: 13 nov. 2005.

MENDONÇA, José X. C. **Tratado de direito comercial**. Atualizado por Ricardo Negrão. Campinas: Bookseller, 2000. v.1. p. 533-535.

MOTTA, Paulo Roberto. **Transformação organizacional: a teoria e a prática de inovar**. 3ª reimpressão. Rio de Janeiro: 2000.

MOTTA, Flávia Gutierrez. **Fatores condicionantes na adoção de métodos de custeio em pequenas empresas: estudo multicasos em empresas do setor metal-mecânico de São Carlos – SP**. Dissertação (mestrado). Universidade de São Paulo – Escola de Engenharia de São Carlos. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. USP/São Carlos, 2000.

NAJBERG, Sheila; PUGA, Fernando Pimentel. **Sobrevivência das firmas brasileiras: um estudo para aumentar a compreensão sobre o grau de sobrevivência das empresas no Brasil**. In Revista do SEBRAE, Nº 6, Set/Out –2002.

NAJBERG, Sheila; PUGA, Fernando Pimentel; OLIVEIRA, Paulo A. de Souza de. **Sobrevivência das firmas no Brasil: Dez 1995 a Dez. 1997**. In Revista do BANDES, Rio de Janeiro, V 7, n.º 13, p. 33-48, Junho 2000.

NERILO, Lucíola Fabrete Lopes. **O direito empresarial superando o arcaico sistema dos atos de comércio**. Jus Navigandi, Teresina, a. 6, n. 54, fev. 2002. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2698>>. Acesso em: 27 nov. 2005.

Norius, M.J. **SPSS for Windows: advanced statistics, release 6.0**. Chicago. SPSS INC., 1993.

Ohlson, James A. Financial ratios and the probabilistic prediction of bankruptcy. **Journal of Accounting Research**, v. 18, n.1, pp. 109-131, September 1980.

OLIVEIRA, Antonio B. Silva (Coord.) **Métodos e técnicas de pesquisas em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, Marco A. **Valeu! Passos na Trajetória de um empreendedor**. São Paulo: Nobel, 1995.

PALERMO, Fernanda Kellner de Oliveira. **As micro e pequenas empresas como propulsoras do desenvolvimento econômico e social**: contribuição para o incremento das atividades econômicas no âmbito do Mercosul. Jus Navigandi, Teresina, a. 6, n. 55, mar. 2002. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2735>>. Acesso em: 13 nov. 2005.

PEREIRA, Mariza Faria Fidelis. **Gerenciamento da Informação**: Um diagnóstico da Micro e Pequena Empresa Industrial de Londrina. Dissertação de Mestrado. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção 2003.

PINHEIRO, M. **Gestão e desempenho das empresas de pequeno porte**. Tese de Doutorado. São Paulo:FEA –USP, 1996.

PIZZOL, Sílvia Janine S. de. **Comportamento dos cafeicultores perante o risco: uma análise de três sistemas de produção da região de Marília, SP**. Dissertação de Mestrado. Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002

QUEIROZ, Mary Elbe. As micro e pequenas empresas em busca da justiça fiscal. **Revista SEBRAE** n. 06, set/out/2002.

RAGSDALE, Cliff T. **Spreadsheet modeling & decision analysis**: a practical introduction to management science. 4. ed. Cincinnati: Thomson- South-Western, 2004.

REGO, Araguacy Affonso, *et al.* **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas**. Brasília: SEBRAE, 1999.

REIS, Dálcio Roberto dos. **Avalie suas capacidades de gestão**. Apostila de curso.

Curitiba: CEFET-PR, 2001.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. 23. ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

RESNIK, Paul. **A bíblia da pequena empresa**. São Paulo: McGraw-Hill, Makron Books, 1990.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França. **Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informações empresariais**. São Paulo: Atlas, 2000.

SALA DO EMPRESÁRIO – **Revista de estratégia empresarial**: na rota da globalização. Ano VI, nº 17, 2001.

SCHUMPETER, Joseph A. **The creative response in economic history**. Journal of Economic History, p. 149-159, 1947.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. Relatório de pesquisas. Brasília – Agosto/2004.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

Disponível em <http://www.sebrae.org.br>. Acesso em 16.07.2005.

SEBRAE. Demografia de empresas. Disponível em:

www.sebrae.org.br/br/ued/demo_empr.htm. Acesso em: 22 de Julho de 2005.

SEFA – SECRETARIA DA FAZENDA DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO.

Departamento de informações econômico-fiscais: catálogo de contribuintes por município. Vitória/ES 2005.

SILVA, Anielson Barbosa da. **A pequena empresa na busca da excelência**. João Pessoa: Universitária, 1998.

SILVA, Sérgio A. R. G. Teoria da empresa - um retorno ao critério subjetivo. **Revista dos Tribunais**, São Paulo: Revista dos Tribunais, ano 90, n. 783, Jan. 2001.

SOUZA, Maria Carolina A.F. de. **Pequenas e médias empresas na reestruturação industrial**. Brasília: Sebrae, 1995.

SPÍNOLA, André Silva. **O tratamento diferenciado, simplificado e favorecido concedido à microempresa e à empresa de pequeno porte**: Princípios

constitucionais da isonomia e da capacidade contributiva. Jus Navigandi, Teresina, a. 7, n. 62, fev. 2003. Disponível em:

<<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=3724>>. Acesso em: 15 nov. 2005.

STEVENSON, William J. **Estatística aplicada à administração**. Tradução: Alfredo Alves de Farias. São Paulo: Harbra Ltda, 1981.

TADDEI, Marcelo Gazzi. **O Direito comercial e o novo Código Civil brasileiro**.

Teresina, ano 6, n. 57, jul. 2002. Disponível em:

<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=3004>, Acesso em: 27 nov. 2005

TEIXEIRA, Aridelmo J. C. **A utilização de informações contábeis no processo decisório de gestores de médias empresas industriais no estado do Espírito Santo**: uma abordagem multidisciplinar. Tese de Doutorado apresentada a Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, USP, 2002.

TERENCE, Ana Cláudia Fernandes. **Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa**: desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento. Dissertação apresentada à Escola de Engenharia de São Carlos – USP/SP, 2002.

TRIVIÑOS, Augusto N. Silva. **Introdução à pesquisas em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TORNATZKY, L. G.; BATTIS, Y.; McCREA, N. E. e LEWIS, M. S. **The art and craft of technology business incubation**: best practices, strategies and tools from more than 50 programs. Ohio; NBIA, 1996,

WESTHEAD, Paul. Company performance and objectives reported first and multigeneration family companies: a reserch note. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 10, p. 93-105, 2003.

ZIMMERER, Thomas. W.; SCARBOROUGH, Norman. M. **Essentials of small business management**. New York: Macmillan College, 1994.

ANEXO 1

Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE

Estrutura detalhada da CNAE e subclasse da CNAE – Fiscal 1.1: Códigos e denominações

Seção	Divisão	Grupo	Classe	Subclasse	Denominação
G					COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES, OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS
	50				COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS; E COMÉRCIO A VAREJO DE COMBUSTÍVEIS
		501			COMÉRCIO A VAREJO E POR ATACADO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES
			5010-5		Comércio a varejo e por atacado de veículos automotores
				5010-5/01	Comércio por atacado de automóveis, camionetas e utilitários, novos e usados
				5010-5/02	Comércio a varejo de automóveis, camionetas e utilitários novos
				5010-5/03	Comércio por atacado de caminhões novos e usados
				5010-5/04	Comércio por atacado de reboques e semi-reboques novos e usados
				5010-5/05	Comércio por atacado de ônibus e microônibus novos e usados
				5010-5/06	Comércio a varejo de automóveis, camionetas e utilitários usados
				5010-5/07	Representantes comerciais e agentes do comércio de veículos automotores
		502			MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES
			5020-2		Manutenção e reparação de veículos automotores
				5020-2/01	Serviços de manutenção e reparação de automóveis
				5020-2/02	Serviços de manutenção e reparação de caminhões, ônibus e outros veículos pesados
				5020-2/03	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos
				5020-2/04	Serviços de borracheiros e gomaria
				5020-2/05	Serviços de instalação, manutenção e reparação de acessórios para veículos automotores
				5020-2/06	Serviços de reboque de veículos
		503			COMÉRCIO A VAREJO E POR ATACADO DE PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES
			5030-0		Comércio a varejo e por atacado de peças e acessórios para veículos automotores
				5030-0/01	Comércio por atacado de peças e acessórios novos para veículos automotores
				5030-0/02	Comércio por atacado de pneumáticos e câmaras de ar
				5030-0/03	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores
				5030-0/04	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras de ar
				5030-0/05	Representantes comerciais e agentes do comércio de peças e acessórios novos e usados para veículos automotores
				5030-0/06	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores
		504			COMÉRCIO, MANUTENÇÃO E REPARAÇÃO DE MOTOCICLETAS, PARTES PEÇAS E ACESSÓRIOS
			5041-5		Comércio a varejo e por atacado de motocicletas, partes, peças e acessórios
				5041-5/01	Comércio por atacado de motocicletas e motonetas
				5041-5/02	Comércio por atacado de peças e acessórios para motocicletas e motonetas
				5041-5/03	Comércio a varejo de motocicletas e motonetas

	5041-5/04	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas
	5041-5/05	Representantes comerciais e agentes do comércio de peças e acessórios para motocicletas e motonetas
	5042-3	Manutenção e reparação de motocicletas
505	5042-3/00	Manutenção e reparação de motocicletas e motonetas COMÉRCIO A VAREJO DE COMBUSTÍVEIS
	5050-4	Comércio a varejo de combustíveis
	5050-4/00	Comércio a varejo de combustíveis e lubrificantes para veículos automotores
51	511	COMÉRCIO POR ATACADO E REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO REPRESENTANTES COMERCIAIS E AGENTES DO COMÉRCIO
	5111-0	Representantes comerciais e agentes do comércio de matérias-primas agrícolas, animais vivos, matérias primas têxteis e produtos semi-acabados
	5111-0/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de matérias primas agrícolas, animais vivos, matérias primas têxteis e produtos semi-acabados
	5112-8	Representantes comerciais e agentes do comércio de combustíveis, minerais, metais e produtos químicos industriais
	5112-8/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de combustíveis, minerais, metais e produtos químicos industriais
	5113-6	Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens
	5113-6/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens
	5114-4	Representantes comerciais e agentes do comércio de máquinas, equipamentos industriais, embarcações e aeronaves
	5114-4/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de máquinas, equipamentos industriais, embarcações e aeronaves
	5115-2	Representantes comerciais e agentes do comércio de móveis e artigos de uso doméstico
	5115-2/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de móveis e artigos de uso doméstico
	5116-0	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de couro
	5116-0/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de couro
	5117-9	Representantes comerciais e agentes do comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo
	5117-9/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo
	5118-7	Representantes comerciais e agentes do comércio especializado em produtos não especificados anteriormente
	5118-7/00	Representantes comerciais e agentes do comércio especializado em produtos não especificados anteriormente
	5119-5	Representantes comerciais e agentes do comércio de mercadorias em geral (não especializados)
	5119-5/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de mercadorias em geral (não-especializado)
512	5121-7	COMÉRCIO ATACADISTA DE MATÉRIAS PRIMAS AGRÍCOLAS, ANIMAIS VIVOS; PRODUTOS ALIMENTÍCIOS PARA ANIMAIS Comércio atacadista de matérias primas agrícolas e produtos semi-acabados; produtos alimentícios para animais

	5121-7/01	Comércio atacadista de produtos alimentícios industrializados para animais - exceto domésticos
	5121-7/02	Comércio atacadista de algodão
	5121-7/03	Comércio atacadista de café em grão
	5121-7/04	Comércio atacadista de soja
	5121-7/05	Comércio atacadista de fumo em folha não beneficiado
	5121-7/06	Comércio atacadista de cacau em baga
	5121-7/07	Comércio atacadista de sementes, flores, plantas e gramas
	5121-7/08	Comércio atacadista de sisal
	5121-7/09	Comércio atacadista de produtos agrícolas in natura com atividade de fracionamento e acondicionamento associada
	5121-7/99	Comércio atacadista de outros cereais "in natura", leguminosas e matérias primas agrícolas diversas
5122-5		Comércio atacadista de animais vivos
	5122-5/01	Comércio atacadista de bovinos
	5122-5/02	Comércio atacadista de eqüinos
	5122-5/03	Comércio atacadista de ovinos
	5122-5/04	Comércio atacadista de suínos
	5122-5/05	Comércio atacadista de outros animais vivos
	5122-5/06	Comércio atacadista de couros, peles, chifres, ossos, cascos, crinas, lã, pelos e cerdas em bruto, penas e plumas
513		COMÉRCIO ATACADISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO
	5131-4	Comércio atacadista de leite e produtos do leite
	5131-4/00	Comércio atacadista de leite e produtos do leite
5132-2		Comércio atacadista de cereais e leguminosas, farinhas, amidos e féculas
	5132-2/01	Comércio atacadista de cereais beneficiados e leguminosas beneficiados
	5132-2/02	Comércio atacadista de farinhas , amidos e féculas
	5132-2/03	Comércio atacadista de cereais e leguminosas beneficiados, farinhas, amidos e féculas, com atividade de fracionamento e acondicionamento associada
5133-0		Comércio atacadista de hortifrutigranjeiros
	5133-0/01	Comércio atacadista de frutas, verduras, raízes, tubérculos, hortaliças e legumes frescos
	5133-0/02	Comércio atacadista de aves vivas e ovos
	5133-0/03	Comércio atacadista de coelhos e outros pequenos animais vivos para alimentação
5134-9		Comércio atacadista de carnes e produtos de carne
	5134-9/00	Comércio atacadista de carnes e produtos de carne
5135-7		Comércio atacadista de pescados
	5135-7/00	Comércio atacadista de pescados e frutos do mar
5136-5		Comércio atacadista de bebidas
	5136-5/01	Comércio atacadista de água mineral
	5136-5/02	Comércio atacadista de cerveja, chope e refrigerante
	5136-5/03	Comércio atacadista de bebidas com atividade de fracionamento e acondicionamento associada
	5136-5/99	Comércio atacadista de outras bebidas em geral
5137-3		Comércio atacadista de produtos do fumo
	5137-3/01	Comércio atacadista de fumo beneficiado
	5137-3/02	Comércio atacadista de cigarros, cigarrilhas e charutos
5139-0		Comércio atacadista de outros produtos alimentícios, não especificados anteriormente
	5139-0/01	Comércio atacadista de café torrado, moído e solúvel
	5139-0/02	Comércio atacadista de açúcar
	5139-0/03	Comércio atacadista de óleos e gorduras
	5139-0/04	Comércio atacadista de pães, bolos, biscoitos e similares
	5139-0/05	Comércio atacadista de massas alimentícias em geral
	5139-0/06	Comércio atacadista de sorvetes

	5139-0/07	Comércio atacadista de produtos alimentícios para animais domésticos
	5139-0/08	Comércio atacadista de chocolates, confeitos, balas, bombons e semelhantes
	5139-0/09	Comércio atacadista de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente, com atividade de fracionamento e acondicionamento associada
	5139-0/99	Comércio atacadista de outros produtos alimentícios
514		COMÉRCIO ATACADISTA DE ARTIGOS DE USOS PESSOAL E DOMÉSTICO
	5141-1	Comércio atacadista de fios têxteis, tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho
	5141-1/01	Comércio atacadista de fios e fibras têxteis
	5141-1/02	Comércio atacadista de tecidos
	5141-1/03	Comércio atacadista de artigos de cama, mesa e banho
	5141-1/04	Comércio atacadista de artigos de armarinho
	5142-0	Comércio atacadista de artigos do vestuário e complementos
	5142-0/01	Comércio atacadista de artigos do vestuário e complementos - exceto profissionais e de segurança
	5142-0/02	Comércio atacadista de roupas e acessórios para uso profissional e de segurança do trabalho
	5142-0/03	Comércio atacadista de bolsas, malas e artigos de viagem
	5143-8	Comércio atacadista de calçados
	5143-8/00	Comércio atacadista de calçados
	5144-6	Comércio atacadista de eletrodomésticos e outros equipamentos de usos pessoal e doméstico
	5144-6/01	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos elétricos de uso pessoal e doméstico
	5144-6/02	Comércio atacadista de aparelhos eletrônicos de uso pessoal e doméstico
	5145-4	Comércio atacadista de produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e odontológicos
	5145-4/01	Comércio atacadista de produtos farmacêuticos de uso humano
	5145-4/02	Comércio atacadista de produtos farmacêuticos de uso veterinário
	5145-4/03	Comércio atacadista de instrumentos e materiais médico-cirúrgico- hospitalares e laboratoriais
	5145-4/04	Comércio atacadista de próteses e artigos de ortopedia
	5145-4/05	Comércio atacadista de produtos odontológicos
	5146-2	Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria
	5146-2/01	Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria
	5146-2/02	Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal
	5147-0	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais, e outras publicações
	5147-0/01	Comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria
	5147-0/02	Comércio atacadista de livros, jornais e outras publicações
	5149-7	Comércio atacadista de outros artigos de uso pessoal e doméstico, não especificados anteriormente
	5149-7/01	Comércio atacadista de produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar
	5149-7/02	Comércio atacadista de bicicletas, triciclos e outros veículos recreativos
	5149-7/03	Comércio atacadista de móveis
	5149-7/04	Comércio atacadista de artigos de tapeçaria, colchoaria; persianas e cortinas
	5149-7/05	Comércio atacadista de lustres, luminárias e abajures
	5149-7/06	Comércio atacadista de filmes, fitas e discos

	5149-7/07	Comércio atacadista de produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar, com atividade de fracionamento e acondicionamento associada
	5149-7/08	Comercio atacadista de jóias, relógios e bijuterias, inclusive pedras preciosas e semi-preciosas lapidadas.
	5149-7/99	Comércio atacadista de outros artigos de uso pessoal e doméstico
515		COMÉRCIO ATACADISTA DE PRODUTOS INTERMEDIÁRIOS NÃO-AGROPECUÁRIOS, RESÍDUOS E SUCATAS
	5151-9	Comércio atacadista de combustíveis
	5151-9/01	Comércio atacadista de álcool carburante, gasolina e demais derivados de petróleo - exceto transportador retalhista (TRR) e lubrificantes
	5151-9/02	Comércio atacadista de combustíveis realizado por transportador retalhista (TRR)
	5151-9/03	Comércio atacadista de gás liquefeito de petróleo (GLP)
	5151-9/04	Comércio atacadista de combustíveis de origem vegetal - exceto álcool carburante
	5151-9/05	Comércio atacadista de combustíveis de origem mineral em bruto
	5151-9/06	Comércio atacadista de lubrificantes
	5152-7	Comércio atacadista de produtos extrativos de origem mineral
	5152-7/00	Comércio atacadista de produtos extrativos de origem mineral - exceto combustíveis.
	5153-5	Comércio atacadista de madeira, material de construção, ferragens e ferramentas
	5153-5/01	Comércio atacadista de madeira em bruto e produtos derivados
	5153-5/02	Comércio atacadista de cimento
	5153-5/03	Comércio atacadista de ferragens e ferramentas
	5153-5/04	Comércio atacadista de tintas, vernizes e similares
	5153-5/05	Comércio atacadista de material elétrico para construção
	5153-5/06	Comércio atacadista de mármore e granitos
	5153-5/07	Comércio atacadista de vidros, espelhos, vitrais e molduras
	5153-5/99	Comércio atacadista de outros materiais para construção
	5154-3	Comércio atacadista de produtos químicos
	5154-3/01	Comércio atacadista de defensivos agrícolas, adubos, fertilizantes e corretivos do solo
	5154-3/02	Comércio atacadista de resinas e elastômeros
	5154-3/03	Comércio atacadista de solventes .
	5154-3/99	Comércio atacadista de outros produtos químicos
	5155-1	Comércio atacadista de resíduos e sucatas
	5155-1/01	Comércio atacadista de resíduos e sucatas metálicos
	5155-1/02	Comércio atacadista de resíduos e sucatas não metálicos - exceto de papel e papelão recicláveis
	5155-1/03	Comércio atacadista de resíduos de papel e papelão recicláveis
	5159-4	Comércio atacadista de outros produtos intermediários não-agropecuários, não especificados anteriormente
	5159-4/01	Comércio atacadista de embalagens
	5159-4/02	Comércio atacadista de papel e papelão em bruto
	5159-4/03	Comércio atacadista de produtos siderúrgicos e metalúrgicos - exceto para construção.
	5159-4/99	Comércio atacadista de outros produtos intermediários não-agropecuários, não especificados anteriormente
516		COMÉRCIO ATACADISTA DE MÁQUINAS, APARELHOS E EQUIPAMENTOS PARA USOS AGROPECUÁRIO, COMERCIAL, DE ESCRITÓRIO, INDUSTRIAL, TÉCNICO E PROFISSIONAL
	5161-6	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso agropecuário

		5161-6/00	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos de uso agropecuário; suas peças e acessórios
	5164-0		Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para o comércio e escritório
		5164-0/01	Comercio atacadista de máquinas e equipamentos para o comércio, partes e peças.
		5164-0/02	Comércio atacadista de máquinas e equipamentos para o escritório, partes e peças.
	5165-9		Comércio atacadista de computadores, equipamentos de telefonia e comunicação, partes e peças
		5165-9/01	Comércio atacadista de equipamentos de informática, partes e peças.
		5165-9/02	Comércio atacadista de equipamentos de comunicação, partes e peças.
	5169-1		Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para usos industrial, técnico e profissional e outros usos, não especificados anteriormente
		5169-1/01	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso industrial; suas peças e acessórios
		5169-1/02	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos, equipamentos e materiais odonto-médico-hospitalares e laboratoriais; suas peças e acessórios
		5169-1/03	Comércio atacadista de bombas e compressores; suas peças e acessórios
		5169-1/99	Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para outros usos não especificados anteriormente; suas peças e acessórios
519			COMÉRCIO ATACADISTA DE MERCADORIAS EM GERAL OU NÃO COMPREENDIDAS NOS GRUPOS ANTERIORES
	5191-8		Comércio atacadista de mercadorias em geral (não especializado)
		5191-8/01	Comércio atacadista de mercadorias em geral sem predominância de artigos para uso na agropecuária
		5191-8/02	Comércio atacadista de artigos para uso na agropecuária
	5192-6		Comércio atacadista especializado em mercadorias não especificadas anteriormente
		5192-6/00	Comércio atacadista especializado em mercadorias não especificadas anteriormente
52			COMÉRCIO VAREJISTA E REPARAÇÃO DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS
	521		COMÉRCIO VAREJISTA NÃO ESPECIALIZADO
		5211-6	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda superior a 5000 metros quadrados – hipermercados
		5211-6/00	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda superior a 5000 metros quadrados – hipermercados
	5212-4		Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda entre 300 e 5000 metros quadrados – supermercados
		5212-4/00	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda entre 300 e 5000 metros quadrados – supermercados
	5213-2		Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda inferior a 300 metros quadrados - exceto lojas de conveniência
		5213-2/01	Minimercados
		5213-2/02	Mercearias e armazéns varejistas

	5214-0	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios industrializados - lojas de conveniência
	5214-0/00	Comércio varejista de mercadorias em lojas de conveniência
	5215-9	Comércio varejista não especializado, sem predominância de produtos alimentícios
	5215-9/01	Lojas de departamentos ou magazines
	5215-9/02	Lojas de variedades - exceto lojas de departamentos ou magazines
	5215-9/03	Lojas duty free de aeroportos internacionais
522		COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO
	5221-3	Comércio varejista de produtos de padaria, de laticínio, frios e conservas
	5221-3/01	Comércio varejista de produtos de padaria e de confeitaria
	5221-3/02	Comércio varejista de laticínios, frios e conservas
5222-1		Comércio varejista de balas, bombons e semelhantes
	5222-1/00	Comércio varejista de balas, bombons e semelhantes
5223-0		Comércio varejista de carnes – açougues
	5223-0/00	Comércio varejista de carnes – açougues
5224-8		Comércio varejista de bebidas
	5224-8/00	Comércio varejista de bebidas
5229-9		Comércio varejista de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente e de produtos do fumo
	5229-9/01	Tabacaria
	5229-9/02	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros
	5229-9/03	Peixaria
	5229-9/99	Comércio varejista de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente
523		COMÉRCIO VAREJISTA DE TECIDOS, ARTIGOS DE ARMARINHO, VESTUÁRIO E CALÇADOS
	5231-0	Comércio varejista de tecidos e artigos de armarinho
	5231-0/01	Comércio varejista de tecidos
	5231-0/02	Comercio varejista de artigos de armarinho
	5231-0/03	Comercio varejista de artigos de cama, mesa e banho
5232-9		Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos
	5232-9/00	Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos
5233-7		Comercio varejista de calçados, artigos de couro e de viagem
	5233-7/01	Comercio varejista de calçados
	5233-7/02	Comércio varejista de artigos de couro e de viagem
524		COMÉRCIO VAREJISTA DE OUTROS PRODUTOS
	5241-8	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, artigos médicos e ortopédicos, de perfumaria e cosméticos
	5241-8/01	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, sem manipulação de fórmulas.
	5241-8/02	Comércio varejista de produtos farmacêuticos homeopáticos
	5241-8/03	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, com manipulação de fórmulas.
	5241-8/04	Comércio varejista de artigos de perfumaria, cosméticos e de higiene pessoal
	5241-8/05	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos
	5241-8/06	Comércio varejista de medicamentos veterinários
	5242-6	Comércio varejista de máquinas e aparelhos de usos doméstico e pessoal, discos e instrumentos musicais
	5242-6/01	Comércio varejista de máquinas, aparelhos e equipamentos elétrico, eletrônico de uso doméstico e pessoal - exceto equipamentos de informática
	5242-6/02	Comércio varejista de artigos fotográficos e cinematográficos
	5242-6/03	Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios

	5242-6/04	Comércio varejista de discos e fitas
5243-4		Comércio varejista de móveis, artigos de iluminação e outros artigos para residência
	5243-4/01	Comércio varejista de móveis
	5243-4/02	Comércio varejista de artigos de colchoaria
	5243-4/03	Comércio varejista de artigos de tapeçaria
	5243-4/04	Comércio varejista de artigos de iluminação
	5243-4/99	Comércio varejista de outros artigos de utilidade doméstica
5244-2		Comércio varejista de material de construção, ferragens e ferramentas manuais; vidros, espelhos e vitrais; tintas e madeiras
	5244-2/01	Comércio varejista de ferragens, ferramentas e produtos metalúrgicos
	5244-2/02	Comércio varejista de vidros, espelhos, vitrais e molduras
	5244-2/03	Comércio varejista de material para pintura
	5244-2/04	Comércio varejista de madeira e seus artefatos
	5244-2/05	Comércio varejista de materiais elétricos para construção
	5244-2/06	Comércio varejista de materiais hidráulicos
	5244-2/07	Comercio varejista de cal, areia, pedra britada, tijolos e telhas.
	5244-2/08	Comércio varejista de materiais de construção em geral.
	5244-2/99	Comércio varejista de materiais de construção não especificados anteriormente.
5245-0		Comércio varejista de equipamentos para escritório; informática e comunicação, inclusive suprimentos
	5245-0/01	Comércio varejista de máquinas e equipamentos para escritório
	5245-0/02	Comércio varejista de máquinas, equipamentos e materiais de informática
	5245-0/03	Comércio varejista de máquinas, equipamentos e materiais de comunicação
5246-9		Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria
	5246-9/01	Comércio varejista de livros
	5246-9/02	Comércio varejista de artigos de papelaria
	5246-9/03	Comércio varejista de jornais e revistas
5247-7		Comércio varejista de gás liqüefeito de petróleo (GLP)
	5247-7/00	Comércio varejista de gás liqüefeito de petróleo (GLP)
5249-3		Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente
	5249-3/01	Comércio varejista de artigos de ótica
	5249-3/02	Comércio varejista de artigos de relojoaria e joalheria
	5249-3/03	Comércio varejista de artigos de "souvenirs", bijuterias e artesanatos
	5249-3/04	Comércio varejista de bicicletas e triciclos; suas peças e acessórios
	5249-3/05	Comércio varejista de artigos esportivos
	5249-3/06	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos
	5249-3/07	Comércio varejista de plantas e flores naturais e artificiais e frutos ornamentais
	5249-3/08	Comércio varejista de artigos de caça, pesca e "camping"
	5249-3/09	Comércio varejista de armas e munições
	5249-3/10	Comércio varejista de objetos de arte
	5249-3/11	Comércio varejista de artigos para animais, ração e animais vivos para criação doméstica
	5249-3/12	Comércio varejista de peças e acessórios para eletrodomésticos e aparelhos eletrônicos- exceto peças e acessórios para informática
	5249-3/13	Comércio varejista de fogos de artifício e artigos pirotécnicos
	5249-3/14	Comércio varejista de embarcações e outros veículos recreativos; suas peças e acessórios
	5249-3/15	Comércio varejista de produtos saneantes- domissanitários.

	5249-3/99	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente
525		COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS USADOS
	5250-7	Comércio varejista de artigos usados
	5250-7/01	Comércio varejista de antiguidades
526	5250-7/99	Comércio varejista de outros artigos usados
		OUTRAS ATIVIDADES DO COMÉRCIO VAREJISTA
	5262-0	Comércio em vias públicas, exceto em quiosques fixos
	5269-8	Outros tipos de comércio varejista
527	5269-8/00	Comércio de água através de carro-pipa
		REPARAÇÃO DE OBJETOS PESSOAIS E DOMÉSTICOS
	5271-0	Reparação e manutenção de máquinas e de aparelhos eletrodomésticos
	5271-0/01	Reparação e manutenção de máquinas e de aparelhos eletrodomésticos - exceto aparelhos telefônicos
	5271-0/02	Reparação e manutenção de aparelhos telefônicos
	5272-8	Reparação de calçados
	5272-8/00	Reparação de calçados
	5279-5	Reparação de outros objetos pessoais e domésticos
	5279-5/01	Chaveiros
	5279-5/02	Reparação de jóias e relógios
	5279-5/03	Conserto e restauração de artigos de madeira e do mobiliário
	5279-5/04	Reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos recreativos
	5279-5/99	Reparação de outros objetos pessoais e domésticos

ANEXO 2

Formulário estruturado para as empresas ativas

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA PARA EMPRESAS ATIVAS

Etapa 1 – Identificação da empresa

1.1 Razão Social: _____
1.2 Ano de Fundação da Empresa: _____
1.3 Denominação Jurídica da Empresa: 1 <input type="checkbox"/> Firma Individual; 2 <input type="checkbox"/> Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada; 3 <input type="checkbox"/> Outra: Qual; _____
1.4 Atividade principal de acordo com CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas, Seção G, Divisão 50 a 52: _____
1.5 Enquadramento para efeito de tributação: 1 <input type="checkbox"/> Microempresa optante pelo SIMPLES Federal 2 <input type="checkbox"/> Microempresa optante pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual 3 <input type="checkbox"/> Microempresa não optante pelo SIMPLES Federal 4 <input type="checkbox"/> Empresa de Pequeno Porte optante pelo SIMPLES Federal 5 <input type="checkbox"/> Empresa de Pequeno Porte optante pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual 6 <input type="checkbox"/> Empresa de Pequeno Porte não optante pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual 7 <input type="checkbox"/> Não pode optar 8 <input type="checkbox"/> Não sabe.
1.6 Localização de Sua Empresa: _____
1.7 Valor do Capital Inicial da Empresa: R\$ _____
1.8 O capital inicial utilizado para abertura da empresa era: <input type="checkbox"/> Próprio - % _____ <input type="checkbox"/> De terceiros - % _____
1.9 Valor do Capital Atual da Empresa: _____
1.10 Valor do Faturamento Anual da Empresa (valor contábil): 1 <input type="checkbox"/> Até R\$ 60.000,00 2 <input type="checkbox"/> De R\$ 60.001,00 até R\$ 90.000,00 3 <input type="checkbox"/> De R\$ 90.001,00 até R\$ 120.000,00 4 <input type="checkbox"/> De R\$ 120.001,00 até R\$ 240.000,00 5 <input type="checkbox"/> De R\$ 240.001,00 até R\$ 360.000,00 6 <input type="checkbox"/> De R\$ 360.001,00 até R\$ 380.000,00 7 <input type="checkbox"/> De R\$ 480.001,00 até R\$ 600.000,00 8 <input type="checkbox"/> De R\$ 600.001,00 até R\$ 720.000,00 9 <input type="checkbox"/> De R\$ 720.001,00 até R\$ 840.001,00 10 <input type="checkbox"/> De R\$ 840.001,00 até R\$ 960.000,00 11 <input type="checkbox"/> De R\$ 960.001,00 até 1.080.000,00 12 <input type="checkbox"/> De R\$ 1.080.001,00 até R\$ 1.200.000,00 13 <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 1.200.000,00
1.11 Número de Funcionários com remuneração: 1 <input type="checkbox"/> Até 5 funcionários 2 <input type="checkbox"/> De 6 a 10 funcionários 3 <input type="checkbox"/> De 11 a 15 funcionários

- 4 De 16 a 20 funcionários
5 De 21 a 25 funcionários
6 De 26 a 30 funcionários
7 Acima de 30 funcionários

1.12 Possui membros da família sem remuneração que atuam na empresa?

Sim Não

Se sim. Quantos? _____

1.13 O estabelecimento onde funciona sua empresa é próprio?

Sim Não

Se Não. Qual o valor do aluguel? R\$ _____

1.14 Principais clientes da empresa:

- 1 Clientes de balcão
2 Empresas privadas
3 Lojas de departamento
4 Órgão público
5 Central de compras
6 Outra(s). Qual(is)? _____

1.15 A empresa participa de redes associativas?

Sim Não

Se Sim. Qual? _____

Etapa 2 – Caracterização do(a) Proprietário(a) da Empresa

2.1 Nome: _____

2.2 Procedência: Interior Cidade

Se sua procedência for do interior, com que idade passou a residir na cidade? _____

2.3 Sexo: Masculino Feminino

2.4 Estado Civil: Solteiro Casado Outro: Qual? _____

2.5 Faixa Etária do(a) proprietário(a) entrevistado(a):

- 1 De 18 a 24 anos
2 de 25 a 29 anos
3 de 30 a 39 anos
4 de 40 a 49 anos
5 Acima de 50 anos

2.6 Possui Filhos? Sim Não

Quantos? _____

2.7 Como proprietário da empresa, qual(is) a(s) função que desempenha?

2.8 Nível de Escolaridade:

- 1 1º Grau Incompleto
 2 1º Grau Completo
 3 2º Grau Incompleto
 4 2º Grau Completo
 5 Formação Técnica: Qual? _____
 6 3º Grau Incompleto no curso de: _____
 7 3º Grau Completo no curso de: _____
 8 Pós-graduação. Qual especialização: _____

2.9 Que tipo de escola frequentou?

1º Grau: Público Privado

Por quê? _____

2º Grau: Público Privado

Por quê? _____

3º Grau: Público Privado

Por quê? _____

2.10 Classe social a que pertence: (Renda média familiar mensal por classe, conforme Critério de Classificação Econômica Brasil, de acordo com ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas)

- 1 Classe A1 = Renda média familiar mensal superior a R\$ 7.793,00
 2 Classe A2 = Renda média familiar mensal de R\$ 4.648,00 até R\$ 7.793,00
 3 Classe B1 = Renda média familiar mensal de R\$ 2.804,00 até R\$ 4.647,00
 4 Classe B2 = Renda média familiar mensal de R\$ 1.669,00 até R\$ 2.803,00
 5 Classe C = Renda média familiar mensal de R\$ 937,00 até R\$ 1.668,00
 6 Classe D = Renda média familiar mensal de R\$ 424,00 até R\$ 936,00
 7 Classe E = Renda média familiar mensal de R\$ 207,00 até R\$ 424,00

2.11 Qual foi a motivação para abertura da Empresa?

- 1 Identificou uma oportunidade de negócio
 2 Já era da família
 3 Estava insatisfeito com o emprego
 4 Estava desempregado
 5 Tinha tempo disponível
 6 Por convite de outra pessoa
 7 Disponibilidade de capital
 8 Desejo de ter o próprio negócio
 9 Outra (especificar): _____

2.12 Possuía algum tipo de experiência no ramo de comércio?

- 1 Alguém da família tinha um negócio similar
 2 Funcionário de outra empresa
 3 Trabalhava como autônomo no ramo
 4 Trabalhava como autônomo em outra atividade
 5 Sócio / proprietário de outra empresa
 6 Diretor / gerente de outra empresa
 7 Outra (especificar): _____

2.13 Teve ajuda de algum profissional para assessorá-lo (a), na criação de sua empresa?

Sim Não

2.14 Caso afirmativo, quem ou que instituição? (Admite-se mais de uma opção)

- 1 Pessoas que conheciam o ramo de atividade

2 Empresa de consultoria ou consultor

3 Contador

4 SEBRAE

5 Outra(s). Qual(is)? _____

2.15 Qual é sua renda mensal decorrente da atividade empresarial?

1 Até R\$ 4.000,00

2 De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00

3 De R\$ 6.001,00 a R\$ 8.000,00

4 De R\$ 8.001,00 a R\$ 10.000,00

5 Acima de R\$ 10.000,00

2.16 Possui outro tipo de remuneração, além da Empresa? Sim Não

Se Sim. Qual a renda média mensal?

1 Até R\$ 1.500,00

2 De R\$ 1.501,00 à R\$ 3.000,00

3 De R\$ 3.001,00 à R\$ 4.500,00

4 De R\$ 4.501,00 à R\$ 6.000,00

5 Acima de R\$ 6.000,00

2.17. Quantas pessoas da família dependem de sua renda?

1 Até 3 pessoas

2 De 4 a 6 pessoas

3 De 7 a 9 pessoas

4 Acima de 9 pessoas

2.18 Financeiramente você está satisfeito com a sua renda? Sim Não

Se Não. Por que? _____

2.19 Atividade exercida antes de empreender?

1 Funcionário(a) público

2 Funcionário(a) de empresa privada

3 Autônomo(a)

4 Empresário

5 Dona de casa

6 Vivia de rendas

7 Estudante

8 Outra: Qual? _____

2.20 Participação em cursos / treinamento:

1 Nunca me interessou

2 Nunca participei por falta de oportunidade

3 Participei uma vez. Qual? _____

4 Participei várias vezes. Quais: _____

Etapa 3 – Gestão Estratégica da Empresa

3.1 Dos fatores a seguir, qual a importância dos mesmos para o sucesso de uma empresa?

MI = Muito Importante; **IMP** = Importante; **MEI** = Média importância; **PI** = Pouco importante; **SI** = Sem importância.

Fatores	MI	IMP	MEI	PI	SI
---------	----	-----	-----	----	----

1. Bom conhecimento do mercado onde atua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Boa estratégia de vendas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ter um bom administrador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Aproveitamento das oportunidades de negócios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Uso de capital próprio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Empresário com persistência / perseverança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Capacidade de liderança do empresário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Reinvestimento dos lucros na própria empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ter acesso a novas tecnologias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Capacidade do empresário para assumir riscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Terceirização das atividades meio da empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Outro(s):					

3.2 Das áreas de conhecimento abaixo, qual o grau de importância das mesmas na condução do gerenciamento da empresa? Você os aplica em sua empresa?

Áreas de conhecimentos	MI	IMP	MEI	PI	SI	Aplica? Sim/Não
1. Planejamento e controle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
2. Vendas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
3. Marketing / Propaganda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
4. Organização empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
5. Análise financeira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
6. Relações humanas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
7. Conjuntura econômica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
8. Informática	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
9. Outro(s):						

3.3 Dos tipos de assessorias e incentivos listados abaixo, qual o grau de importância dos mesmos na condução ou gerenciamento das dificuldades da empresa? Você as aplica em sua empresa?

Tipos de assessoria / Incentivo	MI	IMP	MEI	PI	SI	Usava? Sim/Não
1. Área financeira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
2. Área de qualidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
3. Apoio do SEBRAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
4. Área contábil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
5. Área de organização empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
6. Treinamento profissionalizante e capacitação de mão-de-obra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
7. Linha de crédito com juros mais baixos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
8. Incentivo governamental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
9. Outro(s):						

3.4 Com que frequência os fatores abaixo relacionados são utilizados por você para direcionar suas ações na administração de sua empresa?

Fatores	Muito Utilizado	Utilizado	Pouco Utilizado
1. Informações contábeis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Intuição	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Experiência	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Outro(s)			

3.5 Qual o grau de importância dos controles abaixo listados? Você os aplica na empresa?

Controles	MI	IMP	MEI	PI	SI	Aplica? Sim/Não
1. Controle de contas a receber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
2. Controle de Contas a pagar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
3. Controle de estoques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
4. Controle de Caixa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
5. Controle de custos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
6. Controle de despesas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
7. Incentivo governamental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
8. Outro(s). Quais?						

Etapa 4 – Políticas Públicas

4.1 Das opções abaixo, enumere, de 1 a 10, as medidas de políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas, de acordo com o seu grau de importância. Se duas opções possuem o mesmo grau de importância, atribua o mesmo número a elas. Caso deseje, inclua outras medidas que julgar importante.

Considerar: 1 a menos importante; 10 a mais importante.

1 Crédito preferencial (juros e prazos)

2 Desburocratização de registros / baixa de empresas

3 Disponibilização de informações de mercado

4 Programa de treinamento de pessoal

5 Tratamento tributário diferenciado

6 Programa de cooperativismo

7 Acesso às compras governamentais

8 Outros. Quais?

ANEXO 3

Formulário estruturado para as empresas extintas

FORMULÁRIO DE ENTREVISTA PARA EMPRESAS INATIVAS

Etapa 1 – Identificação da empresa extinta ou inativa

1.1 Razão Social: _____

1.2 Ano de Fundação da Empresa: _____

1.3 Ano em que paralisou as atividades com a empresa: _____

1.4 Ao paralisar as atividades de sua empresa você providenciou a baixa de seu registro juntos aos órgãos competentes (Junta Comercial, Receita Estadual, Receita Federal, Prefeitura entre outros): Sim Não. Se não. Por quê _____

1.5 Denominação Jurídica da Empresa:

1 Firma Individual;

2 Sociedade por Quotas de Responsabilidade Limitada;

3 Outra: Qual; _____

1.6 Atividade principal de acordo com CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas, Seção G, Divisão 50 a 52: _____

1.7 Enquadramento para efeito de tributação:

1 Microempresa **optante** pelo SIMPLES Federal

2 Microempresa **optante** pelo SIMPLES Federal e **ICMS por estimativa** Estadual

3 Microempresa **não optante** pelo SIMPLES Federal

4 Empresa de Pequeno Porte **optante** pelo SIMPLES Federal

5 Empresa de Pequeno Porte **optante** pelo SIMPLES Federal e **ICMS por estimativa** Estadual

6 Empresa de Pequeno Porte **não optante** pelo SIMPLES Federal e ICMS por estimativa Estadual

7 Não pode optar

8 Não sabe.

1.8 Localização de Sua Empresa: _____

1.9 Valor do Capital Inicial da Empresa: R\$ _____

1.10 O capital inicial utilizado para abertura da empresa era:

Próprio - % _____ De terceiros - % _____

1.11 Valor do Capital da Empresa quando paralisou suas atividades: _____

1.12 Valor do Faturamento Anual da Empresa era:

1 Até R\$ 60.000,00

2 De R\$ 60.001,00 até R\$ 90.000,00

3 De R\$ 90.001,00 até R\$ 120.000,00

4 De R\$ 120.001,00 até R\$ 240.000,00

5 De R\$ 240.001,00 até R\$ 360.000,00

6 De R\$ 360.001,00 até R\$ 380.000,00

7 De R\$ 480.001,00 até R\$ 600.000,00

8 De R\$ 600.001,00 até R\$ 720.000,00

9 De R\$ 720.001,00 até R\$ 840.001,00

10 De R\$ 840.001,00 até R\$ 960.000,00

- 11 De R\$ 960.001,00 até 1.080.000,00
 12 De R\$ 1.080.001,00 até R\$ 1.200.000,00
 13 Acima de R\$ 1.200.001,00

1.13 Número de Funcionários com remuneração que a empresa possuía antes de paralisar suas atividades:

- 1 Até 5 funcionários
 2 De 6 a 10 funcionários
 3 De 11 a 15 funcionários
 4 De 16 a 20 funcionários
 5 De 21 a 25 funcionários
 6 De 26 a 30 funcionários
 7 Acima de 30 funcionários

1.14 Possuía membros da família sem remuneração que atuavam na empresa?

- Sim Não

Se sim. Quantos? _____

1.15 O estabelecimento onde funcionava sua empresa é próprio?

- Sim Não

Se Não. Qual era o valor do aluguel? R\$ _____

1.16 Os principais clientes da empresa eram:

- 1 Clientes de balcão
 2 Empresas privadas
 3 Lojas de departamento
 4 Órgão público
 5 Central de compras
 6 Outra(s). Qual(is)? _____

1.17 A empresa participava de redes associativas?

- Sim Não

Se Sim. Qual? _____

1.18 Dos itens abaixo, enumere em ordem de importância (1 a 10, sendo o 1 o menos importante e 10 o mais importante), aqueles que representam as principais razões do fechamento da empresa, podendo acrescentar outros se julgar necessário.

- 1 Falta de capital de giro
 2 Falta de crédito bancário
 3 Falta de clientes
 4 Problemas financeiros
 5 Falta de conhecimentos gerenciais
 6 Recessão econômica
 7 Oportunidade de emprego
 7 Outras. Quais? _____

Etapa 2 – Caracterização do(a) Proprietário(a) da Empresa

2.1 Nome: _____

2.2 Procedência: Interior Cidade

Se sua procedência for do interior, com que idade passou a residir na cidade? _____

2.3 Sexo: Masculino Feminino

2.4 Estado Civil: Solteiro Casado Outro: Qual? _____

2.5 Faixa Etária do(a) proprietário(a) entrevistado(a):

- 1 De 18 a 24 anos
- 2 de 25 a 29 anos
- 3 de 30 a 39 anos
- 4 de 40 a 49 anos
- 5 Acima de 50 anos

2.6 Possui Filhos? Sim Não

Quantos? _____

2.7 Como proprietário da empresa, qual(is) a(s) função que desempenhava?

2.8 Nível de Escolaridade:

- 1 1º Grau Incompleto
- 2 1º Grau Completo
- 3 2º Grau Incompleto
- 4 2º Grau Completo
- 5 Formação Técnica: Qual? _____
- 6 3º Grau Incompleto no curso de: _____
- 7 3º Grau Completo no curso de: _____
- 8 Pós-graduação. Qual especialização: _____

2.9 Que tipo de escola freqüentou?

1º Grau: Público Privado
Por quê? _____

2º Grau: Público Privado
Por quê? _____

3º Grau: Público Privado
Por quê? _____

2.10 Classe social a que pertence: (Renda média familiar mensal por classe, conforme Critério de Classificação Econômica Brasil, de acordo com ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisas)

- 1 Classe A1 = Renda média familiar mensal superior a R\$ 7.793,00
- 2 Classe A2 = Renda média familiar mensal de R\$ 4.648,00 até R\$ 7.793,00
- 3 Classe B1 = Renda média familiar mensal de R\$ 2.804,00 até R\$ 4.647,00
- 4 Classe B2 = Renda média familiar mensal de R\$ 1.669,00 até R\$ 2.803,00
- 5 Classe C = Renda média familiar mensal de R\$ 937,00 até R\$ 1.668,00
- 6 Classe D = Renda média familiar mensal de R\$ 424,00 até R\$ 936,00
- 7 Classe E = Renda média familiar mensal de R\$ 207,00 até R\$ 424,00

2.11 Qual foi a motivação para abertura da Empresa?

- 1 Identificou uma oportunidade de negócio
- 2 Já era da família
- 3 Estava insatisfeito com o emprego

- 4 Estava desempregado
5 Tinha tempo disponível
6 Por convite de outra pessoa
7 Disponibilidade de capital
8 Desejo de ter o próprio negócio
9 Outra (especificar): _____

2.12 Possuía algum tipo de experiência no ramo de comércio?

- 1 Alguém da família tinha um negócio similar
2 Funcionário de outra empresa
3 Trabalhava como autônomo no ramo
4 Trabalhava como autônomo em outra atividade
5 Sócio / proprietário de outra empresa
6 Diretor / gerente de outra empresa
7 Outra (especificar): _____

2.13 Teve ajuda de algum profissional para assessorá-lo (a), na criação de sua empresa?

- Sim Não

2.14 Caso afirmativo, quem ou que instituição? (Admite-se mais de uma opção)

- 1 Pessoas que conheciam o ramo de atividade
2 Empresa de consultoria ou consultor
3 Contador
4 SEBRAE
5 Outra(s). Qual(is)? _____

2.15 Qual era sua renda mensal decorrente da atividade empresarial?

- 1 Até R\$ 4.000,00
2 De R\$ 4.001,00 a R\$ 6.000,00
3 De R\$ 6.001,00 a R\$ 8.000,00
4 De R\$ 8.001,00 a R\$ 10.000,00
5 Acima de R\$ 10.000,00

2.16 Possuía outro tipo de remuneração, além da Empresa? Sim Não

Se Sim. Qual era renda média mensal?

- 1 Até R\$ 1.500,00
2 De R\$ 1.501,00 à R\$ 3.000,00
3 De R\$ 3.001,00 à R\$ 4.500,00
4 De R\$ 4.501,00 à R\$ 6.000,00
5 Acima de R\$ 6.000,00

2.17. Quantas pessoas da família dependem de sua renda?

- 1 Até 3 pessoas
2 De 4 a 6 pessoas
3 De 7 a 9 pessoas
4 Acima de 9 pessoas

2.18 Atividade exercida antes de empreender?

- 1 Funcionário(a) público
2 Funcionário(a) de empresa privada
3 Autônomo(a)
4 Empresário
5 Dona de casa

6 Vivia de rendas
 7 Estudante
 8 Outra: Qual? _____

2.19 Que atividade passou a exercer após o encerramento das atividades da empresa?

2.20 Participava de cursos / treinamento antes de encerrar as atividades de sua empresa:
 1 Nunca me interessou
 2 Nunca participei por falta de oportunidade
 3 Participei uma vez. Qual? _____
 4 Participei várias vezes. Quais: _____

Etapa 3 – Gestão Estratégica da Empresa

3.1 Dos fatores abaixo, qual a importância dos mesmos para o sucesso de uma empresa?
MI = Muito Importante; **IMP** = Importante; **MEI** = Média importância; **PI** = Pouco importante; **SI** = Sem importância.

Fatores	MI	IMP	MEI	PI	SI
1. Bom conhecimento do mercado onde atua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Boa estratégia de vendas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ter um bom administrador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Aproveitamento das oportunidades de negócios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Uso de capital próprio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Empresário com persistência / perseverança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Capacidade de liderança do empresário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Reinvestimento dos lucros na própria empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ter acesso a novas tecnologias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Capacidade do empresário para assumir riscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Terceirização das atividades meio da empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Outro(s):					

3.2 Das áreas de conhecimento abaixo, qual o grau de importância das mesmas na condução do gerenciamento da empresa? Você as aplicava em sua empresa?

Áreas de conhecimentos	MI	IMP	MEI	PI	SI	Aplicava? Sim/Não
1. Planejamento e controle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
2. Vendas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
3. Marketing / Propaganda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
4. Organização empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
5. Análise financeira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
6. Relações humanas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
7. Conjuntura econômica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
8. Informática	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
9. Outro(s):						

3.3 Dos tipos de assessorias e incentivos listados abaixo, qual o grau de importância dos mesmos na condução ou gerenciamento das dificuldades da empresa? Você as aplicava em sua empresa?

Tipos de assessoria / Incentivo	MI	IMP	MEI	PI	SI	Usava ? Sim/Não
1. Área financeira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
2. Área de qualidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
3. Apoio do SEBRAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
4. Área contábil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
5. Área de organização empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
6. Treinamento profissionalizante e capacitação de mão-de-obra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
7. Linha de crédito com juros mais baixos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
8. Incentivo governamental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
9. Outro(s):						

3.4 Com que frequência os fatores abaixo relacionados eram utilizados por você para direcionar suas ações na administração de sua empresa?

Fatores	Muito Utilizado	Utilizado	Pouco Utilizado
1. Informações contábeis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Intuição	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Experiência	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Outro(s)			

3.5 Qual o grau de importância dos controles abaixo listados? Você os aplicava em sua empresa?

Controles	MI	IMP	MEI	PI	SI	Aplicava? Sim/Não
1. Controle de contas a receber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
2. Controle de Contas a pagar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
3. Controle de estoques	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
4. Controle de Caixa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
5. Controle de custos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
6. Controle de despesas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
7. Incentivo governamental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S <input type="checkbox"/> N <input type="checkbox"/>
8. Outro(s). Quais?						

Etapa 4 – Políticas Públicas

4.1 Das opções abaixo, enumere, de 1 a 10, às medidas de políticas públicas de apoio às micro e pequenas empresas, de acordo com o seu grau de importância. Se duas opções possuem o mesmo grau de importância, atribua o mesmo número a elas. Caso deseje, inclua outras medidas que julgar importante.

Considerar: 1 a menos importante; 10 a mais importante.

1 <input type="checkbox"/> Crédito preferencial (juros e prazos)
2 <input type="checkbox"/> Desburocratização de registros / baixa de empresas
3 <input type="checkbox"/> Disponibilização de informações de mercado
4 <input type="checkbox"/> Programa de treinamento de pessoal
5 <input type="checkbox"/> Tratamento tributário diferenciado
6 <input type="checkbox"/> Programa de cooperativismo
7 <input type="checkbox"/> Acesso às compra governamentais
8 <input type="checkbox"/> Outros. Quais?

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)